



Myllys Alisa

”Ne vaan tulee suusta ulos” – 5. luokan oppilaiden käyttämä verkkokieli

Pro gradu-tutkielma  
KASVATUSTIETEIDEN TIEDEKUNTA  
Intercultural teacher education  
17.5.2020

Oulun yliopisto

Kasvatustieteiden tiedekunta

”Ne vaan tulee suusta ulos” – 5. luokan oppilaiden käyttämä verkkokieli (Myllys Alisa)

Pro gradu-tutkielma, 67 sivua, 2 liitesivua

Toukokuu 2020

---

Tutkimus käsittelee 5. luokan esimurrosikäisten nuorten käyttämää verkkokieltä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mitkä verkkokielen sanat ovat nuorten käytössä tällä hetkellä ja miten/missä/milloin nuoret käyttävät verkkokieltä. Tutkimuksen vertailun kohteena ovat tutkimukseen osallistuneiden koulujen ja sukupuolten väliset erot sekä samankaltaisuudet.

Nykynuoriso on syntynyt jo valmiiksi teknologisoituneeseen maailmaan. Nuoret käyttävät paljon sosiaalisen median palveluita, ja tämän vuoksi on oletettavaa, että sosiaalinen media antaa vaikutteita nuorten kielellisiin ilmiöihin. Tämän päivän nuorisokulttuurilliset piirteet muodostuvat sosiaalisen median sekä muiden digitaalisten palveluiden vaikutuksesta. Nykypäivän nuoret viettävät merkittävästi enemmän aikaa digitaalisten palveluiden keskuudessa kuin aikaisemmat sukupolvet. Tämän vuoksi on oletettavaa, että digitaalisten palveluiden sisältämä verkkokieli muokkaa nuorten kielenkäyttöä.

Tutkimukseni kohdejoukkona ovat 5. luokan oppilaat kolmesta eri suurehkon suomalaisen kaupungin peruskoulusta. Kyselyyn osallistui yhteensä 67 oppilasta (33 poikaa, 33 tyttöä ja yksi muunsukupuolinen). Tutkimukseni toteutettiin kvantitatiivisin tutkimusmenetelmin, mitä laajennettiin avoimin kysymyksin. Kyselylomake muodostettiin puolistrukturoidusti, missä suurin osa kysymyksistä oli monivalinta- tai suljettuja kysymyksiä. Kyselylomakkeessa oli myös muutama avoin kysymys. Tutkimuksen aineisto kerättiin keväällä 2020 verkkokyselynä Google Forms palvelun avulla.

Tutkimuksen tuloksissa tuli ilmi, että tutkimukseen osallistuneet pojat käyttävät kyselylomakkeen verkkokielen sanoja enemmän kuin tutkimukseen osallistuneet tytöt. Tutkimukseen osallistuneet pojat eivät kuitenkaan koe sosiaalisen median palveluiden muokkaavan heidän kielenkäyttöään yhtä paljon kuin tutkimukseen osallistuneet tytöt kokevat. Tutkimukseen osallistuneiden koulujen välillä on pieniä eroja verkkokielen käytössä, mutta keskimäärin kaikki tutkimukseen osallistuneet nuoret käyttävät verkkokieltä edes jonkin verran kielenkäytössään ja siihen vaikuttavat useat eri seikat. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista nuorista käyttää verkkokieltä eniten kavereiden kanssa puhuessa, mutta he käyttävät verkkokielen sanoja paljon myös sosiaalisen median palveluissa.

Avainsanat: nuorisotutkimus, nuorisokulttuurit, kielelliset ilmiöt, verkkokieli, sosiaalinen media

# Sisältö

<b>1 Johdanto.....</b>	<b>4</b>
<b>2 Nuorisokulttuurit .....</b>	<b>6</b>
2.1 Nuorison määritelmä.....	6
2.2 Kymmenes sukupolvi eli urbaanisukupolvi.....	7
2.3 Nuoren identiteetin rakentuminen.....	9
2.4 Nuorten kielelliset ilmiöt .....	11
<b>3 Nuoret, sosiaalinen media ja verkkokieli.....</b>	<b>14</b>
3.1 Sosiaalisen median määritelmä.....	14
3.2 Nuorten suosimat sosiaalisen median palvelut.....	16
3.3 Verkkokieli nuorisokielen muokkaajana.....	19
3.4 Yhteenveto nuorisokulttuurista ja verkkokielestä.....	22
<b>4 Tutkimuksen toteutus.....</b>	<b>24</b>
4.1 Tutkimusmenetelmät.....	24
4.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset.....	25
4.3 Aineistonkeruun menetelmänä kyselylomake.....	26
4.4 Aineiston kuvaus ja analyysi.....	28
<b>5 Tutkimustulokset ja tarkastelu.....</b>	<b>30</b>
5.1 Oppilaiden käyttämät verkkokielen sanat.....	30
5.1.1 Miksi oppilaat käyttävät tutkimukseen valittuja verkkokielen sanoja.....	34
5.1.2 Koulujen väliset erot.....	36
5.1.3 Sukupuolten väliset erot.....	39
5.2 Uusien verkkokielen sanojen löytäminen.....	41
5.2.1 Koulujen väliset erot.....	43
5.2.2 Sukupuolten väliset erot.....	45
5.3 Missä ja miten oppilaat käyttävät verkkokieltä.....	46
5.3.1 Koulujen väliset erot.....	47
5.3.2 Sukupuolten väliset erot.....	48
5.4 Miksi oppilaat käyttävät verkkokieltä.....	49
<b>6 Pohdinta ja johtopäätökset.....</b>	<b>52</b>
6.1 Tutkimuksen luotettavuus.....	56
6.2 Tutkimuksen onnistumisen arviointi.....	57
<b>Lähteet .....</b>	<b>59</b>
<b>Liite 1: Kyselylomake</b>	
<b>Liite 2: Saatekirje oppilaan huoltajalle</b>	

# 1 Johdanto

Suuri osa nykynuorten kommunikoinnista tapahtuu teknologisten välineiden kautta. Aikamme nuoret ovat syntyneet mediakäsitteiseen maailmaan, jossa älypuhelimet sekä muut digitaaliset kommunikointivälineet ovat nuorille arkipäiväisiä vuorovaikutuksen tapoja. Teknologian jatkuva kehitys on mahdollistanut myös uusien verkkopalveluiden muodostumisen, joista yksi suurimmista on sosiaalinen media ja sen eri ulottuvuudet. Nuorten keskuudessa suosittu sosiaalisen median palvelut ovat osittain vaihtelevia, mutta ne pitävät sisällään samankaltaisia kommunikoinnin tapoja. (Takahashi, 2014, 186). Verkkopalvelut ovat itsessään globaalisesti valtavia ilmiöitä ja erilaisten palveluiden ymmärtäminen on tärkeää nykyisessä yhteiskunnassamme. Toisinaan on hyvä pysähtyä miettimään, kuinka paljon verkkopalvelut muokkaavat meitä ja omia toimintatapojamme. (Hine, 2015, 8). Sosiaalisen median palveluiden on huomattu muuttavan toimintatapojamme muodostaen niihin uudenlaisia ulottuvuuksia sekä muutoksia (Pönkä, 2014, 10). Sosiaalisen median palvelut luokitellaan nykypäivänä merkittäviksi sekä tuoreiksi vuorovaikutuksen keinoiksi (Tagg & Saergeant, 2014, 5) ja nämä muutokset tulee havaita käyttämässämme kielessä (Crystal, 2011, 1). On erittäin oletettavaa, että verkkopalvelut ovat edesauttaneet uudistuksia kielessämme, sillä verkkopalvelut ovat melko äkillisesti muodostuneita vallankumouksia yhteiskunnassamme (Crystal, 2001, 1). Verkkopalveluiden vaikutuksia kielenkäyttöön on hyödyllistä ymmärtää ja tutkia (Tannen & Trester, 2013, 2).

Nykypäivän nuoria tarkastellessa on hyvä ymmärtää, miten nuoruus määritellään tämänhetkessä maailmassa (Vehkalahti & Suurpää, 2014, 11). Tämänhetkinen mediapainotteinen maailma edesauttaa lukuisten eri toimintojen toimeenpanon verkon avulla. Monipuolisen sisällön jakaminen, seuraaminen, tykkääminen ja luominen on mahdollista useiden eri sosiaalisen median palveluiden avulla. Kyseiset vuorovaikutus- ja viestintävälineiden toiminnot tuottavat uusia ja erilaisia keinoja harjoittaa kieltämme. Ymmärtääksemme näitä uusia kielellisiä ilmiöitä paremmin, meidän tulee huomata uudet sanat sekä lauseet, joita verkkopalvelut tuovat mukanaan. (Tannen & Trester, 2013, 1).

Pro-gradu tutkielmani keskittyy tutkimaan verkkokielen sanoja ja ilmaisuja nykynuorten kielenkäytössä. Tutkielma on kirjoitettu COVID-19 pandemian aikaan, jolloin nuorten kommunikointi on tapahtunut entistä enemmän verkon välityksellä. Nuoret käyttävät runsaasti eri verkkopalveluita, minkä vuoksi uusien kielellisten ilmiöiden ilmaantuminen on oletettavaa. Nuorten

keskuudessa uusien sanojen käyttäminen on runsasta. Luokanopettajien sekä muiden nuorten parissa työskentelevien kannattaa olla tietoisia nykynuorison käyttämästä kielestä, sekä ymmärtää, mitä sanoilla ja ilmaisuilla tarkoitetaan. Tutkielmani pyrkii saamaan vastauksia siihen, mitkä verkkokielen sanat ovat käytössä tällä hetkellä ja miten/miksi/missä verkkokieltä käytetään. Tutkimuksen oletuksena on, että jokainen tutkimukseen osallistunut nuori käyttää verkkokieltä edes jonkin verran. Tutkimus vertailee tutkimukseen osallistuneiden nuorten vastauksia koulukohtaisesti sekä sukupuolten välillä, jolloin saadaan kokonaisvaltainen kuva tutkimuksen toimivuudesta sekä muuttujien eroavaisuuksista ja samankaltaisuuksista.

Tutkielmani keskittyy tutkimaan 5. luokan oppilaita kolmesta eri suomalaisesta peruskoulusta, johon osallistui yhteensä 67 nuorta. Yksi tutkimukseen osallistuneista kouluista on kansainvälinen koulu, joka tuo tutkimukseen mielenkiintoisen perspektiivin tutkittavasta aiheesta, sillä monet verkkokielen sanat sekä ilmaisut lainaavat piirteitä englannin kielestä. Tutkimukseen osallistuneet oppilaat ovat ikäluokaltaan todella varhaisessa esimurrosiässä. Nykynuoriso on kasvanut jo valmiiksi teknologisoituneeseen maailmaan, minkä vuoksi jo varhaisessa nuoruuden iässä olevat nuoret käyttävät verkkokielen sanoja esimerkiksi useiden sosiaalisen median palveluiden ja kavereiden vaikutuksesta.

Tutkimuksen teoriaosuus muodostuu laajasta kirjallisuuskatsauksesta, jossa käyn läpi nuorisokulttuurillisia piirteitä sekä itse verkkokielen sekä sosiaalisen median käsitteistöä. Tutkimuksen aineisto on kerätty verkkokyselynä Google Forms palvelun avulla, johon nuoret ovat vastanneet itse antamieni ohjeiden mukaan. Kyselylomakkeessa tutkimukseen osallistuneilta nuorilta kysyttiin, mitä verkkokielen ilmaisuja he käyttävät ja missä/miksi/milloin he käyttävät verkkokieltä. Aineistoa olen tutkimuksessani analysoinut kvantitatiivisin menetelmin käyttäen apunani Google Sheets-ohjelmaa, joka mahdollisti matemaattisten laskujen laskemisen sekä kaavioiden tekemisen.

## 2 Nuorisokulttuurit

Nuoret kokevat ympäröivän maailman merkittävästi erilaisempina kuin aikaisemmat sukupolvet heidän ikänsinään. Nuorten elämää muokkaavat muutokset koulutuksessa, ihmissuhteissa ja yhteiskunnassa. Vaikka näiden muutosten vaikutukset eivät koske vain nuorisoa, nuoruuden kokemukset muuttuvat ympärillä tapahtuvien muutosten johdosta. Vallitsevien muutosten kautta nykynuorisolla on mahdollisuuksia kokeilla uusia tapoja elää. (Woodman & Wyn, 2015, 1).

### 2.1 Nuorison määritelmä

Nuorison käsitteellinen tulkinta on laaja, mikä kaipaakin kontekstista riippuen selvennystä. (Suurpää & Aaltojärvi, 1996, 52). Yleisesti nuoruutta ajatellaan ajallisesti siten, että ajanjaksoa 10 vuodesta 18 vuoteen kutsutaan murrosiäksi, ja ajanjaksoa 18 vuodesta 25 vuoteen saakka kehittyväksi aikuisuuden vaiheeksi (Arnett, 2015, 10). Yleisesti tarkasteltuna nuoriso käsitetään sukupolveksi, ratkaisevien muutosten tekijäksi, kulttuurin kantajaksi sekä tulevaisuuden toivoksi (Suurpää & Aaltojärvi, 1996, 52). Nuoret kuuluvat sekä biologiseen että sosiaaliseen ikäluokkaan, jossa he ovat osa sukunsa jatkuvuutta ja ikäryhmänsä kohorttia (Häkkinen, Puuronen, Salasuo & Ojajärvi, 2013, 7). Julkisuudessa nuoret ovat herättäneet huomiota erityisesti silloin, kun kyseessä on niin sanottu ”nuoriso-ongelma”. Ongelmaisena nuoriso nähdään, kun nuoret ovat asiayhteydestä riippuen tipahtaneet yhteiskunnan järjestelmästä tai käyttäytyneet yhteiskunnallisten normien vastaisesti. (Vehkalahti & Suurpää, 2014, 14). Mielikuvat nuorisosta ja heidän tekemisistään muuttuvat sukupolvien ja ikäryhmien vaihtuessa. Nuori kokee ympäröivän maailman tavalliseksi ja selkeäksi, mutta toisinaan iäkkäämmät sukupolvet tuntevat vallitsevan nuorisokulttuurin pahaenteiseksi. Tämän vuoksi on tarpeellista tuntea nuorisokulttuurien historiaa, jotta saadaan muodostettua ymmärrys kullakin aikakaudella vallitsevista nuoruuden ilmiöistä sekä niiden vaikutuksista ja syntyisistä. On todettavaa, että laajempi historiallinen käsitys auttaa nykynuorison uusien piirteiden huomaamista ja ymmärtämistä. (Puuronen, 2006, 15-24). Tämänhetkistä nuorisoa tutkiessa on otettava huomioon sen lyhyt historia, joka vaikeuttaa tapahtumien suhteuttamista ja huomioimista pitkän aikavälin muutoksiin ja jatkuvuuksiin (Vehkalahti & Suurpää, 2014, 12).

Nykypäivänä nuorison käsitteen asettaminen ikälokeroon tuottaa hankaluuksia, sillä nuorten muoti-ilmiöistä kasvaa nopeasti koko kansan saataville ulottuvia trendejä. Ei ole tavatonta huomata jo pienten lasten omaksuvan tyypillisesti nuorille suunnattuja ilmiöitä, eikä myöskään ole kummallista havaita nuorisokulttuurillisten ilmiöiden pitkittämistä aikuisiälle saakka. Nykypäivänä tulee miettiä, milloin nuoruuden ajanjakso saa alkunsa ja mihin se päättyy. (Danesi, 2003, 10-12). Viimeaikaisissa nuorisotutkimuksissa on huomioitu, että ikä ei varsinaisesti määrittele uusiin elämänvaiheisiin siirtymistä ja poistumista. Tutkimuksissa ajatellaan, että nuoruuden ajanjakson määrittely on epämääräisempää ja yksilöllisempää kuin aikaisempina aikakausina. Ajanjaksojen määrittelyä ei pystytä tänä päivänä selittämään samalla tavalla kuin esimerkiksi teollisena aikana. (Jokinen, 2014, 251). Nuoruuden käsite nähdään pidentyneenä ajanjaksona kehittyneissä maissa koulutuksen lisääntyneisyyden takia, sekä yhteiskunnassa vallitsevan yksilöllisyyden korostamisen vuoksi (Puuronen, 2006, 11). Nuoruutta ajatellaan siirtymäkaudeksi ja elinkaaren vaiheeksi, jossa nuori ei ole enää lapsi muttei vielä aikuinenkaan (Woodman & Wyn, 2015, 75-76). Kyseistä siirtymäkautta kutsutaan eräänlaiseksi kehittyväksi aikuisuuden vaiheeksi (Arnett, 2015, 2).

## **2.2 Kymmenes sukupolvi eli urbaanisukupolvi**

Nuorison käsite mielletään muuttuvaksi, sillä jatkuva historian kulku ja vaihtelevat olosuhteet muokkaavat nuorison tulkintaa sukupolvelta toiselle. Sukulaissuhteet ja ikäryhmät viittaavat suoranaisesti nuorison käsitteeseen, sillä sukupolvien ymmärretään olevan tasaisesti jatkuvia. Jokaiselle sukupolvelle on ominaista tallentaa oman aikakautensa tärkeimmät tuntomerkit historiaan. Sukupolven käsitteen ymmärretään liittyvän niin henkilön elinkaareen kuin ikäryhmään, sillä käsite pitää sisällään sosiaalisen elämän ajallisia sekä historiallisesti erityisiä ominaisuuksia. (Burnett, 2010, 1-3). Elinkaari käsitetään erilaisten asemien ja positioiden kautta, jotka ovat vaikutuksessa keskenään. Asemia ymmärretään esimerkiksi asuinpaikan, ikävaiheen tai yhteiskunnallisen aseman kautta. (Häkkinen ym., 2013, 13).

Tietyn ajanjakson nuoruuskokemukset ovat sukupolvien historiaa kokoavia tekijöitä. Nuoruuden kokemuksia määrittävät tärkeimmät sukupolvea yhdistävät tuntomerkit sekä elämykset. Ajanjakson ikäkohortista voi muodostua yhteiskunnallinen sukupolvi, jos henkilöt kokevat samanlaisia avainkokemuksia oikeassa ikävaiheessa. (Vehkalahti & Suurpää, 2014, 14). Yhteiset

ja tärkeät nuoruuden kokemukset saavat usein alkunsa yhteiskunnallisten murrosten seuraamuksista. Uudet tapahtumat ja elämykset ovat nuorelle sukupolvelle tuoreita, sillä heillä ei ole pitkää historiaa käsitellä uusia asioita. Tämän vuoksi nuoret ottavat tehtäväkseen tulkita kokemansa uutuuden tuoreella tavalla. (Mannheim, 1952, 276).

Elämme jatkuvasti muuttuvassa maailmassa, jossa tarvitaan ymmärrystä yhteiskunnallisista ilmiöistä. Yhteiskunnalliset ilmiöt vaativat ymmärrystä siitä, miten ihmisen henkilökohtainen elämäkerta risteytyy historian ja yhteiskunnallisten rakenteiden kanssa. Nykyistä hetkeä on mahdotonta ymmärtää syvällisesti, jos tietoa menneisyydestä ei ole riittävästi. Yhteiskunnallisissa näkökulmissa keskitytään laajaan joukkoon ilmiöitä, jotka kattavat kaikki ihmisten arkielämästä globalisaation vaikutuksiin. Näkökulmissa pyritään kattamaan tietoa asioista, jotka vaikuttavat yksilöihin, ryhmiin tai väestöön maailmanlaajuisena kokonaisuutena. Sukupolvien tunnistaminen ja tutkiminen kattavasti on haastavaa, mutta kaikkien sukupolvien ajatukset ja ilmiöt ovat yhteydessä yhteiskunnallisesti vallitsevaan populäärikulttuuriin. (Beamish, 2016, 1, 6). Yhteiskunnalliset tutkimukset eivät ole kuitenkaan varsin havainnollisia, sillä tutkimukset keskittyvät yleisen tason määrittelyyn ajanjaksosta ja sen muuttumisesta. Huomiotta jäävät maakohtaiset, alueelliset ja yksilölliset erot. (Jokinen, 2014, 256). On myös otettava huomioon, että iän karttuessa yhteiskunta ilmenee vaihtelevana riippuen yksilön omakohtaisista kokemuksista. Tämän vuoksi sukupolvien tulkinnat mahdollisesti alkavat ajan myötä muistuttaa piirteiltään toisiaan. (Häkkinen, 2014, 54).

Kymmenes sukupolvi (syntynyt vuosien 1971-2000 välillä), eli toisin sanoen urbaanisukupolvi, on rakentanut arvomaailmansa ja elämänsenteensa toisenlaisesti kuin aiemmat sukupolvet. Ajatuksia ja asenteita opitaan, luetaan ja pohditaan, eivätkä ne enää suoranaisesti vain periydy ja siirry sukupolvelta toiselle. Aikaisemmille sukupolville oli tyypillistä asua tavalla tai toisella osa elämästään maalla. Urbaanisukupolvelle kyseinen ilmiö ei ole tyypillistä, mistä sukupolvi sai alkuperäisen nimityksensä. Urbaanisukupolvi on ensimmäinen ikäkohortti, joille oman maailmankuvan rakentaminen on mahdollista itsenäisesti. (Häkkinen, 2013, 53). Nykypäivän sukupolvitutkimuksissa ikäryhmät jaetaan lyhyempiin ajanjaksoihin, sillä sukupolvia määrittävät yhteiset kokemukset tapahtuvat tiiviimmissä jaksoissa. Kymmenes sukupolvi jaetaan kolmeen ikäkohorttiin: vuosien 1960-1981 välillä syntynyt X-sukupolvi, vuosien 1982-1995 välillä syntynyt Y-sukupolvi, eli tunnetummalta nimeltään Millenniaalit, sekä vuodesta 1996 nykypäivään syntyneet Z-sukupolven jäsenet. (Beamish, 2016, 9-14).



X-sukupolven koettiin olevan ristiriitainen, sillä sen keskiluokkaiset ikäryhmän jäsenet syntyivät materialistiseen maailmaan, keiden vanhemmilla oli suuret odotukset heidän tulevaisuuttaan varten (Coupland, 1991, 20). Sukupolven jäsenet ovat ajanjaksomme suurimman ikäryhmän lapsia, joiden koulutus- ja työpaikkamahdollisuudet eroavat heidän vanhempiensa kokemuksista. X-sukupolven oletettiin kärsivän työmarkkinoilla vähäisen työtarjonnan vuoksi, mutta sukupolven kehitymisprosessia huomioidessa on nähtävissä suuria muutoksia. Ikäryhmän jäsenet ovat suurilta osin hyvin työllistyneitä ja hyvissä ammateissa. Y-sukupolvea eli Millenniaaleja kutsutaan usein ”Nettisukupolveksi”, sillä he ovat ensimmäinen digitalisoituneessa maailmassa kasvanut ikäryhmä. (Beamish, 2016, 9-10). Millenniaalien nimitys perustuu ajanjakson määritteeseen, jonka mukaan kaikki ikäryhmän yksilöt saavuttivat 18 vuoden iän uudella millenniumilla (Howe & Strauss, 2000, 12). Digitalisoitumisen lisäksi sukupolvelle ominaisena piirteenä nähdään lastenhoitojärjestelyjen ja peruskoulun mahdollisuus jokaisen lapsen perustarpeena (Beamish, 2016, 10). Millenniaaleilla ja Z-sukupolvella on monia yhteisiä piirteitä, mutta molempiin ikäryhmiin sisältyy omanlaisia tunnuselementtejä. Z-sukupolven käsitetään upottautuneen digitaaliseen maailmaan jo syntymästä saakka, kun taas Millenniaaleille digitalisoituminen tavallisesti tapahtui hiljalleen lapsuuden aikana. Ilmiön myötä Z-sukupolvi on enemmän sidoksissa ulkomaailmaan kuin aikaisemmat ikäryhmät, ja esimerkiksi sosiaalisen median sanotaan olevan ikäryhmälle yhteinen nuoruuden kokoava kokemus. (Beamish, 2016, 14-17). Z-sukupolven yhteistä kokemusta ei voida kuitenkaan tarkalleen tietää tänä päivänä, sillä kokemukset ovat usein jälkikäteen muodostettuja tulkintoja tapahtumista. Sukupolven kertomus on vielä keskeneräinen. (Häkkinen, 2013, 53).

### **2.3 Nuoren identiteetin rakentuminen**

Oman itsensä etsiminen ja identiteetin rakentuminen kuuluvat nuoruuden ajanjaksoon (Taa-vetti, 2014, 88). Identiteetin tutkimisella pyritään selvittämään sitä, kuka henkilö itse on ja mitä hän haluaa elämältään (Arnett, 2015, 9). Nuoren identiteettiä muokkaavat monet yhteiskunnalliset, sosiaaliset ja persoonan mukaiset tekijät, joihin vaikuttavat nuoren vertaisryhmät, koulu sekä perhesuhteet. Nuorille on ominaista vaihdella persoonansa elementtejä sosiaalisen kontekstin mukaan, esimerkiksi perheenjäsenten ja kavereiden seurassa käyttäytytään eri tavoin. (Anderson ym. 2015, 88). Identiteettiä tulee ymmärtää vaihtelevana ja monipuolisena proses-

sina, johon ympäröivän kulttuurin normit vaikuttavat vahvasti (Hänninen, 2000, 60). On havaittava, että identiteetin rakentuminen ei liity ainoastaan nuoruuden ajanjaksoon, vaan se kehittyy elämänjakson aikana useita kertoja iästä riippumatta (Burnett, 2010, 3). Identiteettiä rakennetaan ja muutetaan tilanteen sekä ikävaiheen mukaan. Identiteetin rakentaminen ei ole yksinomaan omatoimista, vaan se myös ilmaisee ympäröivän yhteiskunnan näkemyksiä. (Suurpää & Aaltojärvi, 1996, 9). Identiteetin rakentumisen ymmärretään muokkautuvan vuorovaikutuksessa sisäisen minuuden ja ulkoisen yhteiskunnan välisessä yhteydessä. Tällä tarkoitetaan, että henkilö omaksuu toisten välittämiä ulkopuolisen maailman ominaisuuksia, ideoita ja sisältöjä osaksi minuuttaan. (Hall, 2002, 21-23).

Nuoren identiteetti rakentuu ja vaihtelee heidän nopeatempoisesti muuttuvassa maailmankuvassaan moneen kertaan. Kehittyessään nuoret alkavat miettiä, millaista roolia he itse heijastavat yhteiskunnassa ja kuinka muut näkevät heidät yhteiskunnan jäsenenä. Erityisesti muiden nuorten mielipiteet ja asenteet omaa kehittyvää identiteettiä kohtaan muokkaavat ajatusta siitä, mikä on hyväksyttävä ja mikä ei. (Davis, 2014, 11-18). Nuoren ensisijaisena tehtävänä on yhdistää lapsuuden identiteetin piirteet uusien nuoruuden sosiaalisten identiteetin piirteiden kanssa yhtäläiseksi ja toimivaksi kokonaisuudeksi. Tärkeänä nähdään nuoren oma henkilökohtainen tyytyväisyys identiteettiinsä sekä ulkopuolisten tekijöiden hyväksyminen nuoren kehityneeseen identiteettiin. Tämä ilmiö näyttäyty psykologisen keskeytyksen aikana eli aikana, jolloin nuorella on vapauksia kokeilla erilaisia arvoja ja tavoitteita identiteetissään ennen sitoutumista mihinkään tiettyyn yhteiskunnalliseen rooliin. (Erikson, 1968, 50).

Jokaiselle iän ajanjaksolle on luotu kulttuurillisesti oletettavat normatiiviset roolit. Nämä normit määrittelevät paljolti sitä, millainen käytös ja teot ovat oletettuja ja hyväksyttäviä tietyssä elämänvaiheessa. (Jokinen, 2014, 250). Nuorille luodut normatiiviset roolit toimia yhteiskunnassa muokkaavat nuorena olemisen osatekijöitä. Yhteiskunnallisesti ajateltua normatiivista identiteetin kuvaa ei voida kuitenkaan ajatella ainoastaan yhtenäisenä ja pysyvänä kokonaisuutena, sillä identiteetin ymmärrys on jatkuvasti vaihtelevaa ja muuttuvaa. (Suurpää & Aaltojärvi, 1996, 52-53). Yhteiskunnalliset ja kulttuurilliset normit ovat nuorelle tunnettuja. Normit nähdään usein positiivisina, sillä ne koetaan normaaliksi osaksi elämää. Vaikka nuorilla on halu toteuttaa asiat ikäryhmänsä tavoin tuoreella tavalla, nuoret kokevat arvostavansa turvaa tuovia kulttuurillisia perintöjä. (Kylkilahti, 2014, 211).

## 2.4 Nuorten kielelliset ilmiöt

Nykypäivän nuoret ovat saaneet kasvaa useiden kielellisten muotojen mukana. Yksilön elämänhistorialla on vaikutusta siihen, minkälaisia kielellisiä ilmiöitä kukin on kohdannut ja milloin. Usein jo ennen kouluiän saavuttamista nuori on ehtinyt tutustua useisiin kielellisiin vaihtelevuuksiin sosiaalisen verkostonsa sekä ulkoisten tekijöiden kautta. (Lappalainen, 2008b, 85). Nuorille ominaisia kielellisiä ilmiöitä kutsutaan tavallisesti epäedullisiksi. Erityisesti nuorten opettajat ja vanhemmat tyypillisesti tuomitsevat nuorisokielelle ominaisia huolimattomia ääntämyksiä, tapaa lyhentää sanoja ja lauseita sekä heidän käyttämiään epäselviä ilmaisuja sekä kirosanoja. Mainittuja nuorisokieleen ominaisuuksia kutsutaan rappeutuneeksi ja köyhtyneeksi kieleksi. (Stenström, Hasund & Andersen, 2002, 63). Kielellä ja iällä on kielen vaihtelua selittäviä tekijöitä, sillä nuoremmille sukupolville on tyypillistä muuttaa kielenkäyttöään (Lappalainen, 2008a, 69). Kielellinen kypsyminen on aina upotettu tietynlaisiin yhteiskunnallisiin järjestyksiin ja historiallisiin tapahtumiin, jotka kattavat niin yksilölliset kuin sukupolvelliset näkökulmat. Kieli on ajanjakson mukana muuttuva osa. (Duszak & Okulska, 2011, 12-13).

Kielellisillä ominaisuuksilla ja iällä on selkeästi havaittava yhteys. Kieli ja ikä luokitellaan ihmisen keskeisiksi ominaisuuksiksi, sillä ne ovat biologiaan perustuvia, kognitiivisesti, kokemusperäisesti sekä yhteiskunnallisesti rakennettuja sosiaalisen vuorovaikutuksen muotoja. Ihmisen ikää mitataan elettyjen vuosien määrällä ja osattua kieltä kielitaidon määritteellä. Ihminen kokee ikääntymisen ja kielenkäytön dynaamiseksi prosessiksi, joka keskittyy kehittymiseen, kypsymiseen sekä rappeutumiseen. Molemmat käsitteet kehittyvät sosiaalisen kanssakäymisen ja ympäröivän kulttuurin kautta, joihin kuuluvat vuorovaikutus perheessä, koulussa, työpaikoilla, kaveripiirissä sekä erilaisissa ympäröivissä olosuhteissa. Kieltä ja ikää tutkittaessa yhtenäisenä kokonaisuutena on kuitenkin otettava huomioon niiden laajat eriävyydet. Biologisen iän käsitettä ei tule erottaa yksilön elämäntyylisestä, luonteesta tai kulttuurillisista sekä yhteiskunnallisista ikään liittyvistä oikeuksista ja velvollisuuksista. Täten kielitaito on tulos useista vaihtelevista tekijöistä, kuten altistumisesta kielelliselle monimuotoisuudelle sekä yleiselle kielitietoisuudelle. (Duszak & Okulska, 2011, 3).

Kieli tuo esille ympäröivän kulttuurin vallitsevat trendit. Nämä trendit jäävät usein huomaamatta, sillä kieli on itsessään epäsuorassa yhteydessä ympäröivään kulttuuriin. Nykypäivänä näitä kielellisesti vaihtelevia trendejä kutsutaan slangiksi, joita erityisesti nuoret omaksuvat jokapäiväiseen käyttöönsä. Ennennäkemättömänä ilmiönä on huomattu, että nuorten suosimat

slangi-ilmaisut ovat saavuttaneet paikkansa vanhemmankin väestön käytössä. Kaikkina aikaisempina aikakausina nuorten käyttämää kieltä ei juurikaan pidetty jäljittelyn arvoisena, sillä nuorten odotettiin omaksuvan aikuisten käyttämää kielioppia ja sanastoa. Nykypäivänä huomataan nuorisokielen asianmukaisen käytön vaihtuneen jatkuvasti muuttuvaan slangiin. Slangilla tarkoitetaan vakiintuneen kielen vastaisten sanojen ja ilmaisujen käyttöä. Slangiperäiset ilmaisut ovat usein perinteisen sanan tai sanonnan lyhennettyjä versioita, esimerkiksi sana jazz tarkoitti alun perin slangiperäistä lyhennettä seksuaaliselle kanssakäymiselle. Tavallisesti tietyt yhteiskunnan jäsenet tai ryhmät käyttävät puhekielessään slangia, jolla muodostetaan kyseiseen ryhmään kuulumisen yhteneväisiä piirteitä. Ryhmään kuulumisen arvot ja asenteet perustuvat käytetyn slangin sanastoon ja ilmaisiin. (Danesi, 2003, 52-53). Tyypillisesti slangin käsitteään kehittyneen tiettyjen alaryhmien keskuudessa yhteisen kommunikoinnin helpottamiseksi. Erityisesti nuorten käyttämällä slangilla tunnistetaan ryhmään kuuluvat jäsenet ja heidän arvo maailmansa. (Jay, 1992, 6). Vakiintuneen kielen ei voida olettaa rappeutuvan slangin käytöstä. Ilmiö nähdään ennemminkin uutena kielellisenä versiona, jota käytetään ja muokataan puhujan haluamalla tavalla. (Danesi, 2003, 53).

Nuorten käyttämää puhekieltä ei voida kutsua vain yhdeksi kielimuodoksi (Routarinne & Uusi-Hallila, 2008, 29). Ajanjaksotutkimus, jossa samaa henkilöä on tutkittu useampina ajanjaksoina, antaa ymmärrystä siitä, että puhekielellisiä muutoksia tapahtuu iästä riippuen. (Lappalainen, 2008a, 71). Puhekielellä tarkoitetaan yksilön puhetaidon valmiuksia. Puhe on aikaansa sidottua, dynaamista ja hetkellistä. Se on osa läsnä olevaa vuorovaikutusta osallistujien kesken, jossa puhujalla on yksi tai useampi vastaanottaja. Henkilön puhuessa puheen tuottamisen ja vastaanottamisen välillä ei ole viivettä, ellei vastaanottaja tee sitä tahallisesti. (Crystal, 2011, 17-18). Nuorten käyttämää puhekieltä kutsutaan eräänlaiseksi sosiaalisiksi murteeksi, joka asettaa sen erilleen aikuisten käyttämistä ilmaisuista. Nuorten käyttämät ilmaisut mahdollistavat tunteiden osoittamisen laajemmalla skaalalla, esimerkiksi venyttämällä sanoja Vähänkösiiiistiä! (engl. That's amaaaazing!). Toinen huomattava nuorisokielen tyypillisistä piirteistä on sen valtava määrä asioita kuvailevia sanoja, joiden tarkoitus on pilkata, järkyttää tai pilailta vastaanottajan kustannuksella. Tästä hyvänä esimerkkinä on termin nörtti (engl. geek) käyttö ivallisessa muodossa, mikä on alun perin viitannut paljon tietokoneella pelaavaan poikaan. Termin käyttö syntyy alitajuisesta tarpeesta kuvailla toisia ironisesti, jotta huomio kiinnittyisi muihin kuin nuoreen itseensä. Tämä alitajuinen tarve ilmaantuu lapsen kehittyessä murros-

ikään, jolloin nuori huomaa sanoilla hyökkäämisen ja puolustautumisen mahdollisuuden. Mielienkiintoisena ilmiönä on huomattu, että aikuisten ottaessa käyttöön tavanomaisesti nuorisoslangiin kuuluvia ilmaisuja menettävät ne ironisen vaikutuksensa. (Danesi, 2003, 54-55).

Nuorisokielen ilmaisut ovat käytössä pääsääntöisesti tilanteissa, joissa keskustellaan ikäryhmään kuuluvien jäsenten kanssa. Tavanomaisesti esiintymistilanteissa ja vanhemmille puhuttaessa slangiperäiset ilmaisut jätetään pois. (Lappalainen, 2008b, 90). Yleisen sopeutumisteorian mukaan ihmiset ovat motivoituneita muokkaamaan puheensa tyylinmukaisia ilmaisuja ihmisten ja tilanteiden mukaan. Teoria ehdottaa, että henkilö muokkaa tiedostaen puhettaan kohti keskustelukumppaninsa tyyliä tai siitä pois päin. Tätä kutsutaan ihmisen sisäiseksi mekanismiksi, jolla haetaan tilanteesta riippuen joko sosiaalista hyväksyntää tai paheksuntaa. Puheilmaisun muokkaamista keskustelukumppania lähentyäkseen pidetään sosiaalisen samaistumisen osoituksena, kun taas puhetyylin tarkoituksellista eroavaisuutta keskustelukumppanista pidetään tahallisenä sosiaalisena erottautumisena henkilöstä. (Giles, 1980, 105). Tilanteista johtuvaa kielellistä vaihtelua ei ole tutkittu paljon, mutta tehdyt tutkimukset viittaavat yhtäläiseen huomioon puhettavan vaihtelusta ympäristöstä ja seurasta riippuen. Kielellinen vaihtelu on kiinni yksilöstä itsestään, johon vaikuttavat henkilökohtainen elämänhistoria ja persoonan mukaiset tekijät, kuten keskustelukumppanin tuttuus ja ikä. Puhettavan muutokset voivat myös olla vain hetkellisesti tapahtuvia vaihteluita, jotka liittyvät keskustelutilanteessa tapahtuviin käännekohtiin. (Lappalainen, 2008a, 80-81). Vuorovaikutustilanteiden ulkoiset puitteet ja puheenaiheet vaikuttavat puhutun kielen ilmaisiin, mutta nämä eivät kuitenkaan määrittele henkilön kielellistä kokonaisuutta. Tyypillisesti puhuja muokkaa tiedostaen ilmaisujaan tilanteen ja keskustelukumppanin mukaan toivomaansa suuntaan, missä tilanteesta riippuen slangiperäiset ilmaisut toimivat tuttavallisen ilmapiirin muodostamiseksi. On todettavaa, että yksilön kielelliseen laajuuteen vaikuttaa päivittäinen sosiaalinen ympäristö. (Lappalainen, 2008b, 91-98).

### **3 Nuoret, sosiaalinen media ja verkkokieli**

Digitaalisen median vaikutukset ovat olleet näkyvillä useissa yhteiskunnallisissa ilmiöissä jo 1990-luvun alkupuolesta lähtien (Bennet & Robards, 2014, 1). Tapahtuneet muutokset ovat näkyvillä niin laitteistoissa, tekniikoissa kuin verkkoyhteyksien toimivuudessa. Merkittävin verkkomaailman muutos on tapahtunut sen kuluttajille tuotetuissa vaihtoehdoissa, sillä verkossa on nykyään entistä helpompaa ja monimuotoisempaa olla vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. (Pönkä, 2014, 9).

Jatkuvasti edistyvä teknologia ja sosiaalisen median palvelut antavat nuorille runsaasti uusia tapoja ilmaista ja tutkia omaa kehittyvää identiteettiään (Davis, 2011, 16). Tyypillisesti nuoret omaksuvat teknologian kehittyvät ilmiöt nopeasti ja ottavat ne tehokkaasti haltuun jokapäiväiseen käyttöön. Erityisesti sosiaalisen median palvelut vetoavat nuoriin kuluttajiin, sillä niiden kautta on helppoa ja nopeaa pitää yhteyttä kavereihin. (Bennet & Robards, 2014, 1). Verkko ja sen laajat toiminnot ovat olleet nykypäivän nuorisolle aina olemassa. Verkkoa tulee tarkastella sen lyhyestä historiallisesta näkökulmasta huolimatta uudenlaisena sosiaalisena ympäristönä, joka tarjoaa loputtomia mahdollisuuksia etsiä, aloittaa ja ylläpitää sosiaalisia yhteyksiä tuttavien ja vieraiden kanssa ympäri maailmaa. (Anderson ym., 2015, 106). Sosiaalisen median käsitetään olevan keskeinen osa nuorison teknologiapainotteista elämää, jonka voidaan todeta tuoneen uusia ulottuvuuksia nuorisokulttuureihin. (Bennet & Robards, 2014, 1). Verkkomaailman nykypäiväistymisen myötä on huomattavaa, että nuorten jatkuva verkkopalvelujen käyttö on osa nykyistä nuorisokulttuurin ulottuvuutta (Rafalow, 2015, 246).

#### **3.1 Sosiaalisen median määritelmä**

Sosiaalisesta mediasta keskustellaan runsaasti, mutta ei ole aina selvää, mitä käsitteellä tarkoitetaan. Yleisesti katsoen sosiaalinen media on täsmentynyt merkitäkseen verkon käytön uutta ajanjaksoa, jossa kuluttajan rooli on monimuotoinen ja aktiivinen. Sosiaalisen median käsitteeseen kuuluu sisällön jakaminen, vastaanottaminen ja seuraaminen. Vaikka sosiaalinen media

on saavuttanut valtavirran suosion lyhyessä ajassa, ei käsitteen määrittely ole varsinaisen helppoa ja yksiselitteistä. (Suominen, Östman, Saarikoski & Turtiainen, 2013, 13-14).

Sosiaalisen median nimitys tulee kaikessa yksinkertaisuudessaan sanoista sosiaalinen ja media (Hinton & Hjorth, 2013, 2), sillä käsitteen ytimessä on kyse ennen kaikkea ihmisten välisistä vuorovaikutussuhteista. Käsitteellä viitataan ajallisesti vuosina 2004-2009 tapahtuneeseen maailmanlaajuiseen ilmiöön, jolloin useat vielä tänäkin päivänä pinnalla olevat sosiaalisen median palvelut lanseerattiin. Nämä palvelut saavuttivat kuluttajien suosion nopeasti ja yleistyivät arkipäiväiseen käyttöön. Sosiaaliseen mediaan sisältyy voimakkaasti kaikki verkkopalvelut, joihin liitetään sosiaalisiksi miellettyjä käsitteitä. Sosiaalisen median palvelut ovat verkkotoimintoja, joiden käyttöön liittyy esimerkiksi keskusteluja, sisältöjen tuottamista ja jakamista tai verkostoitumista. (Pönkä, 2014, 11, 36).

Aikaa ennen sosiaalista mediaa verkkopalvelut muodostuivat erilaisista sivustoista. Sivustojen välille koostui yhteinen verkosto linkkien välityksellä. Nämä internetin verkostot laajentuivat sosiaalisen median myötä niin kutsutuiksi sosiaalisiksi verkostoiksi, jotka mahdollistivat ihmisten linkittämisen muiden käyttäjien kanssa. (Pönkä, 2014, 11). Sosiaalinen verkostoituminen mahdollistaa yhteyksien rakentamisen muiden verkkokäyttäjien kanssa sosiaalisen median palveluiden avulla (Hinton & Hjorth, 2013, 32). Sosiaaliselle verkostointipalvelulle on ominaista, että palveluun liittyessä käyttäjä luo sivustolle henkilökohtaisen profiilin, joka on muiden palvelun käyttäjien nähtävissä. Palveluissa verkostoidutaan esimerkiksi kaveripyynnöillä tai seuraamalla muiden profiileja. Nämä toiminnot luovat käyttäjien välille sosiaalisia verkostoja, joiden kautta sosiaaliseen verkostointipalveluun jaetut sisällöt välittyvät käyttäjien kesken. Sosiaalisen verkoston muodostuminen on näkyvillä esimerkiksi palveluiden kaverisuhteista. Verkostointipalvelut edustavat merkittävintä osaa sosiaalisen median käsitteestä. (Pönkä, 2014, 11, 83).

Useimmat sosiaaliset verkostointipalvelut jakavat yhteisiä ominaisuuksia, kuten profiilin luonnin mahdollisuuden, kommentoinnin ja yksityisten viestien lähettämisen. Monet palvelut perustuvat teeman ympärille, kuten kuvanjakopalveluiksi, kun taas toiset tarjoavat vain yksinkertaista tapaa yhteyksien muodostamiselle. (Hinton & Hjorth, 2013, 34-35). Sosiaalisen median palveluita käytetään erilaisiin tarkoituksiin, minkä takia niissä muodostuu monenlaisia sosiaalisia verkostoja. Verkostojen toimintojen kautta ymmärretään paremmin, miksi tietyt aihealueet kantautuvat verkostoissa paremmin kuin toiset. Verkostointipalveluissa käyttäjien välille syn-

tyy monimuotoisia yhteyksiä, jotka voivat olla toimijoiden keskeisiä kaveri- tai seuraamissuhteita. Käyttäjät, jotka eivät tuota aktiivisesti omaa sisältöä, ovat myös vuorovaikutuksessa muihin käyttäjiin esimerkiksi tykkäämällä heidän tuotoksistaan. Verkostointipalveluiden ominaisuudet eroavat toisistaan niin käyttäjien kuin toimintojensakin perusteella, ja sosiaalisen median palveluiden teknisillä ominaisuuksilla on suuri rooli niissä tapahtuvissa verkostoitumisen tavoissa. (Pönkä, 2014, 170-172). Sosiaalisen verkostoitumisen keskeisimmät käsitteet tarkoittavat profiilien muodostamia tiloja ja ihmisryhmiä, jotka ovat yhteydessä toisiinsa toimintojen ja teknologian avulla. Toiminnot ovat aikaansaavia tiedonvälittämisen keinoja. (Hinton & Hjorth, 2013, 41).

Sosiaalisen median palveluiden rakenne muodostuu niin, että käyttäjät muodostavat sosiaalisen verkoston tiedonvälityksen kanavana. Käyttäjien julkaistessa asiasisältöä tai osallistumalla keskusteluun heidän profiiliinsa yhteydessä olevat käyttäjät vastaanottavat siitä ilmoituksen. Tieto keskustelusta leviää, mitä enemmän keskusteluun osallistutaan käyttäjien kesken. Käyttäjät näkevät sosiaalisen verkostonsa tuoreimmat toiminnot kirjautuneensa palvelun viesti- tai uutisvirrasta. (Pönkä, 2014, 174). Älypuhelimien lisääntyneen käytön myötä sosiaalisen median palveluiden toiminnot leviävät käyttäjien kesken nopeasti (Hinton & Hjorth, 2013, 32).

Sosiaalisen median palveluiden keskeisin piirre on osallistuminen sen tarjoamiin ominaisuuksiin. Palveluiden tarjonta perustuu menetelmiin, jotka tarjoavat aktiivista tapaa ilmoittaa tietoa siitä, mitä teemme tai mitä ajattelemme jostain. (Hinton & Hjorth, 2013, 55). Sosiaalista mediaa voidaan kutsua eräänlaiseksi sateenvarjokäsitteeksi, jonka alle mahtuu monia erilaisia merkityksiä (Pönkä, 2014, 34).

### **3.2 Nuorten suosimat sosiaalisen median palvelut**

Nykypäivänä lähes jokaisen nuoren vakiovarusteisiin kuuluu älypuhelin. Älypuhelin on nuorille oma yksityinen tietokone ja kommunikaation väline, jonka tärkeimpinä elementteinä on pääsy verkkoon ja sosiaalisen median palveluihin. Nuoret tavallisesti käyttävät verkon palveluita runsaammin ja monipuolisemmin kuin aikuiset. (Pönkä, 2014, 72-74). Nuorten viettäessä runsaasti aikaa sosiaalisen median palveluiden parissa, on tärkeää tietää, mitkä palvelut ovat erityisen pinnalla ja mitä palvelut pitävät sisällään.



Oululainen eBrand Suomi Oy (2019) julkaisi verkkosivuillaan kyselytutkimuksen suomalaisen nuorison sosiaalisen median palveluiden käytöstä. Tutkimus kattaa yhteensä 6247 nuoren vastaukset verkossa toteutetusta verkkokyselylomakkeesta ympäri Suomea, mikä toteutettiin Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden kanssa yhteistyössä. Tutkimukseen osallistuneet nuoret ovat kyselyyn vastatessaan iältään 13-29-vuotiaita, ja osallistujien keski-ikä on 18,9 vuotta. Verkossa toteutettua kyselyä jaettiin vastaajille useiden nuorten suosimien verkkopalveluiden sekä oppilaitosten kautta. Suomeksi toteutettu kysely tavoitteli saamaan vastauksia alla oleviin pääkysymyksiin:

- *Missä sosiaalisen median ympäristöissä ja palveluissa 13-29-vuotiaat nuoret liikkuvat ja toimivat?*
- *Sosiaalinen media ja kiusaaminen, kuinka yleistä se on ja miten nuoret sen kokevat?*
- *Millaisia muutoksia sosiaalisen median käytössä on ollut vuosien 2013-2019 aikana?*
- *Millaisia trendejä sosiaalisen median palveluissa ja yhteisöissä on odotettavissa tulevaisuudessa?*

*(eBrand, 2019).*

Suurin osa kyselyyn vastanneista nuorista käyttää sosiaalisen median palveluita viestimiseen ja keskustelemiseen muiden kanssa, koska heidän ystävänsäkin ovat palvelujen käyttäjiä. Tutkimus osoitti, että sosiaalisen median palvelut syventävät arkielämän sosiaalisia suhteita. Nuoret kertoivat käyttävänsä verkossa vietetystä ajastaan eniten aikaa sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksen mukaan nuoret viettävät sosiaalisen median palveluissa keskimäärin 15-10 tuntia viikossa. Palveluita on nuorten mukaan luontevaa käyttää arkipäiväisissä vuorovaikutus- ja tiedonhankintatilanteissa, mutta kyselyn mukaan palveluiden käyttämisestä on myös tullut tottumus. Tutkimuksen mukaan nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita eniten kotona, opiskelupaikalla ja kavereilla vieraillessa. Kyselytutkimuksen mukaan suosituimpia sosiaalisen median palveluita ovat muun muassa WhatsApp (89%), YouTube (88%), Instagram (79%) ja Snapchat (74%). Tutkimuksen vastausten perusteella lähes jokainen vastaajista käyttää sosiaalisen median palveluita selaamiseen, tykkäämiseen ja sisältöjen lukemiseen. Suurin osa vastaajista kokee sosiaalisen median palveluiden helpottavan kommunikointia sekä tietoa siitä, mitä tutuille ihmisille kuuluu. (eBrand, 2019).

Instagram on vuonna 2010 lanseerattu verkostopalvelu, joka on saatavilla sovelluksena niin tabletteihin kuin älypuhelimiin, mutta suosituin sovelluksen käyttötapa on älypuhelimien kautta. Sovelluksen asiasisältö perustuu kuvien jakamiseen, seuraamiseen, kommentoimiseen ja tykkäämiseen. Kuvanjakopalvelut ovat älypuhelimien myötä nousseet yhdeksi isoimmista trendeistä sosiaalisessa mediassa. Instagramissa voi ottaa ja julkaista valokuvia profiilissaan suoraan sovelluksella, tai aikaisemmin otettuja kuvia voi julkaista älypuhelimien kamerarullasta. Ennen otoksen julkaisua kuvaa voi muokata monipuolisesti sovelluksen mukana tulevin visuaalisin efektein, kuten lisäämällä kuvan päälle filterin eli sen värimaailmaa muokkaavan suodattimen. (Pönkä, 2014, 121-122). Vuonna 2011 palveluun lisättiin hashtag-toiminto (suom. risuaita tai aihetunniste), jonka menetelmä perustuu sosiaalisen verkoston sisällön suodattamiseen ja löytämiseen aihealueiden mukaan. Hashtag mahdollistaa yhteisistä aihealueista kiinnostuneet käyttäjät löytämään jaetut julkaisut lisäämällä #-merkin haluamansa aiheeseen liittyvän sanan eteen. (Banzerus, 2016, 14). Myöhemmin uutena päivityksenä sovellukseen tuli mahdollisuus julkaista lyhyitä videopätkiä. Julkaistut kuvat ja videot ovat automaattisesti kaikkien nähtävillä, ellei käyttäjä ole muuttanut profiiliaan yksityiseksi. Yksityisestä profiilista julkaisumateriaalin näkevät vain seuraajiksi hyväksytyt henkilöt. (Pönkä, 2014, 121-122).

Videopalvelut ovat yksi sosiaalisen median suosituimmista ryhmistä, joista suosituimpana palveluna toimii YouTube (Pönkä, 2014, 115). Palvelun virallinen lanseeraaminen tapahtui vuonna 2005, kun videoilla oli jopa kahdeksan miljoonaa katselukertaa päivässä (Östman, 2013, 87). Jokainen YouTube-sivu koostuu valitusta katsotusta videosta, muiden käyttäjien kommenteista ja oikealla sivupalkilla näkyvästä luettelosta ehdotetuista videoista (Androutsopoulos, 2013, 50). Palvelu mahdollistaa käyttäjien julkaista omia videoita henkilökohtaisen profiilin kautta laajalla asteikolla ammattilaistuotannosta älypuhelimilla kuvattuihin videopätkiin saakka. Käyttäjistä suurin osa rajoittaa palvelun käyttämisen muiden tuottamien videoiden katseluun, jotka sisältävät niin hyödyllistä tietoa kuin viihdyttävää ajanvietettä. Palvelun suosittua sisältöä tarjoavat muun muassa eläinvideot, pelikanavat ja videobloggaajat (eli vloggaajat tai tubettajat), jotka päivittävät kuulumisia elämästään kuvaamalla videoita esimerkiksi arjestaan. YouTubea katsotaan videoita kuukausittain enemmän kuin kuusi miljardia tuntia. Videoita on mahdollista jakaa useiden sosiaalisen median palveluiden kautta esimerkiksi upottamalla videon linkin www-sivustolle, kuten omaan henkilökohtaiseen blogiin. (Pönkä, 2014, 115-120). YouTube on noussut olennaiseksi sivustoksi ruohonjuuritason tuotannolle ja jakelulle (Jenkins, 2006, 274).

Älypuhelmiin ladattavat pikaviesti- ja keskustelusovellukset saavuttivat suuren suosion viime vuosien aikana, joista pikaviestisovellus WhatsApp saavutti valtaväestön suosion tehokkaasti. Sovellus lanseerattiin vuonna 2009, ja palvelu saavutti 200 miljoonan käyttäjän rajan vain neljä vuotta julkistuksen jälkeen. Sovelluksen kautta käyttäjät voivat lähettää ja vastaanottaa viestejä toisilleen sisältäen kuvia, tekstiä, ääntä tai videoita. Käyttäjien välinen vuorovaikutus on mahdollista henkilökohtaisen puhelinnumeron avulla. Älypuhelimien puhelinluettelon numerot liitetään WhatsApp-sovellukseen, jonka kautta palvelin löytää puhelinluettelon kontaktit. Sovellus toimii käyttäjien kesken, mikäli molemmilla osapuolilla on palvelin käytössään. Viestejä on mahdollista lähettää yhdelle tai useammalle käyttäjälle, jolloin sovellus luo keskustelukanavan käyttäjien välille. (Pönkä, 2014, 136-139).

Snapchat on eräänlainen älypuhelimien pikaviestisovellus, joka on saavuttanut suuren suosion erityisesti nuorten käyttäjien keskuudessa. Sovellus mahdollistaa käyttäjien välisen kommunikoinnin chat- eli keskustelutoiminnon avulla. Snapchatin erottaa muista pikaviestisovelluksista sen *snappien*, eli käyttäjän valitsemien 1-10 sekuntia kestävien kuva- ja videoviestien lähettämisen. Lähetetty viesti katoaa sen jälkeen, kun vastaanottaja on sen nähnyt. Viestistä on mahdollista ottaa ruutukaappaus, jolloin lähettäjä saa tapahtumasta ilmoituksen. Palvelu mahdollistaa käyttäjien julkaisemat pidemmät kuvatarinat MyStory-toiminnolla, jotka näkyvät profiilin seuraajille vuorokauden ajan. Palvelin ei tallenna viestejä pysyvästi, ellei käyttäjä halua tallentaa ottamiaan kuvia älypuhelimensa muistiin. (Pönkä, 2014, 168).

### **3.3 Verkkokieli nuorisokielen muokkaajana**

Nykynuorison yhteydenpidon tavoissa on havaittavissa muutoksia alueellisesti, ajallisesti ja sosiaalisesti. Muutokset nuorison tavoissa nostavat uusia kysymyksiä pinnalle nuorisokulttuurin määritelmästä. Perinteisesti nuorisokulttuureiden ymmärretään olevan sidonnaisia maantieteellisen etäisyyden ja yhteisten mieltymysten, kuten ulkoisten tyylikeinojen, kanssa. Globaalin verkkomaailman kasvavan painoarvon myötä ei ole enää mahdollista pitää nuorisokulttuureita puhtaasti fyysisenä ja paikallisesti rajattuna ilmiönä. (Bennet & Robards, 2014, 2). Nuorisokulttuureille perinteisesti tyypillisiä visuaalisia yhtäläisyyksiä ei tule ottaa itsestäänselvytenä. Päinvastoin nuorisokulttuureja tulee tarkastella yhteisten ideoiden kulttuureina, joiden vuorovaikutus tapahtuu nykyään yhä enemmän verkkomaailman välityksellä. (Bennet, 2004, 163).

Teknologian ja nuoruuden käsitteen kehitykset ovat nykypäivänä täysin sidottuja toisiinsa. Tämä ilmiö koskee erityisesti kielellisesti tapahtuvia muutoksia, sillä nuoret ovat jättäneet jälkensä uuteen kielelliseen ilmiöön. (Danesi, 2003, 26).

Nykypäivänä huomattava osa nuorten viestinnästä tapahtuu teknologian välittämänä. Nuoret ovat ikään kuin edistyneet taidokkaiksi kommunikaatiovälineiden moniosaajiksi. Teknologiset välineet ja palvelut mahdollistavat monikanavaisia sosiaalisia vuorovaikutustilanteita, joita nuoret oppivat käyttämään kokeilemalla, kommunikoimalla ja osallistumalla niihin yhdessä muiden parissa. Teknologia ei itsessään sanele, kuinka sitä käytetään, vaan käyttäjät havaitsevat itselleen mieluisat käyttötavat kommunikoida muiden kanssa. (Salovaara & Kurvinen, 2008, 232). Kieli elää ja muuttuu ihmisten mukana, minkä takia kielelliset ilmiöt ovat ajattomia (Onikki-Rantajääskö & Siirainen, 2008, 23). Nuorten hyödyntäessä teknologian monipuolisia mahdollisuuksia he ovat kielellisten muutosten edelläkävijöitä (Danesi, 2003, 27).

Verkkomaailma on merkittävä kielellisten vaihtoehtojen laajenemisen kannalta. Teknologian aikaisemmat merkittävät tiedotusvälineet, kuten radiokanavat, toivat aikansa kielimuotoihin muutoksia. Samanlaisen muutoksen huomataan tapahtuneen teknologian kehittyessä, kuten verkkomaailman viestittelyssä ja sosiaalisen median palveluissa. Huomattavana eroavaisuutena on, että internet on paljon laajempi ja jatkuvasti muuttuvampi kokonaisuus kuin aikaisemmat teknologiset tiedotusvälineet. Verkkomaailman sisältöä ja siellä käytettävää kieltä on opittava hallitsemaan ja huomaamaan. (Crystal, 2011, 7).

Verkkokieli on eräänlainen kieli itsessään, joka pitää sisällään verkolle ainutlaatuisia ominaisuuksia. Sen piirteet nähdään elektronisina, globaaleina ja vuorovaikutteisina välineinä. (Crystal, 2001, 18). Verkkokielen käsite sisältää useita haasteellisia ominaisuuksia sen tutkimiseen, kuten sen sisältämän valtavan tiedon määrän. On todettavaa, että yhtä suurta kielten kokoelmaa ei ole aikaisemmin ollut havaittavissa. Verkkomaailma pitää sisällään enemmän kirjoitettua tekstiä kuin kaikki maailman kirjastot yhteensä. Sen informatiivinen sisältö kasvaa sitä nopeammin, mitä useammat maat liittyvät verkkoon ja mitä enemmän materiaalia verkkoon lisätään. On todettavaa, että verkon monipuoliset vuorovaikutuksen tavat haastavat käsitteen yksinkertaistamisen. (Crystal, 2011, 10).

Teknologian kehitys esittelee uusia vuorovaikutuksen välineitä (Crystal, 2001, 5), joissa tapahtuvat vuorovaikutustilanteet eroavat perinteisestä keskustelutilanteesta. Verkkokieli ei ole suorasti yhteneväistä puhe- tai kirjoituskielen kanssa, mutta siinä havaitaan molempien ominaisuuksia. Sanasto on aina helpoiten muuttuva kielialue, joten verkkomaailman on odotettavissa

muodostaa uusia sanoja ja sanontoja. Esimerkiksi nimitykset blogi, bloggaaminen ja bloggaaja (engl. *blog*, *blogging* ja *blogger*) ovat verkkokielellä, sillä ne ovat termejä, joita ei olisi olemassa ilman internetiä. Verkkokielelle ominaiset sanat ja sanonnat ovat aluksi esillä vain verkossa, mutta käyttäjät omaksuvat termistön nopeasti omaan kielelliseen käyttöönsä esimerkiksi slangin kautta. (Crystal, 2011, 58-59). Tuoreena verkkokielellisenä ilmiönä nähdään videopalvelujen, kuten YouTube-kanavien kautta muodostuvat sanat ja sanonnat (Tannen & Trester, 2013, 15). Median ja digitaalisten palveluiden välityksellä uudet sanat ja sanonnat leviävät tehokkaasti (Lappalainen, 2008a, 67). Kielelliset uudistukset nähdään laajemmalla tasolla, kun alkuperäisten käyttäjien lisäksi ulkopuoliset henkilöt ryhtyvät viittaamaan puheessaan verkossa syntyneisiin kielimuotoihin. (Crystal, 2001, 19).

Sosiaalisen median monipuoliset toiminnot tarjoavat käyttäjilleen laajan valikoiman identiteetin ilmaisuun. Identiteetin ja persoonan ilmaiseminen sosiaalisessa mediassa ei aina ole heijastus todellisesta minuudesta, vaan myös siitä, miltä haluamme näyttää muiden silmissä, ja kuinka muut meidät todellisuudessa näkevät. (Lee, 2014, 93). Nuoren vertaisryhmillä on keskeinen rooli verkossa rakennettuun identiteettiin (Davis, 2014, 12), johon sosiaalisia paineita aiheuttaa alituinen ryhmään kuulumisen tarve (Salasuo & Suurpää, 2014, 136). Jaetut yhteiset kielelliset ilmiöt ovat tärkeä osa ryhmään kuulumisen kannalta, ja sosiaalisen median palvelut antavat vivahteita siitä, miten ryhmän kielelliset ominaisuudet muokkautuvat. (Tagg & Seargeant, 2014, 9-10). Ryhmän henkilöiden kielellisistä valinnoista syntyy kieliyhteisö, jossa kieli elää (Onikki-Rantajääskö & Siirainen, 2008, 10).

Globalisaatio kasvattaa kulttuurien välistä lainautumista, jossa toistuvasti toisiinsa yhteyksissä olevat kielet ja kulttuurit samankaltaistuvat piirteiltään. Historiassa kielellistä lainautumista on ollut iäti eri kieliä puhuvien yhteisöjen ollessa tekemisissä keskenään. Teknologian kehittyessä kielelliset ilmiöt näyttävät enemmän kuin koskaan aikaisemmin. (Onikki-Rantajääskö & Siirainen, 2008, 9). Sosiaalinen media ja sen sisällä tapahtuva verkostoituminen on globaalia, missä ryhmille tärkeintä on yhteisiin mielenkiinnonkohteisiin samaistuminen. Verkossa tapahtuvat vuorovaikutustilanteet mahdollistavat kommunikoinnin vieraiden ihmisten kanssa ympäri maailmaa. (Tagg & Saergeant, 2014, 11).

Verkon monikielistyminen on yksi sen merkittävimmistä muutoksista, sillä alkuaikoina verkkomaailmaa käytettiin vain englanniksi sen yhdysvaltalaisen alkuperän vuoksi. Englannin kieli on vielä tänäkin päivänä verkossa käytetyin kielimuoto. (Crystal, 2011, 78-79). Verkkokielen

kehityssuuntaukset edustavat kahta laajaa kielellistä näkökulmaa: niitä, jotka vaikuttavat yksilön kielelliseen käyttöön, ja niitä, jotka tuovat eri kieliä yhteen (Crystal, 2001, 226). Uutena kielellisenä ilmiönä on huomattu muiden kielien yhdistely englannin kielen kanssa (Tagg & Seargeant, 2014, 183). Kielen vaihtelua toiseksi kieleksi keskustelun, lauseen tai sanan yhteydessä kutsutaan koodinvaihdoksi (Lappalainen, 2008a, 81). Eri kielten kohdatessa tapahtuu kontakti-ilmiöitä, jossa kielelliset ilmiöt lainautuvat tai sekoittuvat keskenään. Englannin kielen ollessa verkkomaailman dominoiva kieli on selvää, että se vaikuttaa globaalisti vallitsevaan populäärikulttuuriin ja täten kielellisiin valintoihin. (Kotilainen, 2008, 128, 140). Verkkokielen kasvavaa kielimuotoa innoittaa sen luovuus. Käyttäjät etsivät jatkuvasti uutta sanastoa ja ilmaisuja kuvaamaan kokemuksiaan teknologian rajoitteista huolimatta. (Crystal, 2001, 67). Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa leviävät sitaatit ja huumorikuvat kulkeutuvat käyttäjien nähtävälle maailmanlaajuisena ilmiönä (Suominen ym., 2013, 16). Verkossa tapahtuvien ilmiöiden arvioiminen tarkasti on mahdotonta. Ymmärrettävää on, että teknologinen vallankumous tuo yhteen ihmisiä ympäri maailmaa. (Koskenniemi, Lindén, Carlson, Vainio, Arppe, Lennes, Westerlund, Hyvärinen, Bartis, Nuolijärvi & Piehl, 2012, 5).

### **3.4 Yhteenveto nuorisokulttuurista ja verkkokielestä**

Jatkuva historian kulku ja muuttuvat elämän olosuhteet muokkaavat nuorisokulttuurin käsitettä sukupolvelta toiselle. Verkkokielen termillä tarkoitetaan verkossa käytettyä kieltä, joka usein eroaa vakiintuneen kielen ilmaisujen käytöstä. Jokaisen ikäkohortin nuorisokulttuureihin liitetään ajan nuoria yhdistäviä kokemuksia ja tapahtumia. Yhteiset kokemukset ja tapahtumat muokkaavat aikansa nuorisokäsitteen tulkintaa. Nykypäivän digitalisoitumisen voidaan käsittää olevan tämänhetkisesti vallitsevan nuorisokulttuurin tyypillinen piirre. Nuoret viettävät entistä enemmän aikaa verkossa ja sen palveluissa, kuten sosiaalisessa mediassa.

Kielen ja identiteetin välillä on yhteys. Nuoren kielelliseen ilmaisuun ja identiteettiin liittyvät vahvasti yhteiskunnalliset, sosiaaliset ja persoonanmukaiset tekijät, joissa nuorta ympäröivä kulttuuri toimii vaikuttajana. Identiteetin piirteiden sekä kielellisen vaihtelun todetaan olevan yleistä nuorten keskuudessa, esimerkiksi kavereiden ja perheenjäsenten kanssa käyttäytytään eri tavalla. Kielen ymmärretään olevan vahva osa nuoren rakentuvaa identiteettiä, sillä se tuo

esille tämänhetkisesti vallitsevat muoti-ilmiöt ympäröivässä yhteiskunnassa. Nykypäivän kielelliseksi muoti-ilmiöksi voidaan sanoa globalisoitunutta digitaalista maailmaa, jonka palvelut ovat runsaassa käytössä nuorten keskuudessa. Erityisesti nuorten käyttämällä sosiaalisen median palveluilla oletetaan saavutettavan uusia kielellisiä ilmiöitä, sillä ilmiöt leviävät ennennäkemättömän nopeasti sosiaalisen median palveluiden verkostoissa maailmanlaajuisesti.

Nykynuorten ymmärretään kuuluvan Z-sukupolveen, joille ominaisena piirteenä nähdään syntyminen digitaaliseen maailmaan. Sukupolvelle ominainen piirre on jopa päivittäinen sosiaalisen median palvelujen käyttö, runsas verkossa vietetty aika sekä sosiaalisten suhteiden ylläpitäminen teknologisten viestimien välityksellä. Digitalisoituminen on toisin sanoen suuri osa heidän ajanjaksoaan vallitsevaa nuorisokulttuuria. Digitalisoituminen ja sen palvelut, kuten sosiaalinen media, luovat automaattisesti uutta sanastoa pinnalle. Kielellisissä muutoksissa sanasto on tehokkaimmin kehittyvä ja muuttuva alue, mutta luotu uusi sanasto ei ole aina pysyvää sen mahdollisesti pienen käyttäjäryhmän vuoksi. Nuorisokulttuureille on ominaista nuorisokielelliset ilmiöt, jolla osoitetaan ryhmään kuulumisen asenteita. Koska digitalisoituminen muokkaa tämänhetkisesti vallitsevaa nuorisokulttuuria, on oletettavaa sen muokkaavan nuorten kielellisiä ilmiöitä verkon kautta. Verkkokielen voidaan käsittää olevan nuorten keskuudessa käytetty niin sanottu muoti-ilmiö, joka leviää esimerkiksi sosiaalisen median verkostojen välityksellä. Sosiaalisen median nimitys itsessään viittaa sanaan ”sosiaalinen”, joten sen on oletettavaa tuoda uusia vuorovaikuttavia ilmiöitä mukanaan.

Verkkomaailma, sosiaalinen media ja kokonaisuudessaan digitalisoituminen mahdollistavat nuorten välisen kommunikoinnin maantieteellisestä sijainnista huolimatta. Globalisoituvassa maailmassa nuorisokulttuurilliset piirteet saavat yhteisiä ominaisuuksia ympäri maailmaa. Verkkopalvelut mahdollistavat esimerkiksi videoiden katselun, päivityksien lukemisen ja verkostoitumisen käyttäjien kesken ympäri maailmaa. Englannin kielen ollessa verkossa eniten käytetty kieli on oletettavissa, että se sekoittuu muiden verkossa käytettyjen kielten kanssa. Tämän vuoksi englannin kielellä on suuri vaikutus verkkokielellisten ilmaisujen muodostumisessa, jotka leviävät nopeasti esimerkiksi YouTube-kanavien ja Instagram-tilien välityksellä. Englanninkieliset verkkokielen ilmaisut leviävät verkon kautta muunkielisten nuorten käyttöön. Verkkomaailma mahdollistaa maiden välisen monikielellistymisen- ja kulttuurillistymisen tehokkaammin kuin aikaisempina vuosikymmeninä.

## 4 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa esittelen, miten olen tutkimuksessani edennyt. Keräsin tutkimusaineistoni kolmesta suomalaisesta suurehkon kaupungin peruskoulusta, johon osallistui yhteensä neljä 5. luokkaa (yhteensä 67 oppilasta). Tutkimukseen osallistui kaksi normaalikoulua sekä yksi kansainvälinen koulu. Halusin ottaa tutkimukseen mukaan oppilaita eri kouluista, jotta tutkimustulokset ovat mahdollisimman monipuolisia ja toisistaan vertailtavissa. Tutkimuksen otannan koko ei ole varsin suuri, minkä vuoksi otoksesta ei voi tutkia laajalle meneviä johtopäätöksiä (Heikkilä, 2002, 75.) Tässä luvussa kerron tutkimuksen menetelmistä, aineiston keruusta sekä aineiston analyysin menetelmistä sekä sen luotettavuudesta.

Tieteellistä tutkimusta voidaan kutsua ongelmanratkaisuksi. Sillä pyritään selvittämään tutkimuskohteen toimintaperiaatteita. Tutkimuksen teko on aina luovaa prosessia. Tieteellinen tutkimus voi olla teoreettista kirjallisuuskatsausta tai havainnoivaa eli empiiristä tutkimusta. Hyvin onnistunut tutkimus vaatii tarkasti harkitun kohderyhmän, aiheeseen perehtymisen sekä otollisen tutkimusmenetelmän valinnan. (Heikkilä, 2002, 13-14). Tutkijoilla on toisistaan eroavia toimintatapoja tutkimuksen toteuttamisessa. Tämän vuoksi on myös useita erilaisia tulkinnoita siitä, miten tutkimusprosessia voidaan havaita. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2005, 57). Tutkimuksen on hyvä olla hyödyllinen ja toimiva, joka tuo esiin uusia näkemyksiä ja tietoa (Heikkilä, 2002, 32.)

### 4.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus on toteutettu empiirisenä kyselytutkimuksena, jonka tutkimuksen lähestymistapa on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Empiirisessä tutkimuksessa kolme tärkeintä huomiota otettavaa seikkaa ovat tutkimusongelma, aineisto ja menetelmä. Tällä tutkimuksen alalla tarkoitetaan tutkimusta, jonka aineisto on kerätty useiden apuvälineiden auttamana. Tutkimuksessa muuttuja tai muuttujat ovat manipuloitavissa. Kyseinen tutkimuksen ala ei ole vain tilastomatemaattista aineiston käsittelyä. Empiirinen tutkimus voi olla tutkijan omiin päättelyihin perustuvaa tutkimusta. (Soininen, 1995, 17).



Tutkimukseni noudattaa tutkimusstrategiana vertailevaa survey-tutkimusta. Kyselytutkimuksia kutsutaan survey-tutkimuksiksi. Tämä tutkimuksen muoto on tehokas tiedonkeruun väline silloin, kun tutkittavia on runsaasti. Tutkimuksen aineisto saadaan käyttämällä tutkimuslomaketta. (Heikkilä, 2002, 19). Survey-tutkimukset tutkivat pieniä tai suuria perusjoukkoja. Perusjoukoista valitaan ja tutkitaan tutkimukseen relevantteja pienempiä otoksia. Survey-tutkimukset ovat sen tiedoista riippuen joko vertailevia tai selittäviä tutkimuksia. Tämä tutkimuksen ala suuntautuu jonkin perusjoukon ominaisuuksien tutkimiseen. Survey-tutkimukset ovat selkeitä, koska sen muuttujat ovat yhtäläisessä asemassa. Tutkimusaineiston keruu on jokseenkin vaivatonta ja vähäkustanteista. (Soininen, 1995, 80). Tutkimukseen tarvittavat tiedot kerätään standardoidussa muodossa suurelta määrältä ihmisiä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2005, 125.) Kyseinen tutkimustyyppi on myös saanut kritiikkiä suuresta aineiston määrästä sekä kaavamaisesta tilastomatematisesta aineiston käsittelystä. Survey-tutkimus on usein tasapainoista, sillä tutkittavan kohde suuntautuu vain senhetkisiin tilanteisiin ja ilmiöihin, joka tekee todellisudesta liian yksinkertaisen. (Soininen, 1995, 80).

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tutkimuksen avulla saadaan selville prosenttiosuuksiin sekä lukumääriin kuuluvia kysymyksiä ja erillisten asioiden keskinäisiä riippuvuuksia tai tutkittavissa tapauksissa sattuvia muutoksia. Aineiston keruun menetelmänä toimii usein standardoidut tutkimuslomakkeet valmiilla vastausvaihtoehdoilla. Tutkittavia asioita hahmotetaan numeerisesti ja tuloksia voi myös kuvata kuvioin tai taulukoin. Kvalitatiivinen tutkimus kerää aineiston vähemmän strukturoidusti kuin kvantitatiivinen tutkimus, jossa aineisto on yleensä tekstimuodossa. Määrällisen tutkimuksen aineisto voidaan hankkia useista erilaisista valmiista tilastoista tai tietokannoista, josta tarvittavat tiedot kerätään itse. Usein valmiiden aineistojen tietokannat eivät riitä, minkä vuoksi oman aineiston hankkiminen empiirisessä tutkimuksessa on yleistä. (Heikkilä, 2002, 16-18).

#### **4.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset**

Tutkimuksellani pyrin selvittämään sitä, millaista verkkokieltä tutkimukseen osallistuvat 5.luokkalaistet nuoret käyttävät ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Tutkimuksen hypoteesina toimii oletus, että jokainen oppilas käyttää verkkokieltä edes jonkin verran. Suurin tavoitteeni oli saada selville osa tämän hetken käytetyimmistä verkkokielen sanoista, samalla selvittäen missä, miten ja miksi niitä käytetään. Valitsin kyselylomakkeeseen yhteensä 25 verkkokielen

sanaa useilta eri vuosilta. Lomakkeeseen päätyneet verkkokielen sanat olivat joko englanniksi tai suomeksi. eBrandin (2019) nettitutkimuksen mukaan YouTube, SnapChat, Instagram ja WhatsApp ovat nuorten keskuudessa suosittuja sosiaalisen median palveluita, joten tutkin ja löysin uusia nykyhetken verkkokielen ilmaisuja kyseisistä verkkopalveluista. Suhteellisen uusi verkkopalvelu TikTok on tällä hetkellä kasvattanut suosiotaan nuorten keskuudessa, joten koin tämän sosiaalisen median palvelun huomioimisen tärkeäksi osana tutkimustani. Tämän vuoksi valitsin kyselylomakkeen muutaman verkkokielen sanan myös kyseisestä sosiaalisen median palvelusta. Halusin ottaa kyselylomakkeeseen mukaan verkkokielen sanoja useilta eri vuosilta, sillä tutkimuksen kannalta on mielenkiintoista havainnoida kuinka pitkään tietyt verkkokielen sanat ovat pinnalla. Tutkimukseni on myös kiinnostunut vertailemaan koulujen sekä sukupuolten välisiä eroja, sillä ne tuovat esille uusia ilmiöitä ja huomioita tutkittavasta aiheesta.

Tutkimusaineistoni tavoittelee vastauksia alla oleviin tutkimuskysymyksiin:

1. Mitkä ovat nuorten tämänhetkisesti käytetyimmät verkkokielen sanat?
2. Mistä nuoret löytävät uusia verkkokielen sanoja?
3. Missä tilanteissa ja miten nuoret käyttävät verkkokieltä?
4. Miksi nuoret käyttävät verkkokieltä?

### **4.3 Aineistonkeruun menetelmänä kyselylomake**

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineiston keruun menetelmäksi sopii usein kyselylomake. Kyselylomake sopii myös kvalitatiiviseen tutkimukseen mielipiteiden selvittämiseksi. Kvalitatiivisen tutkimuksen kyselylomakkeet ovat avoimia, millä tarkoitetaan sitä, että kysymyksiä ei ole strukturoitu valmiiksi. Tämä tarkoittaa sitä, että kysymyksissä ei ole valmiita vastausvaihtoehtoja. Kvantitatiivisen tutkimuksen kyselylomakkeet ovat strukturoituja. Puolistrukturoidussa kyselylomakkeessa on elementtejä molemmista, millä tarkoitetaan sitä, että lomake sisältää sekä avoimia että valmiiksi strukturoituja kysymyksiä. (Soininen, 1995, 114). Tutkimukseni noudattaa puolistrukturoitua kyselylomakkeen menetelmää, sillä avoimet kysymykset täydentävät ja syventävät tietoa tutkittavasta aiheesta. Tämä menetelmä on toimiva, mikäli tutkittavien määrä ei ole liian suuri. Avoimet kysymykset ovat käytännöllisiä, mikäli vaihtoehdot eivät ole tarkkaan tunnettuja etukäteen (Heikkilä, 2002, 49).

Kyselytutkimuksen yksi olennaisimmista tekijöistä on kyselylomake ja sen laatiminen. Lomakkeita on mahdollista tehdä suoraan internet-sivuille, jolloin vastausten siirtäminen suoraan tilasto-ohjelmaan on kätevää. Kyselylomakkeen kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja pohtiessa on hyvä selkeyttää sitä, kuinka täsmällisiä vastauksia tarvitaan ja kuinka täsmällisiä tietoja voidaan saada. Vastausvaihtoehdot ovat valmiina suljetuissa kysymyksissä, joista vastaaja ympyröi tai rastittaa itselleen sopivan tai sopivat vastaukset. Näitä kysymyksiä kutsutaan myös monivalintakysymyksiksi, tai tieteellisesti kutsuttuna strukturoiduiksi kysymyksiksi. Monivalintakysymykset ovat toimivia silloin, kun vastausvaihtoehdot voidaan rajata etukäteen. Nämä kysymykset yksinkertaistavat ja torjuvat tietynlaisia tutkimuksellisia virheitä. Vastaajat eivät välttämättä osaa muotoilla vastauksiaan esimerkiksi nuoren iän tai muun tekijän seurauksena. Sekamuotoiset kysymykset antavat vastausvaihtoehtoihinsa yleensä yhden avoimen vaihtoehdon: “Muu, mikä?” Tämä avoin vaihtoehto on oleellinen lisä silloin, kun kysymyksiä luodessa ei ole varmaa, onko kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot keksitty. Kyselylomakkeeseen voi lisätä myös sekamuotoisia väittämiä, joihin vastataan asteikollisin vastausvaihtoehdoin. Asteikotyyppisillä kysymyksillä saadaan paljon tietoa vähällä vaivalla, mutta heikkona kohtana on se, ettei vastausten perusteella voida päätellä vastaajien painoarvoja kysymykseen. (Heikkilä, 2002, 47-52).

Käytin tutkimuksessani puolistrukturoitua kyselylomaketta, sillä se sisältää strukturoituja kysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä niiden tueksi. Strukturoidut kysymykset ovat joko monivalinta- tai sekamuotoisia kysymyksiä tai sekamuotoisia väittämiä. Sekamuotoisissa kysymyksissä oppilaat pystyivät valitsemaan useita vaihtoehtoja ja halutessaan valita vastauksen “Muu, mikä?”, mikäli heille tarpeellinen vaihtoehto puuttui listalta. Sekamuotoisilla väittämillä oppilas pystyi valitsemaan käyttääkö kyselylomakkeessa 25 mainittua verkkokielen sanaa Paljon, Jonkin verran, Olen vain kuulut tai En yhtään. Kaikki edellä mainitut lomakkeen kysymykset olivat pakollisesti vastattavia. Lomakkeessa on myös kolme avointa kysymystä, joista vain kaksi oli pakollisia. Kysymys “Käytätkö muita verkkokielen sanoja?” ei ollut pakollinen, sillä tutkimus ei voi olettaa oppilaiden käyttävän muita verkkokielen sanoja.

#### 4.4 Aineiston kuvaus ja analyysi

Tutkimukseni aineisto kerättiin anonyyminä verkkokyselynä helmikuussa 2020, joka toteutettiin Google Forms-ohjelman avulla. Lähetin tutkimuspyynnön kolmeen eri peruskouluun. Tutkimukseen osallistui yhteensä neljä 5. luokkaa kolmesta eri koulusta. Oppilas tarvitsi vastaamisen välineeksi joko iPadin tai tietokoneen, minkä avulla hän pääsi avaamaan kyselyyn johtavan jaetun linkin tai QR-koodin. Kysely toteutettiin täysin anonyymina ja vapaaehtoisena. Oppilaiden henkilökohtaisista tiedoista tuli vastaustilanteessa ilmi vain koulu ja sukupuoli. Ennen kyselyyn osallistumista oppilaiden tuli saada huoltajaltaan lupa siihen osallistumiseen. Lähetin jokaisen tutkimukseen osallistuvan ryhmän luokanopettajalle huoltajille menevät lupalaput, jotka oppilaat palauttavat luokkansa opettajalle takaisin. Tutkimukseen osallistuvien luokkien opettajilla oli mahdollisuus pyytää minua paikan päälle toteuttamaan kysely, mutta kaikki opettajat toteuttivat sen itse sanomallani aikavälillä parhaana näkemänään ajankohtana.

Tutkimuksen tuloksia analysoitaessa tulee pitää huoli siitä, että kenenkään yksityisyyttä ei vaaranneta. Tutkittaville kerrotut lupaukset luottamuksellisuudesta on pidettävä mielessä. Yksittäinen vastaaja ei saa olla tunnistettavissa vastauksista. (Heikkilä, 2002, 31).

Tutkimusaineistot käsitellään usein tietokoneella ja sen käytetyimpiä analyysiohjelmia ovat muun muassa SPSS ja Excel (Heikkilä, 2002, 121). Tutkimukseni aineisto analysoitiin Google Sheets-ohjelmalla, joka on Excel-ohjelman kaltainen. Google Sheets-ohjelman avulla pystyy vaivatta analysoimaan alle sadan vastaajan aineistoa, ja valmis aineisto on suoraan siirrettävissä Google Forms-ohjelmasta Google Sheets-ohjelmaan. Tämän vuoksi aineistoa siirtäessä ei ole voinut tapahtua näppäilyvirheitä. Google Sheets mahdollisti muuttujien vertailun sekä taulukoiden, kaavioiden sekä matemaattisten laskutoimitusten tekemisen.

Taulukot ovat konkreettinen tapa ilmaista useita lukuja pienessä tilassa. Taulukon avulla lukija voi helposti vertailla niiden suhteita ja toteuttaa omia tarkentavia lisälaskelmia. Isot vastaajamäärät saadaan taulukon avulla organisoitua hallittavaan muotoon. Taulukoiden luettavuutta voidaan parantaa sen visuaalisuuden suunnittelulla. Taulukossa ei ole suotavaa olla liikaa sarakkeita, mutta sen tulee sisältää kaikki siihen olennainen tieto. Erilaiset kuviot tekevät raportista mielenkiintoisemman, mikäli kuviotyyppejä on valittu hyvin. Tutkimukseen valittujen kuvi-

oiden tulee kertoa olennainen tieto selkeästi. Pylväskuviot sopivat erinomaisesti nominaalitasojen tasoisten muuttujien kerrontaan. Määrää ja määrän muutoksia voidaan korostaa pylväskuvioilla. (Heikkilä, 2002, 149, 155).

## 5 Tutkimustulokset ja tarkastelu

Kyselytutkimukseen vastasi yhteensä 67 nuorta 5. luokan oppilasta kolmesta eri koulusta. Tutkimukseen osallistuneet koulut ovat nimetty termein A, B ja C oppilaiden henkilöllisyyden suojaamisen turvaksi.

1. Koulu A - 21 vastausta (31,3%)
2. Koulu B - 31 vastausta (46,3%)
3. Koulu C – 15 vastausta (22,4%)

Kaikki tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden vastaukset hyväksyttiin osaksi tutkimusta. Kyselyyn vastanneista tyttöjä oli 33 (49,25%), poikia oli 33 (49,25%) ja muunsukupuolisia 1 (1,5%).

Tutkimus tarkastelee ja vertailee tutkimustuloksia keskenään koulujen sekä sukupuolten välillä. Tutkimukseen osallistui vain yksi muunsukupuolinen, jonka vuoksi hänen vastauksiaan ei voi pienen vastaajamäärän vuoksi vertailla sukupuolten välillä. Muunsukupuolisen osallistujan vastaukset on kuitenkin otettu huomioon koko vastaajamäärän tuloksiin sekä koulujen välisiin vertauksiin.

### 5.1 Oppilaiden käyttämät verkkokielen sanat

Ensimmäinen tutkimuskysymyksen tutkii 5. luokan oppilaiden tämänhetkisesti käytetyimpiä verkkokielen sanoja. Oppilaat ovat lomakkeen kysymyksessä arvioineen 25 verkkokielen sanojen (Taulukko 1) käytön asteikolla: 1) Paljon 2) Jonkin verran 3) Olen vain kuullut 4) En yhtään. Valitsin tutkimukseen päätyneitä verkkokielen sanoja monin eri perustein: tämän hetken uusimmat verkkokielen sanat, muutaman vuoden takaiset verkkokielen sanat ja vanhat verkkokielen sanat. Valintaperusteisiin kuuluivat myös niin suomenkieliset, että englanninkieliset sanat. Halusin tutkimuksessa olevan mahdollisimman monipuolisia verkkokielen sanoja. Tämän avulla pystyin tarkastelemaan jokaisen tutkittavan kohteen kymmenen käytetyintä sanaa.

Taulukko 1. Kyselylomakkeen 25 verkkokielen sanaa ja niiden selitykset.

<b>Kaikki lomakkeen sanat</b>
<b>Basic</b> (Asia, henkilö tai tapahtuma on tavallinen)
<b>FYP</b> (Lyhenne sanoista "for your page". TikTok-sovelluksen suositellut videot omalle etusivulle)
<b>Wörtti</b> (Lyhenne sanoista "worth it" - sen arvoinen)
<b>Servata</b> (Voittaa väittely)
<b>Mp</b> (Lyhenne sanasta mielipide)
<b>Salty</b> (Mielensä pahoittanut henkilö)
<b>Cringe</b> (Kiusallinen asia, henkilö tai tapahtuma)
<b>Goals</b> (Asia, henkilö tai tapahtuma on tavoittelemisen arvoinen)
<b>Nälä</b> (Lyhenne sanoista "no äläpä")
<b>Mintissä</b> (Hyvältä näyttävä henkilö)
<b>Ok boomer</b> (Ilmaistaan pettymystä suuren ikäluokan edustajille)
<b>Sos</b> (Asia, henkilö tai tapahtuma on shokeeraava)
<b>And I oop</b> (Ilmaistaan yllättyneisyyttä ja järkytystä)
<b>Ceebs</b> (Lyhenne sanoista "can't be bothered" - ei jaksa vaivautua)
<b>Trollata</b> (Toisten tahallista provosoimista)
<b>Farmata</b> (Konsoli- ja tietokonepeleissä tehtävän suorittamista varten toteutettavat toimenpiteet)
<b>Omg</b> (Lyhenne sanoista "oh my god" - herranjestas)
<b>Yeet</b> (Kuvaillaan innostuneisuutta ja yllättyneisyyttä)
<b>Skksk</b> (Termiä käytetään, kun henkilö ei tiedä miten reagoida hauskaan asiaan)
<b>Veli/Bro</b> (Kaveri)
<b>Lit</b> (Jokin asia, henkilö tai tapahtuma on mahtava)
<b>Savage</b> (Henkilö, joka ei välitä asioiden seurauksista)
<b>5/5 (viis kautta viis)</b> (Kuvailtava asia on täydellinen)
<b>Lowkey</b> (Vaatimaton, pidetään jokin asia pienenä)
<b>Shook</b> (Järkyttävä tai yllättävä asia)
<b>Yhteensä 25</b>

Taulukossa 1 näkyvät kyselylomakkeeseen valikoidut 25 verkkokielen sanaa. Valikoidut verkkokielen sanat ovat vuosikymmeniä vanhoja, muutamia vuosia vanhoja sekä uusia. Useat taulukon 1 verkkokielen sanat ovat käytössä suosituissa sosiaalisen median palveluissa, minkä vuoksi halusin tietää, kuinka paljon tutkimukseen osallistuneet oppilaat niitä käyttävät. Tämän avulla oli mahdollista saada selville, kuinka suosittuja kyseiset verkkokielen sanat ovat tutkimukseen osallistuneiden 5. luokan oppilaiden keskuudessa.

Tutkittavien kohteiden käytetyimmät sanat pääteltiin tutkimuksessa niin, että jokaisen sanan Paljon- ja Jonkin verran-vastaukset laskettiin yhteen, sillä molemmat vastausvaihtoehdot indikoivat sanan käyttämistä. Jokaista kyselylomakkeen sanaa käytti aina vähintään jotkut vastaa-

jista, minkä perusteella lomakkeeseen valikoituneet verkkokielen sanat olivat onnistuneita. Tutkimus tarkastelee ensin kaikkien vastaajien käytetyimpiä kymmentä verkkokielen sanaa. Tämän jälkeen tutkimus keskittyy koulujen sekä sukupuolten välisiin eroihin heidän eniten käyttämässään verkkokielen sanoissa.

Taulukko 2. Muut oppilaiden mainitsemat verkkokielen sanat.

Muut verkkokielen sanat	Vastaukset (kpl)
xD	7
Lol	6
Chillisti	4
Idk	3
Läppä	3
K	3
Fam	2
Atm	1
Wow	1
Ignoorata	1
Boop	1
Thx	1
Oof	1
Dingus	1

Kyselylomakkeen vaihtoehdot verkkokielen sanoille olivat rajattu vain 25 kappaleeseen. Tämän vuoksi lomakkeeseen oli tarpeellista tehdä tarkentava kysymys:

1. Käytätkö muita verkkokielen sanoja? Mitä?

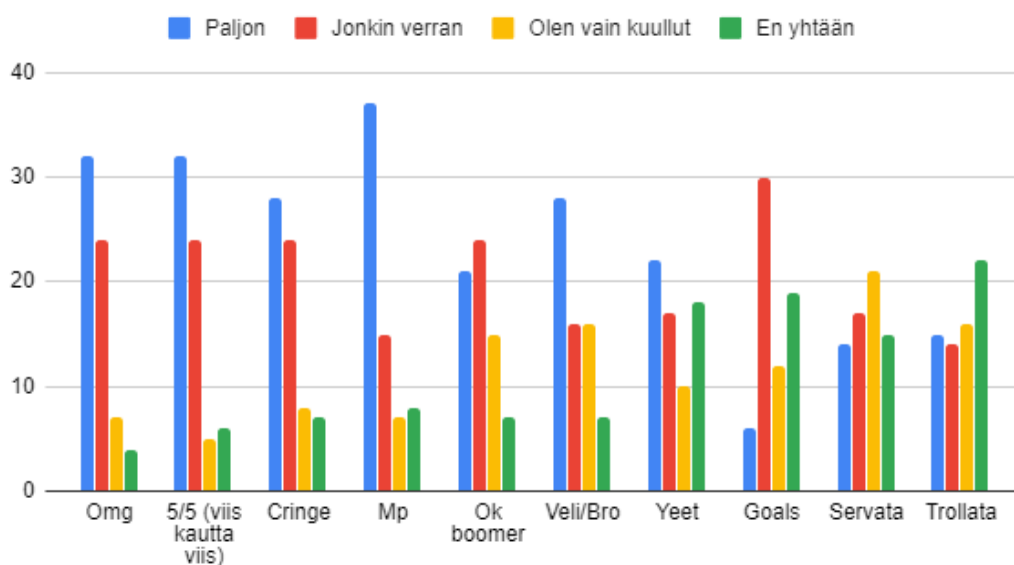
Kysymykseen ei ollut pakollista vastata. Kaikki kyselyyn vastanneista oppilaista eivät välttämättä täysin ymmärrä, mitkä kaikki sanat ovat verkkokieltä tai eivät vastaus tilanteessa keksi muita käyttämiään sanoja. Vapaavalintaiseen kysymykseen vastasi 55 oppilasta (82,1%), joista osa mainitsi vastauksessa useamman verkkokielen ilmaisun. Kysymykseen vastattuja muita verkkokielen ilmaisuja tuli yhteensä 35 kappaletta. Vastaajista 25 kappaletta (45,5%) vastasi vapaavalintaiseen kysymykseen ”En” tai ”En varmaan.” (Taulukko 2).



Taulukon 2 mukaan useat jo yli vuosikymmenen vanhat verkkokielen ilmaiset *xD*, *Lol*, *Idk*, *Läppä*, *K*, *Atm*, *Wow*, *Ignoreata* ja *Thx* ovat nykyajan nuorten käytössä ainakin jonkin verran. Uudempiä verkkokielen ilmaisuja Taulukossa 2 ovat *Chillisti*, *Fam*, *Boop*, *Oof* ja *Dingus*. Tutkimus ei ota Taulukon 2 sanoja huomioon niiden vähäisen vastaajamäärän vuoksi, mutta ne antavat lisätietoa muista nuorten käyttämistä verkkokielen sanoista.

Kuvio 1. Kaikkien vastaajien kymmenen käytetyintä verkkokielen sanaa.

### 5. luokan oppilaiden verkkokieli - Kaikki oppilaat (N=67)



Kuviosta 1 on pääteltävissä kymmenen tämän hetken suosituinta verkkokielen sanaa kaikkien tutkimukseen osallistuneiden nuorten kesken. Kymmenen suosituinta verkkokielen sanaa saatiin selville, kun laskettiin jokaisen sanan Paljon- ja Jonkin verran-vastausten summa.

Kuvion 1 Paljon-vastausten keskiarvo on 23,5 kappaletta, Jonkin verran-vastausten keskiarvo on 20,5 kappaletta, Olen vain kuullut-vastausten keskiarvo on 11,7 kappaletta ja En yhtään-vastausten keskiarvo on 11,3 kappaletta. Paljon- ja Jonkin verran-vastaukset kertovat sanan käytöstä, minkä vuoksi sanojen kokonaiseksi käyttömäärän keskiarvoksi voi sanoa 44 kappaletta (65,7%). Reilusti yli puolet vastaajista käyttävät Kuvion 1 verkkokielen sanoja. Tämän mukaan Kuvion 1 verkkokielen sanat ovat oppilaiden keskuudessa suosittuja.

Kuvion 1 suosituimmat verkkokielen sanat ovat *Omg* ja *5/5* (*viis kautta viis*). Molemmilla verkkokielen sanoilla käyttömäärän summa on 56 (83%). Kolmanneksi suosituimman sanan *Mp* käyttömäärän summa on 52 (77,6%). Mielenkiintoista Kuviossa 1 on se, että suosituin verkkokielen sana *Omg* on jo yli vuosikymmenen vanha, toisin kuin sitä seuraavaksi käytetyimmät sanat. (Kuvio 1).

Kuviossa 1 vähiten käytetyillä sanoilla on myös suhteellisen suuri käyttäjämäärä: *Servata*-sanalla on 31 käyttäjää (46,3%) ja *Trollata*-sanalla on 29 käyttäjää (43,3%). Molemmat verkkokielen ilmaisut ovat jo useita vuosia vanhoja, mutta vielä nuorison käytössä. Vähiten käytetyt sanat myös jakavat mielipiteitä: *Servata*-sanaa ei käytä ollenkaan 15 vastaajaa (22,4%) ja *Trollata*-sanaa ei käytä ollenkaan 22 vastaajaa (32,8%). (Kuvio 1).

### 5.1.1 Miksi oppilaat käyttävät tutkimukseen valittuja verkkokielen sanoja

Tutkimuksessani halusin tarkentaa ja syventää oppilaiden käsityksiä siitä, miksi he käyttävät kyseisiä verkkokielen sanoja:

1. Mitä ylläolevista sanoista käytät eniten ja miksi? Valitse 1-3 sanaa.

Oppilaiden vastaukset toivat tutkimukselle vakuuden siitä, että kyselylomakkeessa mainitut verkkokielen sanat todella ovat nuorten käytössä. Kysymykseen vastaaminen oli pakollista. Vastaajista (N=67) 18 oppilasta (26,9%) vastasivat kysymykseen kattavasti. Loput 49 oppilasta (73,1%) eivät osanneet vastata kysymykseen. Tämä on ymmärrettävää, sillä verkkokieltä ja sen käytön syitä voi olla vaikea selittää.

Monissa vastauksissa oppilaat painottivat sanojen olevan helppokäyttöisiä ja lyhenteitä pidemmistä sanoista (Esimerkit 1-6).

- (1) *Omg*, *5/5* ja *Mp*, koska ne ovat lyhennetty jostain sanoista. (T9)
- (2) Ehkä *Mp*, koska en jaksa sanoa mielipide ja sitte *Sksksk*, koska se on Tiktok juttu. (T25)
- (3) *5/5* koska sanon esim mielipiteen että mikä mielipide on että alkaa kesäloma nii sanon *5/5*. *Omg* esim jos on joku hieno juttu. Veli/Bro sanon tosi usein parhaalle kaverille. (T33)
- (4) *Omg*, koska se on lyhyt ja yleinen sana. (T57)
- (5) Bro, lit ja lowkey. Ne on helppo sanoa. (P11)

- (6) Mp, 5/5 ja veli/bro. Veli: koska me mun kaverin kanssa sanotaan toisillemme aina kun nähdään että velii.  
5/5: koska silloin on helppo sanoo mitä mieltä on. Mp: koska se on lyhenne mielipiteestä. (P19)

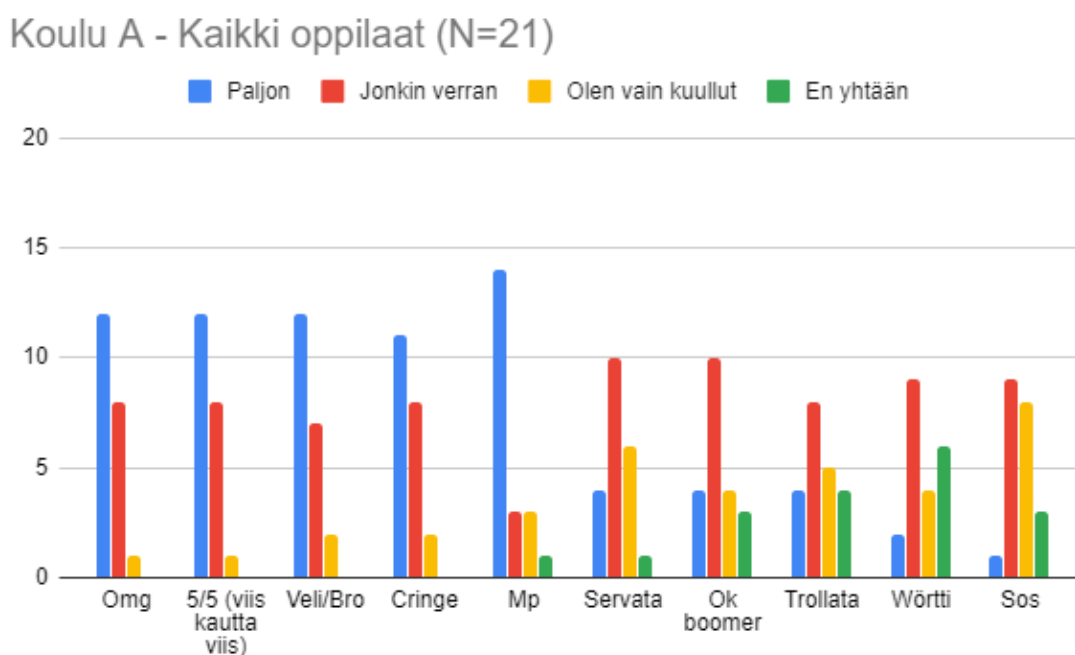
Vastauksissa tuli myös ilmi verkkokielen sanojen olevan miellyttäviä ja niitä on totuttu käyttämään (Esimerkit 7-14).

- (7) Käytän eniten mp, cringe ja omg koska olen tottunut käyttämään niitä monessa tilanteessa. (T10).  
(8) Yeet. En tiedä miksi käytän tätä sanaa niin paljon, mutta se vaan aina tulee suusta ulos. (T13)  
(9) Veli, omg ja mp. Ne tulee vaa suusta. (P45)  
(10) Omg, koska tiesin sen paljon aikaa sitten. (T50)  
(11) Cringe, koska se on kivaa. (T22)  
(12) Ok boomer, wörtti ja veli/bro, koska niihin addiktoituu helposti. (P52)  
(13) Mp, omg ja yeet. Koska kuulen noi sanat monesti. (T16)  
(14) Sksksk, farmata ja omg. Käytän niitä kun pelaan tietokonepelejä. (P14)

## 5.1.2 Koulujen väliset erot

Tutkimukseen osallistuneiden kolmen koulun välillä on hieman toisistaan poikkeavat vastaukset suosituimpien verkkokielen sanojen käytössä. Tutkimuksessa tulee ottaa huomioon, että jokaisesta koulusta ei ole yhtä paljon vastaajia.

Kuvio 2. Koulu A - Oppilaiden käytetyimmät verkkokielen sanat.

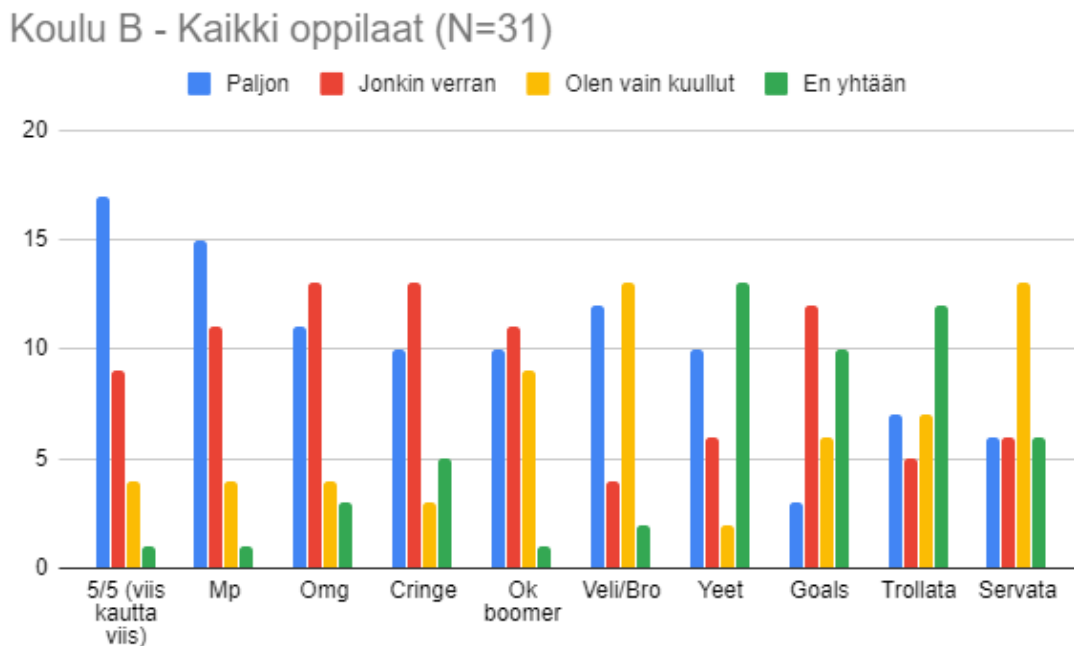


Kuviosta 2 on pääteltävissä koulun A (N=21) oppilaiden käytetyimmät verkkokielen sanat. Oppilaiden Paljon-vastausten keskiarvo on 7,6 (36,2%), Jonkin verran-vastausten keskiarvo on 8 (38,1%), Olen vain kuullut-vastausten keskiarvo on 3,6 (7,1%) ja En yhtään-vastausten keskiarvo on 1,8 (8,6%). Oppilaiden sanojen käyttömäärän summan keskiarvoksi tulee 15,6 (74,3%), kun Paljon- ja Jonkin verran-vastausten keskiarvot lasketaan yhteen.

Koulun A oppilaiden käytetyimmillä verkkokielen sanoilla *Omg* ja *5/5 (viis kautta viis)* on 20 käyttäjää (95,2%) ja toiseksi suosituimmilla sanoilla *Veli/Bro* ja *Cringe* on 19 käyttäjää (90,5%). Suosituimmilla sanoilla ei ole ollenkaan En yhtään-vastauksia. (Kuvio 2).

Koulun A suosituimmat verkkokielen sanat eroavat kaikkiin tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden verkkokielen sanoista jonkin verran: Sanat *Sos* ja *Wörtti* ovat korvanneet sanat *Yeet* ja *Goals*. (Kuvio 1 & 2).

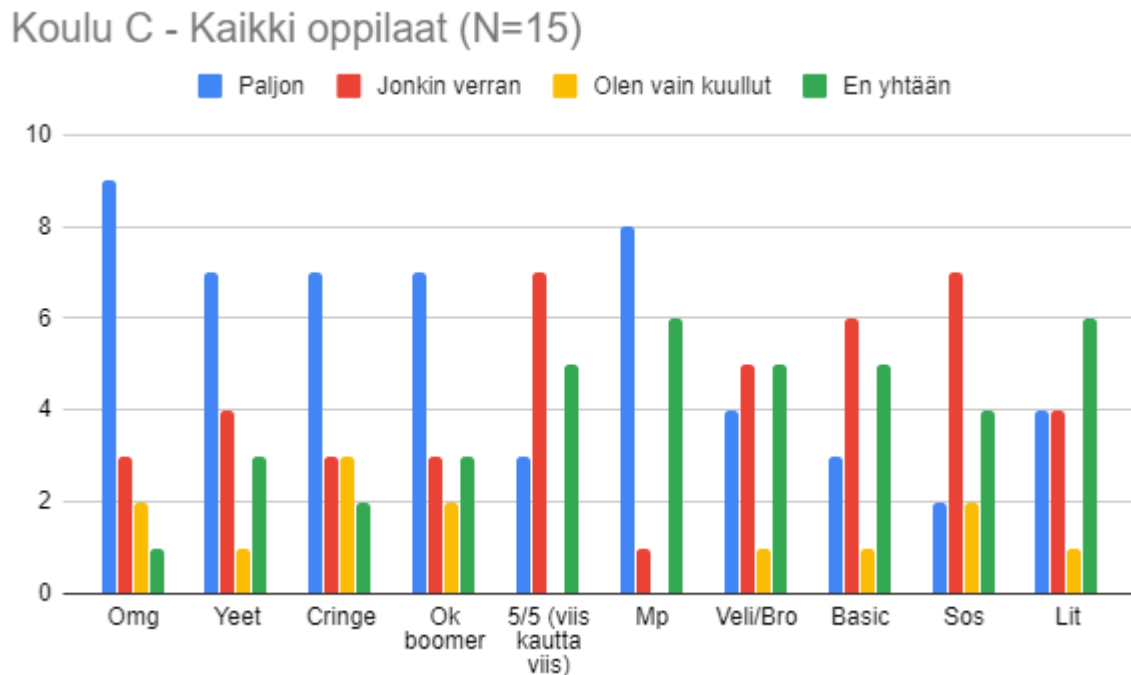
Kuvio 3. Koulu B - oppilaiden suosituimmat verkkokielen sanat.



Kuvio 3 kertoo Koulun B (N=31) käytetyimmät verkkokielen sanat. Oppilaiden Paljon-vastausten keskiarvo on 10,1 (32,6%), Jonkin verran-vastausten keskiarvo on 9 (29%), Olen vain kuullut-vastausten keskiarvo on 6,5 (21%) ja En yhtään-vastausten keskiarvo on 5,4 (17,4%). Oppilaiden sanojen käyttömäärän summan keskiarvoksi tulee 19,1 (61,6%), kun Paljon- ja Jonkin verran-vastausten keskiarvot lasketaan yhteen. Koulun B suosituimmat verkkokielen sanat eivät eroa kaikkien tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden käytetyimmistä verkkokielen sanoista (Kuvio 1) kuin vain hieman käyttömääriltään.

Koulun B suosituimmilla verkkokielen sanoilla *5/5 (viis kautta viis)* ja *Mp* on 26 käyttäjää (83,9%). Toiseksi suosituimmalla sanalla *Omg* on 24 käyttäjää (77,4%) ja kolmanneksi suosituimmalla sanalla *Cringe* on 23 käyttäjää (74,2%).

Kuvio 4. Koulu C - suosituimmat verkkokielen sanat.



Kuvio 4 näyttää koulun C (N=15) suosituimmat verkkokielen sanat. Oppilaiden Paljon-vastausten keskiarvo on 5,4 (36%), Jonkin verran-vastausten keskiarvo on 4,3 (28,7%), Olen vain kuullut-vastausten keskiarvo on 1,3 (8,7%) ja En yhtään-vastausten keskiarvo on 4 (26,7%). Oppilaiden sanojen käyttömäärän summan keskiarvoksi tulee 9,7 (64,7%), kun Paljon- ja Jonkin verran-vastausten keskiarvot lasketaan yhteen. Koulun C En yhtään-vastauksien keskiarvo on suuri verrattaessa muihin tutkimukseen osallistuneisiin kouluhin, mihin voi vaikuttaa koulun pieni vastaajaryhmä.

Koulun C suosituimmalla verkkokielen sanalla *Omg* on 12 käyttäjää (80%) ja toiseksi suosituimmalla verkkokielen sanalla *Yeet* on 11 käyttäjää (73,3%). Kolmanneksi suosituimpia sanoja ovat *Cringe* ja *Ok Boomer* 10 käyttäjällä (66,7%).

Koulun C käytetyimmät verkkokielen sanat eroavat kaikkien tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden suosituimmista sanoista hieman: sanat *Basic*, *Sos* ja *Lit* (Kuvio 4) ovat korvanneet sanat *Goals*, *Servata* ja *Trollata* (Kuvio 1).

Tutkimukseen osallistuneiden koulujen väliset erot eivät ole käytetyimpien verkkokielen sanojen kohdalla merkittäviä. Tuloksissa on otettava huomioon jokaisen koulun vastaajamäärä ja

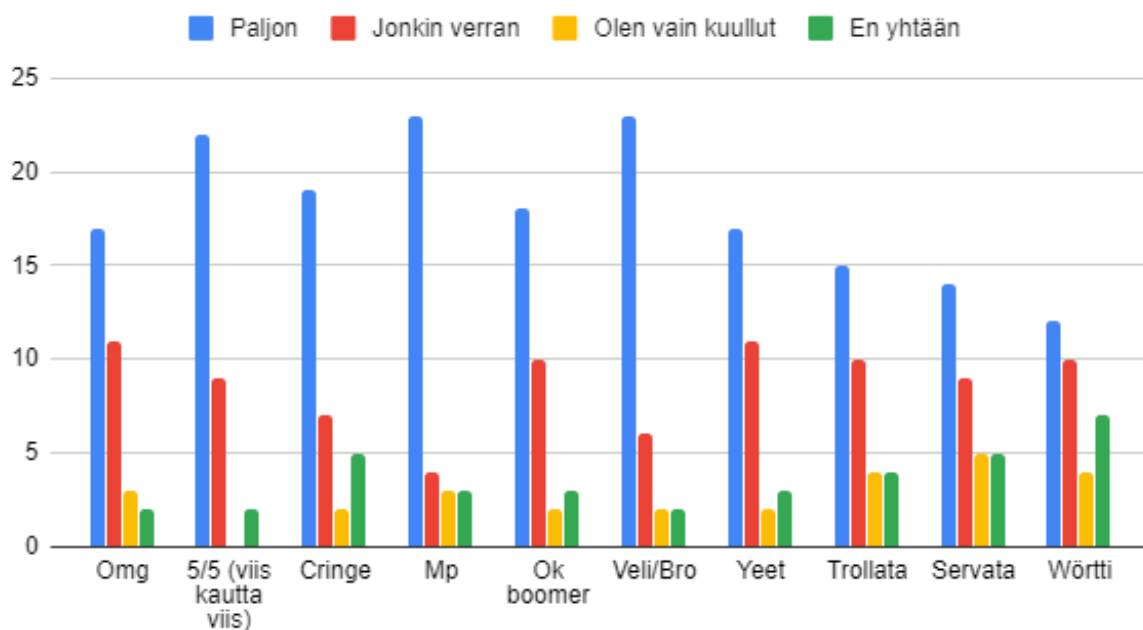
muut tuloksiin vaikuttavat tekijät, joita käyn tutkimuksessa läpi myöhemmin. Kaikkien tutkimukseen osallistuneiden koulujen vastausten käyttömäärän summan keskiarvot ovat yli puolet vastaajista, minkä perusteella on jälleen todettava, että kaikki tutkimukseen osallistuneet koulut käyttävät kyselylomakkeeseen valittuja verkkokielen sanoja melko tasapuolisesti.

### 5.1.3 Sukupuolten väliset erot

Tutkimukseen osallistui yhtä paljon poikia (N=33) ja tyttöjä (N=33). Tässä kappaleessa keskityn vertailemaan sukupuolten keskinäisiä eroja heidän suosituimpien verkkokielen sanojen välillä.

Kuvio 5. Kaikkien tutkimukseen osallistuneiden poikien suosituimmat verkkokielen sanat.

#### 5. luokan oppilaiden verkkokieli - Pojat (N=33)

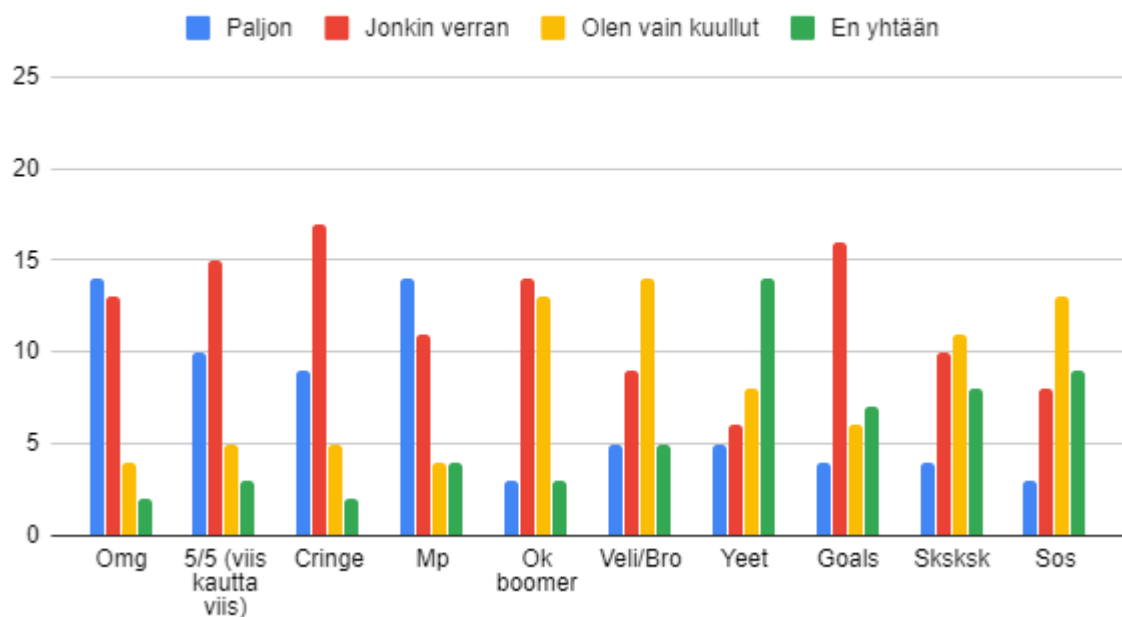


Kuviosta 5 on pääteltävissä tutkimukseen osallistuneiden poikien käytetyimmät verkkokielen sanat. Poikien Paljon-vastausten keskiarvo on 18 (54,5%), Jonkin verran-vastausten keskiarvo on 8,7 (26,4%), Olen vain kuullut-vastausten keskiarvo on 2,7 (8,2%) ja En yhtään-vastausten keskiarvo on 3,6 (10,9%). Poikien verkkokielen sanojen käyttömäärän summan keskiarvoksi tulee 26,7 (80,9%), kun Paljon- ja Jonkin verran-vastausten keskiarvot lasketaan yhteen.

Tutkimukseen osallistuneiden poikien käytetyimmällä verkkokielen sanalla *5/5 (viis kautta viis)* on 31 käyttäjää (93,9%) ja toiseksi suosituimmalla sanalla *Veli/Bro* on 29 käyttäjää (87,9%). Kolmannen sijat jakavat sanat *Ok boomer*, *Omg* ja *Yeet*, sillä jokaisella sanalla on 28 käyttäjää (84,8%).

Kuvio 6. Kaikkien tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen suosituimmat verkkokielen sanat.

### 5. luokan oppilaiden verkkokieli - Tytöt (N=33)



Kuviosta 6 on huomattavissa tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen käytetyimmät verkkokielen sanat. Tyttöjen Paljon-vastausten keskiarvo on 7,1 (21,5%), Jonkin verran-vastausten keskiarvo on 11,9 (36,1%), Olen vain kuullut-vastausten keskiarvo on 8,3 (25,2%) ja En yhtään-vastausten keskiarvo on 5,7 (17,3%). Tyttöjen verkkokielen sanojen käyttömäärän summan keskiarvo on 19 (57,6%), kun Paljon- ja Jonkin verran-vastausten keskiarvot lasketaan yhteen.

Tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen käytetyimmällä verkkokielen sanalla *Omg* on 27 käyttäjää (81,8%) ja toiseksi suosituimmalla sanalla *Cringe* on 26 käyttäjää (78,8%). Kolmannen sijan jakavat sanat *Mp* ja *5/5 (viis kautta viis)*, sillä molemmilla sanoilla on 25 käyttäjää (75,8%).

Tutkimusten tulosten perusteella voidaan todeta, että tutkimukseen osallistuneet pojat käyttävät kyselylomakkeeseen valikoituneita verkkokielen sanoja enemmän kuin tytöt: poikien käyttömäärän summan keskiarvo on 26,7 (80,9%) ja tyttöjen 19 (57,6%). Tytöillä on huomattavasti



enemmän Olen vain kuullut-vastauksia kuin pojilla: tyttöjen Olen vain kuullut-vastauksen keskiarvo on 8,3 (25,2%) ja poikien 2,7 (8,2%). Tutkimukseen osallistuneet tytöt ovat siis kuulleet kyselylomakkeen verkkokielen sanoja, mutta eivät itse käytä niitä niin paljon kuin pojat. Sukupuolten välillä oli myös eroavaisuuksia kymmenen käytetyimmän verkkokielen sanan välillä. Molemmilla sukupuolilla listalta löytyvät sanat: *Omg*, *5/5 (viis kautta viis)*, *Cringe*, *Mp*, *Ok boomer*, *Veli/Bro* ja *Yeet*. Poikien listalta löytyivät näiden lisäksi verkkokielen sanat: *Trollata*, *Servata* ja *Wörtti*. Tyttöjen listalta löytyivät näiden sanojen tilalta verkkokielen sanat: *Goals*, *Skssk* ja *Sos*. On todettavaa, että sukupuolten välillä on pieniä eroja suosittujen verkkokielen sanojen välillä. Tutkimustulosten perusteella on mietittävä kyselylomakkeen verkkokielen sanojen mahdollista sukupuolittuneisuutta. Esimerkiksi verkkokielen sanalla *Veli/Bro* on tutkimukseen vastanneiden poikien keskuudessa 28 käyttäjää (84,8%) ja tutkimukseen vastanneiden tyttöjen keskuudessa 14 käyttäjää (42,4%). On mahdollista, että kyselylomakkeen verkkokielen sanavalinnoilla voi olla vaikutusta tutkimustuloksiin.

## 5.2 Uusien verkkokielen sanojen löytäminen

Toinen tutkimusongelmani etsii vastauksia siihen, mistä oppilaat löytävät uusia verkkokielen sanoja. Kyselylomakkeen kysymyksenä oli:

1. Mistä löydät tai kuulet uusia sanoja? Voit valita useita vaihtoehtoja.

Kysymykseen oli pakollista vastata. Oppilaat saivat valita listalta useita mielekkäitä vaihtoehtoja: Snapchat, YouTube, TikTok, Instagram, WhatsApp, Pelit ja Kaverit. Kysymyksessä oli myös vastausvaihtoehtona ”Muu, mikä?”, jolloin oppilas pystyi halutessaan vastaamaan vaihtoehdolla, joka ei ollut listalla valmiiksi. Oppilaat ehdottivat kolme uutta vaihtoehtoa ”Muu, mikä?” vaihtoehtoon: Reddit, koulu ja perhe. Avoin vastausvaihtoehto oli tutkimuksen kannalta järkevää, sillä se voi tuoda erilaista tietoa esimerkiksi nuorten käyttämistä uusista sosiaalisen median palveluista tai verkkosivuista. Kysymykseen päätyneet vaihtoehdot valikoituivat suurimmaksi osaksi tämän hetken suosituimmista verkkosivuista ja sosiaalisen median palveluista. Lisäksi oppilailla oli mahdollisuus valita vaihtoehdot Pelit tai Kaverit, mikäli he käyttävät verkkokieltä, mutta eivät käytä kyseisiä sovelluksia, tai he kuulevat verkkokielen sanoja muualta kuin verkosta.

Kysymys uusien verkkokielen sanojen löytämisestä ja kuulemisesta sisälsi useita vaihtoehtoja sosiaalisen median palveluista. Tämän vuoksi päätin tarkentaa vastauksia seuraavalla kysymyksellä:

1. Vaikuttaako sosiaalinen media kielenkäyttöösi?

Kysymyksellä halusin varmistaa, onko sosiaalisella mediallyä vaikutusta nuorten verkkokielen sanaston käyttöön heidän omasta mielestään. Kysymys on mielenkiintoinen, mikäli oppilaat kertovat löytävänsä ja kuulevansa uusia verkkokielen sanoja sosiaalisen median palveluista, mutta kyseiset sanat eivät muokkaa heidän kielenkäyttöään.

Taulukko 3. Mistä oppilaat löytävät tai kuulevat uusia verkkokielen sanoja.

	Vastaukset (kpl)	Vastaukset (%)
Snapchat	35	52,20%
YouTube	57	85,10%
TikTok	39	58,20%
Instagram	31	46,30%
WhatsApp	45	67,20%
Pelit	29	43,30%
Kaverit	62	92,50%
Koulu	2	3%
Reddit	1	1,50%
Perhe	1	1,50%

Taulukon 3 mukaan kaikki tutkimukseen osallistuneet oppilaat löytävät tai kuulevat uusia verkkokielen sanoja eniten kavereilta, YouTubesta ja WhatsAppista. Neljä oppilasta vastasi myös vaihtoehtoon “Muu, mikä?”, jotka näkyvät taulukossa nimillä Koulu, Reddit ja Perhe. Vaihtoehto WhatsApp on viestintään tarkoitettu sovellus. Tämän sovelluksen avulla oppilaat voivat viestitellä henkilöiden kanssa, joiden puhelinnumerot ovat tallennettuna heidän puhelimeensa. Jokaisessa kysymyksen vaihtoehdossa on mahdollista kommunikoida omien tuttavien kanssa, mutta vaihtoehdoissa Snapchat, YouTube, TikTok, Instagram ja Reddit verkkokielen sanastoon on mahdollista saada vaikutteita globaalisti keneltä tahansa. Näistä sovelluksista oppilaat saavat eniten vaikutteita verkkokielen sanastoon YouTubesta ja TikTokista.

Taulukko 4. Vaikuttaako sosiaalinen media oppilaan kielenkäyttöön.

	Vastaukset (kpl)	Vastaukset (%)
Kyllä	27	40,30%
En osaa sanoa	15	22,40%
Ei	25	37,30%
<b>Yhteensä</b>	<b>67</b>	

Taulukon 4 mukaan suurin osa tutkimukseen vastanneista oppilaista on sitä mieltä, että sosiaalinen media vaikuttaa heidän kielenkäyttöönsä. Kyllä- ja Ei-vastausten ero on kuitenkin vain kahden vastaajan välillä, minkä vuoksi se jakaa mielipiteitä.

Taulukon 3 mukaan tutkimukseen osallistuneet oppilaat kuulevat ja löytävät uusia verkkokielen sanoja useista sosiaalisen median palveluista: Snapchat antaa vaikutteita 35 vastaajalle (52,2%), TikTok antaa vaikutteita 39 vastaajalle (58,2%) ja Instagram antaa vaikutteita 31 vastaajalle (46,3%). Ainoastaan YouTube ja WhatsApp ylittävät yli 60% vastaajamäärän. Tämän perusteella on todettava, että puolet tutkimukseen osallistuneista oppilaista kokee sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä.

### 5.2.1 Koulujen väliset erot

Taulukko 5. Koulujen väliset erot uusien verkkokielen sanojen löytämisessä ja kuulemisessa.

Kaikki N=67	Koulu A N=21 (kpl ja %)	Koulu B N=31 (kpl ja %)	Koulu C N=15 (kpl ja %)
Snapchat	14 (66,7%)	17 (54,8%)	4 (26,7%)
YouTube	18 (85,7%)	26 (83,9%)	13 (86,7%)
TikTok	11 (52,4%)	19 (61,2%)	4 (26,7%)
Instagram	11 (52,4%)	13 (41,9%)	7 (46,7%)
WhatsApp	13 (61,9%)	18 (58%)	14 (93,3%)
Pelit	10 (47,6%)	14 (45,2%)	5 (33,3%)
Kaverit	20 (95,2%)	30 (96,8%)	12 (80%)
Koulu	0 (0%)	0 (0%)	2 (13,3%)
Reddit	1 (8,3%)	0 (0%)	0 (0%)
Perhe	0 (0%)	1 (6,3%)	0 (0%)

Taulukon 5 mukaan tutkimukseen osallistuneiden koulujen välillä on hyvin pieniä eroja uusien verkkokielen sanojen löytämisessä ja kuulemisessa. Taulukon 5 mukaan koulun A kolme suosituinta vaihtoehtoa ovat Kaverit, YouTube ja Snapchat. Koulun B kolme suosituinta vaihtoehtoa ovat Kaverit, YouTube ja TikTok. Koulun C kolme suosituinta vaihtoehtoa ovat WhatsApp, YouTube ja Kaverit.

Koulun A suosituimmat sosiaalisen median palvelut ovat Taulukon 5 mukaan YouTube, Snapchat ja WhatsApp. Koulun B suosituimmat sosiaalisen median palvelut ovat YouTube, TikTok ja WhatsApp. Koulun C suosituimmat sosiaalisen median palvelut ovat WhatsApp, YouTube ja Instagram. Jokaisen tutkimukseen osallistuneen koulun suosituimpiin sosiaalisen median palveluihin kuului YouTube ja WhatsApp. Tutkimustulosten perusteella on todettava, että kyseiset verkkopalvelut antavat kielellisiä vaikutteita tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden keskuudessa.

Taulukko 6. Vaikuttaako sosiaalinen media oppilaan kielenkäyttöön.

Kaikki N=67	Koulu A (kpl ja %)	Koulu B (kpl ja %)	Koulu C (kpl ja %)
Kyllä	13 (61,9%)	12 (38,7%)	2 (13,3%)
En osaa sanoa	2 (9,5%)	10 (32,3%)	7 (46,7%)
Ei	6 (28,6%)	9 (29%)	6 (40%)
	<b>Yhteensä 21</b>	<b>Yhteensä 31</b>	<b>Yhteensä 15</b>

Taulukon 6 mukaan tutkimukseen osallistuneista kouluista sosiaalinen media vaikuttaa koulun A oppilaiden kielenkäyttöön eniten. Koulun B oppilaiden vastausten jakauma on erittäin tasainen, mutta suurin osa vastaajista kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttönsä. Sosiaalisen median kielelliset vaikutukset ovat huomattavasti vähäisimpiä koulussa C, jossa vaihtoehtojen jakauma on tasainen En osaa sanoa- ja Ei-vastausten välillä. Ainoastaan kaksi vastaajaa koulusta C (13,3%) kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttönsä. Taulukosta 5 on tarkasteltavissa, että koulu C valitsi myös prosentuaalisesti vähiten sosiaalisen median vaihtoehtoja lomakkeen kysymyksessä.

## 5.2.2 Sukupuolten väliset erot

Taulukko 7. Sukupuolten väliset erot uusien verkkokielen sanojen löytämisessä ja kuulemisessa.

Vastaajat N=66	Pojat N=33 (kpl ja %)	Tytöt N=33 (kpl ja %)
Snapchat	20 (60,6%)	15 (45,5%)
YouTube	29 (87,9%)	27 (81,8%)
TikTok	16 (48,5%)	18 (54,5%)
Instagram	17 (51,5%)	14 (42,4%)
WhatsApp	23 (69,7%)	21 (63,6%)
Pelit	21 (63,6%)	7 (21,2%)
Kaverit	31 (93,9%)	30 (90,9%)
Koulu	2 (6,1%)	0 (0%)
Reddit	1 (3%)	0 (0%)
Perhe	0 (0%)	1 (3%)

Taulukon 7 mukaan tutkimukseen osallistuneet pojat saavat eniten vaikutteita verkkokielen sanastoon kavereilta, YouTubesta ja WhatsAppista. Tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen vastaukset ovat samat kuin poikien. Tarkastellessa vaikuttavimpia sosiaalisen median palveluita, poikien kolme suosituinta vastausta ovat YouTube, WhatsApp ja Snapchat. Tytöt saavat vaikutteita YouTubesta, WhatsAppista ja TikTokista. Tulosten perusteella on todettava, että tytöt ja pojat löytävät sekä kuulevat uusia verkkokielen sanoja lähes samoista lähteistä. Taulukon 7 ainoana poikkeuksena on huomioitavissa poikien suurempi valintamäärä Pelit-vaihtoehdolle.

Taulukko 8. Vaikuttaako sosiaalinen media oppilaan kielenkäyttöön.

Vastaajat N=66	Pojat (kpl ja %)	Tytöt (kpl ja %)
Kyllä	13 (39,4%)	14 (42,4%)
En osaa sanoa	7 (21,2%)	8 (24,3%)
Ei	13 (39,4%)	11 (33,3%)
	<b>Yhteensä 33</b>	<b>Yhteensä 33</b>

Taulukon 8 mukaan tutkimukseen osallistuneet tytöt uskovat sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttönsä enemmän kuin pojat. Tutkimukseen osallistuneiden poikien vastaukset jakautuvat ääripäihin: puolet valitsivat Kyllä-vastauksen ja puolet Ei-vastauksen. Tyttöjen välillä jakauma ei ole yhtä suuri, vaikka Ei-vastauksia on toiseksi eniten. Tulos on mielenkiintoinen, sillä Taulukon 7 mukaan pojat kuulevat ja löytävät uusia verkkokielen sanoja sosiaalisesta

mediasta tyttöjä enemmän. Tulosten perusteella on todettava, että pojat löytävät sekä kuulevat uusia verkkokielen sanoja sosiaalisen median palveluista enemmän kuin tytöt. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että uudet sanat välttämättä vaikuttaisivat tutkimukseen osallistuneiden poikien omaan kielenkäyttöön. On myös mahdollista, että pojat eivät huomaa sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöön yhä paljon kuin tytöt.

### 5.3 Miten ja missä oppilaat käyttävät verkkokieltä

Kolmas tutkimusongelmani selvittää vastauksia missä tilanteissa ja miten oppilaat käyttävät verkkokieltä. Kyselylomakkeen kysymykset toteutettiin näin:

1. Missä käytät verkkokieltä? Voit valita useita vaihtoehtoja.
2. Käytätkö verkkokieltä enemmän puhuessa vai kirjoittaessa?

Kyselylomakkeen kysymykset olivat pakollisia. Lomakkeen ensimmäinen kysymys sisälsi useita vaihtoehtoja, joista oppilaat saivat valita niin monta kuin oli tarpeellista. Lomakkeen vaihtoehdot olivat: Kavereiden kanssa, perheen kanssa, sosiaalisessa mediassa, tilapäivityksissä, kommenteissa, pelatessa ja muu, mikä? Vaihtoehdoissa oli useampi sosiaalisen median käyttöön liittyvä vaihtoehto, koska sosiaalisessa mediassa on mahdollista kommunikoida usein eri tavoin. Kyselylomakkeen toinen kysymys selventää, käyttävätkö oppilaat verkkokieltä enemmän puhuessa vai kirjoittaessa. Kysymyksen vaihtoehdot olivat: Puhuessa, kirjoittaessa, molemmissa ja en osaa sanoa.

Taulukko 9. Missä oppilaat käyttävät verkkokieltä.

	Vastaukset (kpl)	Vastaukset (%)
<b>Kavereiden kanssa</b>	65	97%
<b>Perheen kanssa</b>	17	25,40%
<b>Sosiaalisessa mediassa</b>	40	59,70%
<b>Tilapäivityksissä</b>	11	16,40%
<b>Kommenteissa</b>	26	38,80%
<b>Pelatessa</b>	36	53,70%

Taulukon 9 mukaan lähes kaikki tutkimukseen osallistuneet oppilaat (N=67) käyttävät verkkokieltä kavereiden kanssa. Seuraavaksi eniten oppilaat käyttävät verkkokieltä sosiaalisessa mediassa ja pelatessa. Vähiten tutkimukseen osallistuneet oppilaat käyttävät verkkokieltä tilapäiviyksissä ja perheen kanssa. Sosiaalisen median palveluissa oppilaat käyttävät eniten verkkokielen sanoja toiminnoissa, jotka eivät sisällä kommentointia tai tilapäiviyksisiä. Tähän kuuluvat muun muassa viestit sekä videopalvelut. Oppilaat käyttävät verkkokieltä kavereiden kanssa huomattavasti eniten ja tämän perusteella on todettava, että oppilaat mahdollisesti käyttävät pelatessa sekä sosiaalisessa mediassa verkkokieltä eniten omien kavereidensa kanssa.

Taulukko 10. Miten oppilaat käyttävät verkkokieltä.

	Vastaukset (kpl)	Vastaukset (%)
<b>Puhuesssa</b>	40	59,70%
<b>Kirjoittaessa</b>	5	7,50%
<b>Molemmissa</b>	19	28,40%
<b>En osaa sanoa</b>	3	4,50%
<b>Yhteensä</b>	67	

Taulukon 10 mukaan tutkimukseen osallistuneista oppilaista yli puolet käyttävät verkkokieltä eniten puhuesssa. Seuraavaksi eniten vastauksia on saanut vaihtoehto Molemmissa, mikä kattaa niin kirjoitetun kuin puhutun verkkokielen. Taulukkoa 9 ja Taulukkoa 10 tarkastellessa on todettava, että oppilaat käyttävät verkkokieltä eniten kavereiden kanssa puhuesssa.

### 5.3.1 Koulujen väliset erot

Taulukko 11. Missä oppilaat käyttävät verkkokieltä - koulujen väliset erot.

<b>Kaikki N=67</b>	<b>Koulu A N=21 (kpl ja %)</b>	<b>Koulu B N=31 (kpl ja %)</b>	<b>Koulu C N=15 (kpl ja %)</b>
<b>Kavereiden kanssa</b>	21 (100%)	31 (100%)	13 (86,7%)
<b>Perheen kanssa</b>	12 (57,1%)	6 (19,3%)	4 (26,7%)
<b>Sosiaalisessa mediassa</b>	14 (66,7%)	20 (64,5%)	7 (46,7%)
<b>Tilapäiviyksissä</b>	3 (14,3%)	4 (12,9%)	3 (20%)
<b>Kommenteissa</b>	8 (38,1%)	11 (35,5%)	2 (13,3%)
<b>Pelatessa</b>	10 (47,6%)	13 (41,9%)	7 (46,7%)

Taulukon 11 mukaan kaikki tutkimukseen osallistuneet koulun A sekä koulun B oppilaat käyttävät verkkokieltä omien kavereidensa kanssa. Koulun C oppilaat käyttävät vaihtoehtoista

myös eniten verkkokieltä kavereidensa kanssa. Koulun B ja Koulun C eniten valitut vaihtoehdot ovat samat kuin Taulukossa 9. Koulu A poikkeaa vastauksista hieman, sillä tutkimukseen osallistuneista oppilaista yli puolet käyttävät verkkokieltä myös oman perheen kanssa. Tutkimuksen kannalta ei ole selkeää, käyttävätkö koulun A oppilaat verkkokieltä omien vanhempiansa vai sisarusten kanssa.

Taulukko 12. Miten oppilaat käyttävät verkkokieltä - koulujen väliset erot.

Kaikki N=67	Koulu A (kpl ja %)	Koulu B (kpl ja %)	Koulu C (kpl ja %)
Puhuesssa	13 (61,9%)	16 (51,6%)	11 (73,3%)
Kirjoittaessa	1 (4,8%)	3 (9,7%)	1 (6,7%)
Molemmissa	7 (33,3%)	10 (32,3%)	2 (13,3%)
En osaa sanoa	0 (0%)	2 (6,5%)	1 (6,7%)
	<b>Yhteensä 21</b>	<b>Yhteensä 31</b>	<b>Yhteensä 15</b>

Taulukon 12 mukaan kaikki tutkimukseen osallistuneet koulut käyttävät verkkokieltä eniten puhuesssa. Toiseksi eniten vastaajat kertovat käyttävänsä verkkokieltä molemmissa, sekä puhuesssa että kirjoittaessa. Tulokset ovat hyvin samankaltaiset kuin Taulukossa 10.

### 5.3.2 Sukupuolten väliset erot

Taulukko 13. Missä oppilaat käyttävät verkkokieltä - sukupuolten väliset erot.

Vastaajat N=66	Pojat N=33 (kpl ja %)	Tytöt N=33 (kpl ja %)
Kavereiden kanssa	33 (100%)	31 (93,9%)
Perheen kanssa	12 (36,4%)	10 (30,3%)
Sosiaalisessa mediassa	21 (63,6%)	19 (57,6%)
Tilapäivityksissä	6 (18,2%)	4 (12,1%)
Kommenteissa	11 (33,3%)	9 (27,3%)
Pelatessa	19 (57,6%)	10 (30,3%)

Taulukon 13 vastaukset eivät eroa Taulukoiden 9 ja 11 kanssa toisistaan paljon. Tutkimukseen osallistuneiden poikien ja tyttöjen suosituimmat tilanteet verkkokielen käytölle ovat lähes samankaltaiset. Ainoana merkittävänä huomiona Taulukosta 13 on huomattavissa, että pojat ovat



valinneet jokaista vastausvaihtoehtoa useammin kuin tytöt. Tulos tukee aikaisempia huomioita siitä, että pojat mahdollisesti käyttävät verkkokieltä enemmän kuin tytöt.

Taulukko 14. Miten oppilaat käyttävät verkkokieltä - Sukupuolten väliset erot.

Vastaajat N=66	Pojat (kpl ja %)	Tytöt (kpl ja %)
Puhuesssa	22 (66,7%)	17 (51,5%)
Kirjoittaessa	2 (6,1%)	3 (9,1%)
Molemmissa	8 (24,2%)	11 (33,3%)
En osaa sanoa	1 (3%)	2 (6,1%)
	<b>Yhteensä 33</b>	<b>Yhteensä 33</b>

Taulukosta 14 on pääteltävissä, että tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden sukupuolten välillä ei ole huomattavia eroja verkkokielen käytössä ja ilmaisussa. Tutkimukseen osallistuneet tytöt ja pojat käyttävät verkkokieltä eniten puhuesssa. Taulukoiden 10, 12 ja 14 vastausten perusteella on todettavaa, että kaikki tutkimukseen osallistuneet oppilaat käyttävät verkkokieltä eniten puhuesssa, eikä tuloksissa ole huomattavia muutoksia koulujen tai sukupuolten välisiä eroja tarkastellessa.

#### 5.4 Miksi oppilaat käyttävät verkkokieltä

Tutkimukseni kyselylomake painottui suljettuihin kysymyksiin, mutta se tarvitsi tuekseen muutamia avoimia kysymyksiä. Tutkimuksen kannalta on tärkeää tietää, miksi nuoret itse ajattelevat käyttävänsä verkkokieltä. Neljäs tutkimusongelmani pyrki saamaan vastauksia tähän kysymykseen:

1. Miksi käytät verkkokieltä? Lyhyt vastaus riittää.

Kyselylomakkeen kysymykseen vastaaminen oli pakollista tutkimukseen osallistuneille oppilaille. Vastaajista 10 kappaletta vastasi kysymykseen ”En tiedä” tai ”En osaa sano”. Vastaukset ovat täysin hyväksyttäviä, sillä omaa verkkokielen käyttöä voi olla hankala arvioida ja selittää. Kolme oppilasta vastasi kysymykseen verkkokielen ilmaisuilla, esimerkiksi ”Yeet” tai ”Lol”. Näitä vastauksia ei otettu huomioon tutkimustuloksia tarkastellessa.

Monissa tutkimukseen osallistuneiden oppilaiden vastauksissa tuli esille verkkokielen sanojen helppous ja nopeus (Esimerkit 15-27).

- (15) Se on helppoa. (P6)
- (16) Se on kivaa ja nopeaa. (P7)
- (17) Koska ne on nopeita käyttää. (P12)
- (18) Joskus tuntuu helpommalta ilmaista asioita niin. (P24)
- (19) No sitä on helpompi puhua. (P32)
- (20) Koska ne on yleensä lyhennetty tai ne kuulostaa kivalta. (T9)
- (21) Koska verkkokieltä on helppo käyttää. (P15)
- (22) Koska se on lyhyempi ku oikea. (P5)
- (23) Koska ne sanat on lyhyempiä. (P23)
- (24) Koska pitkät sanat on tylsiä. (T25)
- (25) Koska ne on lyhenteitä. (T33)
- (26) Jos en jaksaa kirjottaa sitä kokonaan, niin lyhennän sen. (T51)
- (27) Käytän verkkokieltä koska käytän lyhenteitä. (T54)

Vastauksissa tuli myös ilmi verkkokielen sanojen tulevan kuin luonnostaan. Vastausten perusteella tähän vaikuttaa esimerkiksi nuorten sosiaaliset suhteet sekä ympäröivä maailma. (Esimerkit 28-35).

- (28) Joskus jää päälle kun muut käyttää, käytän sitä tosi vähän. (T8)
- (29) Koska ne vaan tulee suusta ulos. (T13)
- (30) Koska se on helppoa ja monet ymmärtää sen. (T16)
- (31) Se vain tulee. (T36)
- (32) No se tulee luonnostaan. (P43)
- (33) Koska se on yleistä. (T46)
- (34) Koska sillä voi selittää jotain. (T50)
- (35) Se tulee vähän luonnostaan koska muut käyttää sitä. (P56)

Vastausten perusteella on todettava, että tutkimukseen osallistuneet oppilaat arvostavat verkkokielen ilmaisuissa sen helppoutta ja yleisyyttä. Verkkokielen sanat ovat usein lyhennyksiä pidemmistä sanoista tai lauseista, minkä vuoksi niiden käyttäminen koetaan mieluisana ja hauskana. Oppilaiden verkkokielen käyttöön vaikuttaa myös sosiaaliset suhteet ja muu ympäröivä maailma, josta he saavat vaikutteita nuorisokielellisiin piirteisiin. Tutkimustulokset vahvistavat

nuorten kokevan verkkokielen ilmaisujen merkityksellisyyden ikäryhmään kuuluvuuden tunteena.

## 6 Pohdinta ja johtopäätökset

Pro gradu-tutkimukseni aiheeksi valikoitui nykynuorten käyttämä verkkokieli. Tutkimuksessani halusin saada tietoa siitä, millaista verkkokieltä nykynuoret käyttävät ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Luokanopettajien ja muiden nuorten kanssa työskentelevien on hyvä ymmärtää nykynuorison käyttämää kieltä sekä tämän hetken nuorisokulttuurillisia piirteitä. Nuoruuteen kuuluu oman itsensä etsimistä, jota muokkaa nuoren ympäristö, sosiaaliset suhteet sekä nuoren oma persoonallisuus. Nuoret tyypillisesti muokkaavat kielenkäyttöään, sillä kieli pitää sisällään yhteiskunnassa vallitsevia trendejä. Nykypäivän nuoret tutustuvat uusiin kielellisiin ilmiöihin jo erittäin varhaisessa iässä. Nykynuorten vallitseva nuorisokulttuurillinen piirre on digitalisoituminen, sekä sen kautta tulleet uudet verkkopalvelut. Nykynuoret viettävät paljon aikaa verkossa ja suuri osa nuorten välisestä kommunikoinnista tapahtuu verkon välityksellä. Kieli on merkittävä osa nuorten kehittyvää identiteettiä. Tämän vuoksi on oletettavaa, että digitaaliset palvelut tuovat uusia kielellisiä ilmiöitä nuorten keskuuteen. Kielellisissä muutoksissa nopeinten kehittyvä osa-alue on kielen sanasto. Nuorten keskuudessa nuorisokieltä käytetään pääosin oman ikäryhmän jäsenten seurassa. Tutkimukseni keskittyi 5. luokkalaisiin esimurrosikäisiin nuoriin, sillä sukupolvi on syntynyt jo valmiiksi teknologisoituneeseen maailmaan, ja he ovat mahdollisesti altistuneet verkkokielelle jo varhaisesta iästä lähtien. Kieli on jatkuvasti muuttuvaa ja suosittu verkkokielen sanat ovat jatkuvasti vaihtuvia. Globaalit verkkopalvelut mahdollistavat altistumisen useille eri kielille, esimerkiksi englannin kieli on verkossa yksi eniten käytetyimmistä kielistä. Tämän vuoksi on oletettavaa, että nykypäivän nuorisokieli saa vaikutteita useista eri kielistä. Tutkimuksessani otin huomioon verkkokielen sanoja useilta eri vuosilta. Tutkimukseni tulosten perusteella nykynuoret käyttävät uusia sekä vanhempia verkkokielen sanoja kielessään.

Tutkimukseeni osallistui yhteensä 67 viidesluokkalaista oppilasta kolmesta eri suomalaisesta peruskoulusta. Tutkimus toteutettiin empiirisenä kyselytutkimuksena, jonka lähestymistapa on kvantitatiivinen. Tutkimuksen aineisto kerättiin puolistrukturoidulla kyselylomakkeella Google Forms palvelun avulla. Tutkimukseen osallistuneet nuoret täyttivät kyselylomakkeen tabletin tai tietokoneen avulla annetulla aikavälillä koulupäivän aikana. Vertailevan survey-tutkimuksen aineisto analysoitiin Google Sheets-ohjelmalla, mikä kattoi matemaattisten laskujen, kuvien sekä taulukoiden tekemisen. Aineiston analyysissä tutkimus otti huomioon koulujen sekä

sukupuolten väliset erot ja samankaltaisuudet. Tutkimuksessa on aina turvattava tutkimukseen osallistuvien vastaajien henkilöllisyys. Tämän vuoksi tutkimukseen osallistuneet koulut ovat nimetty termein A, B ja C.

Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä tarkastelin nuorten tämänhetkisesti käytetyimpiä verkkokielen sanoja ja ilmaisuja. Kyselylomakkeessa nuoret kertoivat, kuinka paljon käyttävät kyselylomakkeen 25 verkkokielen sanaa (Paljon, Jonkin verran, Olen vain kuullut ja En yhtään). Lomakkeen verkkokielen ilmaisut olivat englanniksi ja suomeksi. Jokaista lomakkeen sanaa käytti vähintään jotkut vastaajista, minkä perusteella on todettava, että lomakkeen verkkokielen ilmaisut ovat ajankohtaisia ja nuorten käytössä. Otin tutkimuksessani huomioon jokaisen vertailtavan muuttujan kymmenen suosituinta verkkokielen sanaa. Verkkokielen sanoja *Omg* ja *5/5 (viis kautta viis)* käyttävät 83% tutkimukseen osallistuneista nuorista. Kolmanneksi eniten kannatusta sai verkkokielen sana *Mp*, jota käyttää 77,6% tutkimukseen osallistuneista nuorista. Koulun A suosituimpia verkkokielen sanoja *Omg* ja *5/5 (viis kautta viis)* kertovat käyttävänsä 95,2% luokan oppilaista. Koulun A seuraavaksi suosituimpia verkkokielen sanoja *Veli/Bro* ja *Cringe* kertovat käyttävän 90,5% luokan oppilaista. Koulu B ei vastauksillaan eroa suuresti Koulun A tuloksista. Koulun B oppilaiden suosituimpia verkkokielen sanoja *5/5 (viis kautta viis)* ja *Mp* käyttävät 83,9% vastaajista. Koulun B seuraavaksi suosituinta verkkokielen sanaa *Omg* käyttävät 77,4% vastaajista. Koululla C oli pienin vastaajamäärä kaikista tutkimukseen osallistuneista kouluista. Koulun C suosituinta verkkokielen sanaa *Omg* käyttää 80% vastaajista ja seuraavaksi suosituinta sanaa *Yeet* käyttää 73,3% vastaajista. Suosituimmat verkkokielen sanat vaihtelevat hieman koulujen välillä. Koulujen vaihtelevuutta voivat selittää esimerkiksi nuorten erilaiset kaverisuhteet, sosiaalisen median vaikutukset sekä muu ympäristö. Esimerkiksi Koululla B molemmat suosituimmat verkkokielen sanat ovat suomeksi, muilla tutkimukseen osallistuneilla kouluilla suosituimmat sanat ovat suurelta osin englanniksi: Koulun C ensimmäiset neljä suosituinta verkkokielen sanaa ovat kaikki englanniksi ja Koulun A ensimmäisen neljän suosituimman sanan joukossa on vain yksi suomenkielinen ilmaisu. Tutkimukseen osallistuneiden koulujen vastaajamäärät eroavat toisistaan, jonka vuoksi koulujen erot ovat suuntaa antavia viitteitä siitä, kuinka monipuolista verkkokieli on.

Tutkimuksessani vertailin myös tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen ja poikien eroavaisuuksia verkkokielen käytössä. Vertailu tapahtui helposti, sillä tutkimukseen osallistui sama määrä molempien sukupuolien edustajia. Tutkimukseen osallistuneista pojista 80,9% käyttää kysely-

lomakkeen verkkokielen sanoja ja tutkimukseen osallistuneista tytöistä 57,6% käyttää kyselylomakkeen verkkokielen sanoja. Poikien En yhtään-vastauksia oli vain 10,9% vastaajista, kun taas tytöillä se oli 17,3%. Tytöillä oli kuitenkin 25,2% Olen vain kuullut-vastauksia, kun pojilla vastaava luku oli 8,2%. Tutkimuksen tulosten perusteella tytöt kuulevat verkkokielen sanoja paljon, mutta käyttävät niitä vähemmän kuin pojat. Ei ole varmaa, ovatko tutkimukseen valikoidut verkkokielen sanat globaalisti enemmän poikien käytössä vai johtuvatko tulokset muista syistä, esimerkiksi kaverisuhteista. Tutkimukseen osallistuneiden poikien suosituinta verkkokielen sanaa *5/5 (viis kautta viis)* käyttää 93,9% vastaajista, seuraavaksi suosituinta sanaa *Veli/Bro* käyttää 87,9% vastaajista. Tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen suosituinta verkkokielen sanaa *Omg* käyttää 81,8% vastaajista ja seuraavaksi suosituinta sanaa *Cringe* käyttää 78,8% vastaajista. Suosituimpien sanojen välillä on huomattavia eroja. Poikien suosituimmat sanat ovat suomeksi ja tyttöjen suosituimmat sanat ovat englanniksi. Poikien toiseksi suosituin sana *Veli/Bro* on selkeästi sukupuolittunut, mikä voi selittää sanan suosion. *Veli/Bro* kuuluu myös tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen kymmenen käytetyimmän sanan joukkoon, mutta huomattavasti pienemmällä käyttäjämäärällä kuin pojilla. Tutkimustulosten perusteella tyttöjen ja poikien verkkokielen sanasto on hieman toisistaan poikkeavaa. Kielenkäyttö on suuri osa nuoren sosiaalista identiteettiä ja nuorten sanasto on vanhemmasta väestöstä poikkeavaa. On mahdollista, että sukupuolten välillä on eroja vielä kehittyvän identiteetin vuoksi. Nuorena omilta esikuvilta sekä kavereilta saadut kielelliset vaikutukset näkyvät omassa kielenkäytössä. Tutkimuksen perusteella ei kuitenkaan voi todeta, että pojat kokonaisvaltaisesti käyttävät verkkokieltä enemmän kuin tytöt.

Toinen tutkimuskysymykseni keskittyi siihen, mistä nuoret löytävät uusia verkkokielen sanoja. Kyselylomakkeen kysymys mahdollisti useampien vaihtoehtojen valitsemisen. Suurin osa kaikista tutkimukseen osallistuneista nuorista kertoi löytävänsä ja kuulevansa uusia verkkokielen sanoja kavereilta (92,5%), YouTubesta (88,1%) sekä WhatsAppista (67,2%). Sosiaalisen median palveluista nuoret kertoivat löytävänsä uusia verkkokielen sanoja eniten YouTubesta (88,1%), WhatsAppista (67,2%) ja TikTokista (58,2%). Tutkimustulosten perusteella nuoret löytävät ja kuulevat uusia verkkokielen sanoja omilta kavereilta sekä useista eri sosiaalisen median palveluista. Moni sosiaalisen median palvelu pitää sisällään sisältöä niin suomeksi kuin englanniksi, mikä selittää monien englanninkielisten verkkokielen sanojen suosion. Toisaalta tutkimukseen osallistuneista nuorista 37,3% kertoo, ettei sosiaalisella medially ole vaikutusta heidän kielenkäyttöönsä. Tutkimukseen osallistuneista nuorista 40,3% kertoi sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä. Tutkimustulokset jakautuvat lähes ääripäihin, eli

nuorten keskuudessa on vaihtelevuutta. Tutkimukseen osallistuneiden koulujen vastaukset verkkokielen sanojen löytämiselle ja kuulemiselle eivät eroa merkittävästi tutkimuksen kokonaisvaltaisista vastauksista. Koulujen välillä on kuitenkin eroja sosiaalisen median vaikutuksista nuoren kielenkäyttöön. Koulun A nuorista 61,9% kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä, kun taas Koulun B nuorista vain 38,7% kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä. Koulun C nuorista vain 13,3% kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä.

Tutkimukseen osallistuneiden tyttöjen sekä poikien välillä ei ole merkittäviä eroja uusien verkkokielen sanojen löytämisessä ja kuulemisessa. Tutkimukseen osallistuneet pojat kuitenkin valitsivat useampia vaihtoehtoja kyselylomakkeen kysymykseen kuin tytöt. Tutkimukseen osallistuneet tytöt kertovat käyttävänsä sosiaalisen median palvelua TikTokia enemmän kuin pojat, kun taas tutkimukseen osallistuneet pojat käyttävät muita sosiaalisen median palveluita enemmän kuin tytöt. Tutkimustuloksissa suurin ero on uusien verkkokielen sanojen löytäminen peleistä: Pojat (63,6%) kuulevat ja löytävät uusia verkkokielen sanoja peleistä huomattavasti enemmän kuin tytöt (21,2%). Tutkimukseen osallistuneista pojista 39,4% kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä. Tutkimukseen osallistuneista tytöistä 42,4% kertoo sosiaalisen median vaikuttavan heidän kielenkäyttöönsä. On mahdollista, että pojat eivät huomaa sosiaalisen median vaikutuksia omassa kielenkäytössään yhtä vahvasti kuin tytöt. Tutkimustuloksissa on mielenkiintoista, että tutkimukseen osallistuneet pojat kertovat kuulevansa ja löytävänsä uusia verkkokielen sanoja sosiaalisen median palveluista keskimäärin tyttöjä enemmän.

Kolmannessa tutkimuskysymyksessä tutkin, missä tilanteissa ja miten nuoret käyttävät verkkokieltä. Tutkimukseen osallistuneet nuoret käyttävät verkkokieltä eniten kavereiden kanssa (97%), sosiaalisessa mediassa (59,7%) ja pelatessa (53,7%). Vähiten nuoret käyttävät tutkimustulosten mukaan verkkokieltä perheen kanssa (25,4%) ja tilapäiviyksissä (16,4%). Tutkimukseen osallistuneet nuoret kertovat käyttävänsä verkkokieltä eniten puhuessa (59,7%), eikä koulujen ja sukupuolten välillä ole merkittäviä eroja tutkimustuloksissa. Tutkimukseen osallistuneilla nuorilla on lähes samat vastaukset koulusta tai sukupuolesta riippumatta. On todettava, että tutkimukseen osallistuneet nuoret käyttävät verkkokieltä eniten kavereiden kanssa puhuessa.

Neljäs tutkimuskysymyksen käsittelee oppilaiden omia ajatuksia siitä, miksi he käyttävät verkkokieltä. Kyselylomakkeen kysymys oli avoin, sillä halusin saada lisätietoa nuorten omista mielipiteistä. Lomakkeen kysymys vahvisti tutkimuksen oletuksen siitä, että nuoret käyttävät verkkokieltä edes jonkin verran. Nuorten vastauksissa tuli ilmi verkkokielen olevan helppoa ja nopeaa, sillä verkkokielen sanat ovat usein lyhenteitä pidemmistä sanoista. Tutkimukseen osallistuneet nuoret kertoivat käyttävänsä verkkokieltä myös omien kavereidensa vaikutuksesta. Verkkokieli on ilmiönä erittäin yleinen ja globaali. Kielenkäyttö kuuluu osaksi nuorten identiteettiä ja omilla kavereilla on suuri vaikutus heidän kielenkäyttöön.

## 6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen reliabiliteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan tulosten täsmällisyyttä. Tutkimustulosten tulee aina olla tarkkoja, ei sattumanvaraisia. Tieteellisiä tuloksia ei tule popularisoida niiden tutkittavan alueen ulkopuolelle. Yhteiskunta on jatkuvasti muuttuva ja monimuotoinen, jonka vuoksi yhden tutkimuksen tulokset eivät ole verrattaessa toiseen aikaan tai toiseen yhteiskuntaan. (Heikkilä, 2002, 30). Samaa aihetta tutkiessa on mahdollista päätyä vaihteleviin tuloksiin eri tutkijoiden kesken, vaikka tutkimuksen menettelytavat on perusteltu kattavasti. (Hirsjärvi & Hurme, 188-189). Tutkimukseni aihe keskittyi vain yhteen ikäluokkaan. Tämän vuoksi on mahdollista, että tutkimustulokset ovat vaihtelevia eri ikäluokkia, kaupunkeja tai kouluja tutkittaessa.

Tutkimuksen aineistoa käsitellessä tulee aina muistaa sen luotettavuuteen liittyvät mahdolliset ongelmat. Aineistonkeruun aikana osa oppilaista on voinut vastata tahallisesti väärin. On toisinaan hankala arvioida, onko vastaaja ottanut kyselyn tosissaan. Räsänen ja Sarpilan (2013) mukaan verkossa vastattavien kyselytutkimusten hyvä puoli on se, että tutkimukseen osallistuvat vastaajat kokevat pysyvänsä anonyymeinä paremmin kuin haastattelutilanteissa. Useiden kyselytutkimusten tulokset havainnollistavat, että vastaajat kertovat verkon kautta rohkeammin arkaluontoisista itseä koskevia asioita. Tämän vuoksi verkkotutkimusten vastaukset ovat usein erittäin totuudenmukaisia. Kyselytutkimuksen tulokset voivat kuitenkin vääristyä, mikäli vastaajat eivät koe kyselyä mielekkääksi. Esimerkiksi pitkiä vastauksia vaativat kyselytutkimukset usein supistavat vastaajien kiinnostusta. (Räsänen & Sarpila, 2013, 69, 81). Tutkimukseni kyselylomake sisälsi sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä. Suurin osa lomakkeen kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, mikä mahdollisesti helpottaa nuoria vastaajia. Tutkijan tulee



olla tutkittavasta aiheesta erittäin tietoinen, että kysely onnistuu kattavasti suljettuja kysymyksiä käyttämällä.

Heikkilän (2002) mukaan tutkimuksen tietoja käsiteltäessä ja tutkimustuloksia analysoidessa voi sattua virheitä (Heikkilä, 2002, 29). Tutkimusta analysoitaessa tulee olla huolellinen, ettei huolimattomia virheitä pääse syntymään. Tutkimuksen tarkastelussa tulee ottaa huomioon, miten tutkittava perusjoukko tuodaan esille ja mikä on tulosten vastausprosentti. (Vilkkä, 2007, 150). Tutkimus on kuitenkin tuloksellinen, mikäli sen kautta saadaan vastauksia tutkimuskysymyksiin. (Heikkilä, 2002, 29-30).

## **6.2 Tutkimuksen onnistumisen arviointi**

Pro gradu-tutkimukseni tekoprosessi oli opettavainen ja mielenkiintoinen. Tutkimukseni kysely kohdistui vain 5. luokan esimurrosikäisiin nuoriin, minkä vuoksi tulokset eivät ole yleistettävissä koko Suomea edustavaksi. Koin verkossa täytettävän kyselylomakkeen suhteellisen vaivattomaksi ja oppilaiden koulupäivää kuormittamattomaksi. Olin tutkimukseni aikana yhteydessä tutkimukseen osallistuneiden luokkien luokanopettajien kanssa sähköpostitse. Kerroin jokaiselle luokanopettajalle, että voin pitää kyselytutkimuksen heidän luokassaan tai he voivat suorittaa sen antamieni ohjeiden mukaisesti milloin vain antamallani aikavälillä. Kaikki luokanopettajat pitivät kyselytutkimuksen itse omalle luokalleen. Tämä vuoksi on mahdollista, että jokainen luokanopettaja on antanut hieman toisistaan poikkeavia ohjeita oppilaille kyselylomakkeen täyttöön liittyen. Tutkimustuloksia tarkastellessa en kuitenkaan huomannut kyselylomakkeen täytössä huolimattomuuksia.

Sain kerättyä tutkimustani varten tarpeeksi kattavan aineiston. Tutkimukseni aineiston analyysi oli toimivaa ja sain kattavia vastauksia tutkimuskysymyksiini. Mikäli tutkimukseen olisi osallistunut suurempi määrä nuoria, olisi aineisto kannattanut analysoida SPSS-ohjelman avulla. Tutkimuskysymykset ovat myös muokattavissa avoimiksi kysymyksiksi, mutta tällöin tutkittavien nuorten tulisi olla kypsemässä iässä vastausten täsmällisyyden ja laajuuden vuoksi.

Tutkimus on helposti laajennettavissa esimerkiksi koko Suomen kattavaksi tai eri ikäryhmiä vertailevaksi. Mikäli tutkimusta jatkettaisiin eri Suomen kaupunkeja vertailevaksi, tulisi tutkimuksessa ottaa huomioon kaupunkien eri murteet sekä slangit. Olisi myös erittäin mielenkiin-

toista tutkia verkkokielen ilmiötä globaalisti ja tarkastella sitä, kuinka paljon samankaltaisuuksia verkkokielessä on tutkittavien maiden välillä. Tutkimuksen laajempia tuloksia voidaan esimerkiksi hyödyntää nuorisotutkimuksissa ja nuorten parissa työskentelevien henkilöiden keskuudessa.

## **Lähteet**

Anderson, A., Bohlin, M., Lundin, L. & Sorbring, E. (2015). Adolescent's self-defining internet experiences. Teoksessa Blair, S. L., Claster, P. N. & Claster, S.M. (2015). *Technology and youth: Growing up in a Digital World*. UK: Emerald.

Androutsopoulos, J. (2013). *Participatory Culture and Metalinguistic Discourse: Performing and Negotiating German Dialects on YouTube*. Teoksessa Tannen, D. & Trester, A.M. (2013). *Discourse 2.0: Language and New Media*. Georgetown: University Press.

Arnett, J. J. (2015). *Emerging Adulthood. The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties*. Oxford: University Press.

Banzerus, A. (2016). *Willingness to Accept for Instagram Accounts. First Empirical Evidence*. Hamburg: Anchor Academic Publishing.

Beamish, R. B. (2016). *The Promise of Sociology: The Classical Tradition and Contemporary Sociological Thinking*. Toronto: University of Toronto Press, Higher Education Division.

Bennet, A. (2004). *Virtual Subculture? Youth, Identity and the Internet*. Teoksessa Bennet, A. & Kahn-Harris, K. (2004). *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture*. Basingstoke: Palgrave.

Bennet, A. & Robards, B. (2014). *Mediated Youth Cultures: the Internet, Belonging and New Cultural Configurations*. Basingstoke: Palgrave.

Burnett, J. (2010). *Generations. The Time Machine in Theory and Practice*. UK: University of Wolverhampton.

Coupland, D. (1991). *Generation X: Tales for an Accelerated Culture*. New York: St. Martin's Press.

Cowie, H. (2012). *From birth to sixteen years: children's health, social, emotional and linguistic development*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.

Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics: A Student Guide*. London: Routledge.

- Danesi, M. (2003). *Forever Young: the Teen-Aging of Modern Culture*. Toronto; Buffalo: University of Toronto Press.
- Davis, K. (2014). *Youth Identities in a Digital Age: The Anchoring Role of Friends in Young People's Approaches to Online Identity Express*. Teoksessa Bennet, A. & Robards, B. (2014). *Mediated Youth Cultures: the Internet, belonging and new cultural configurations*. Basingstoke: Palgrave.
- Duszak, A. & Okulska, U. (2011). *Language, Culture and the Dynamics of Age*. Teoksessa *Language, Power and Social Process [LPSP]*, Volume 28. Walter de Gruyter.
- eBrand. (2019). *SoMe ja nuoret 2019 - Katsaus nuorten sosiaalisen median käytöstä*. Julkaistu 3.4.2019. Luettu osoitteesta <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/>
- Erikson, E.H. (1968). *Identity, Youth and Crisis*. New York: Norton.
- Giles, H. (1980). *Accommodation theory: Some New Directions*. Teoksessa de Silva, S. (1980). *Aspects of Linguistic Behavior: A Festschrift in honour of Robert Le Page*. York: University of York Press.
- Hall, S. (2002). *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.
- Heikkilä, T. (2002). *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury Academic.
- Hinton, S. & Hjorth, L. (2013). *Understanding Social Media*. Los Angeles: SAGE.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2001). *Tutkimus haastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2005). *Tutki ja kirjoita*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Howe, N. & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.
- Häkkinen, A. (2014). ”Kun yhteiskunta tuli kylään”: nuorisosukupolvien erilaiset yhteiskunta-kohtaamiset ja –kokemukset. Teoksessa Vehkalahti, K. & Suurpää, L. (2014). *Nuoruuden sukupolvet. Monitieteisiä näkökulmia nuoruuteen eilen ja tänään*. Tampere: Juvenes Print.

Häkkinen, A. (2013). Suomalaiset sukupolvet, elämäntavat ja historia – Sukupolvesta sukupolveen. Teoksessa Häkkinen, A., Puuronen, A., Salasuo, M. & Ojajärvi, A. (2013). Sosiaalinen albumi. Elämäntavat sukupolvien murroksissa. Helsinki: Unigrafia.

Hänninen, V. (2000). Sisäinen tarina, elämä ja muutos. Tampere: Tampereen yliopisto.

Häkkinen, A., Puuronen, A., Salasuo, M. & Ojajärvi, A. (2013). Sosiaalinen albumi. Elämäntavat sukupolvien murroksissa. Helsinki: Unigrafia.

Jay, T. (1992). Cursing in America. Amsterdam: Benjamins.

Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York: New York University Press.

Jokinen, K. (2014). Nykynuoret ja siirtymät aikuisuuteen. Teoksessa Vehkalahti, K. & Suurpää, L. (2014). Nuoruuden sukupolvet. Monitieteisiä näkökulmia nuoruuteen eilen ja tänään. Tampere: Juvenes Print.

Koskenniemi, K., Lindén, K., Carlson, L., Vainio, M., Arppe, A., Lennes, M., Westerlund, H., Hyvärinen, M., Bartis, I., Nuolijärvi, P. & Piehl, A. (2012). The Finnish Language in the Digital Age. Suomen kieli Digitaalisella Aikakaudella. Berlin; New York: Springer.

Kotilainen, L. (2008). Englanti suomenkielisissä chat-keskusteluissa. Teoksessa Onikki-Rantajääskö, T. & Siirainen, M. (2008). Kieltä kohti. Keuruu: Otava.

Lappalainen, H. (2008a). Vaihteleva kieli. Teoksessa Onikki-Rantajääskö, T. & Siirainen, M. (2008). Kieltä kohti. Keuruu: Otava.

Lappalainen, H. (2008b). Kielellinen vaihtelu vuorovaikutuksen resurssina. Teoksessa Routarinne, S. & Uusi-Hallila, T. (2008). Nuoret kielikuvassa. Kouluikäisten kieli 2000-luvulla. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Lee, C. (2014). Language choice and self-presentation in social media: The case of university students in Hong Kong. Teoksessa Tagg, C. & Seargeant, P. (2014). The language of social media: Identity and community on the Internet. Basingstoke: Palgrave.

Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. Teoksessa Kecskemeti, P. (1997). Essays on the Sociology of Knowledge by Karl Mannheim. London: Routledge.

Onikki-Rantajääskö, T. & Siirainen, M. (2008). Kieltä kohti. Keuruu: Otava.

- Puuronen, V. (2006). Nuorisotutkimus. Tampere: Juvenes Print.
- Pönkä, H. (2014). Sosiaalisen Median Käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Rafalow, M.H. (2015). n00bs, TROLLS, AND IDOLS: BOUNDARY MAKING AMONG DIGITAL YOUTH. Teoksessa Blair, S. L., Claster, P. N. & Claster, S.M. (2015). Technology and youth: Growing up in a Digital World. UK: Emerald.
- Routarinne, S. & Uusi-Hallila, T. (2008). Nuoret kielikuvassa. Kouluikäisten kieli 2000-luvulla. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Räsänen, P. & Sarpila, O. (2013). Internet-lomake vai ei? Verkkokyselylomake postikyselyitä täydentävänä tiedonkeruun menetelmänä. Teoksessa Laaksonen, S., Matikainen, J., & Tikka, M. (Toim.), Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Jyväskylä: Vastapaino.
- Salasuo, M. & Suurpää, L. (2014). Ystävyys ja ryhmä kahden sukupolven kerrotussa elämässä. Teoksessa Vehkalahti, K. & Suurpää, L. (2014). Nuoruuden sukupolvet. Monitieteisiä näkökulmia nuoruuteen eilen ja tänään. Tampere: Juvenes Print.
- Salovaara, A. & Kurvinen, E. (2008). Nuorten vuorovaikutus inspiroi suunnittelijaa. Teoksessa Routarinne, S. & Uusi-Hallila, T. (2008). Nuoret kielikuvassa. Kouluikäisten kieli 2000-luvulla. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Soininen, M. (1995). Tieteellisen tutkimuksen perusteet. Turku: Painosalama Oy.
- Stenström, A.B., Hasund, I.K. & Andersen, G. (2002). Trends in Teenage Talk: Corpus Compilation, Analysis and Findings. John Benjamins B.V.
- Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (2013). Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus.
- Suurpää, L. & Aaltojärvi, P. (1996). Näin nuoret. Näkökulmia nuoruuden kulttuureihin. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Taavetti, R. (2014). ”Seksi oli rakkauden hinta” – Seksuaalisuus eilisen nuoruudessa. Teoksessa Vehkalahti, K. & Suurpää, L. (2014). Nuoruuden sukupolvet. Monitieteisiä näkökulmia nuoruuteen eilen ja tänään. Tampere: Juvenes Print.

Tagg, C. & Seargeant, P. (2014). Audience design and language choice in the construction and maintenance of translocal communities on social network sites. Teoksessa Tagg, C. & Seargeant, P. (2014). *The language of social media: Identity and community on the Internet*. Basingstoke: Palgrave.

Takahashi, T. (2014). Youth, Social media and Connectivity in Japan. Teoksessa Tagg, C. & Seargeant, P. (2014). *The language of social media: Identity and community on the Internet*. Basingstoke: Palgrave.

Tannen, D. & Trester, A.M. (2013). *Discourse 2.0: Language and New Media*. Georgetown: University Press.

Vehkalahti, K. & Suurpää, L. (2014). *Nuoruuden sukupolvet. Monitieteisiä näkökulmia nuoruuteen eilen ja tänään*. Tampere: Juvenes Print.

Vilkkä, H. (2007). *Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Jyväskylä: Gummerrus.

Woodman, D. & Wyn, J. (2015). *Youth and Generation. Rethinking change and inequality in the lives of young people*. London: SAGE.

Östman, S. (2013). 2005 – Tietoyhteiskunnasta kansalaisjournalismiin. Teoksessa Suominen, J., Östman, S., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (2013). *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus.

## Liite 1: Kyselylomake

### Nuorten verkkokielen käyttö

Teen pro gradu-tutkielmaa Oulun yliopistossa ja tutkimukseni aiheena on nykynuorten käyttämä verkkokieli. Verkkokielellä tarkoitetaan netissä esiintyvää kieltä, jota voidaan kutsua myös internetkieleksi.

Kyselyyn osallistuvien tiedot pysyvät anonyymeinä ja kysymyksiin vastataan nimettömästi. Kyselyyn vastanneiden henkilökohtaisista tiedoista tulee tutkimukseen ilmi vain koulu sekä sukupuoli.

Vastaa kaikkiin kyselyn kysymyksiin. Vastausten ei tarvitse olla pitkiä.

Kiitos kyselyyn osallistumisesta!

**\*Pakollinen**

Valitse koulu \*

Koulu A

Koulu B

Koulu C

Olen \*

Tyttö

Poika

Muu

Kuinka paljon käytät alla olevia verkkokielen sanoja? \*

Paljon

Jonkin verran

Olen vain kuullut

En yhtään

Basic

FYP

Wörtti

Servata

MP

Salty

Cringe

Goals

Nälä



Mintissä  
Ok boomer  
Sos  
And I oop  
Ceebs  
Trollata  
Farmata  
Omg  
Yeet  
Sksksk  
Veli/Bro  
Lit  
Savage  
5/5 (Viis kautta viis)  
Lowkey  
Shook  
Basic  
FYP  
Wörtti  
Servata  
MP  
Salty  
Cringe  
Goals  
Nälä  
Mintissä  
Ok boomer  
Sos  
And I oop  
Ceebs  
Trollata  
Farmata  
Omg  
Yeet  
Sksksk  
Veli/Bro  
Lit  
Savage  
5/5 (Viis kautta viis)  
Lowkey  
Shook

Mitä ylläolevista sanoista käytät eniten ja miksi? Valitse 1-3 sanaa. \*

Oma vastauksesi

Käytätkö joitakin muita verkkokielen sanoja? Mitä?

Oma vastauksesi

Mistä löydät tai kuulet uusia sanoja? Voit valita useita vaihtoehtoja. \*

Instagram

Snapchat

YouTube

Tiktok

WhatsApp

Pelit

Kaverit

Muu:

Vaikuttaako sosiaalinen media kielenkäyttöösi? \*

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Missä käytät verkkokieltä? Voit valita useita vaihtoehtoja. \*

Kavereiden kanssa

Perheen kanssa

Sosiaalisessa mediassa

Tilapäivityksissä

Kommenteissa

Pelatessa

Muu:

Miksi käytät verkkokieltä? Lyhyt vastaus riittää. \*

Oma vastauksesi

Käytätkö verkkokieltä enemmän puhuessa vai kirjoittaessa? \*

Puhuessa

Kirjoittaessa

Molemmissa

En osaa sanoa

## Liite 2: Saatekirje oppilaan huoltajalle

Hyvä oppilaan huoltaja,

Olen Intercultural Teacher Education opiskelija Oulun yliopistosta. Teen pro gradu-tutkielmaa 5.-luokkalaisten oppilaiden verkkokielen käytöstä. Tutkimukseni aineisto kerätään netissä kyselylomakkeella, johon toivon osallistuvan vähintään 50 oppilasta. Kysely toteutetaan oppilaan koulussa koulupäivän aikana eikä se vie kokonaista oppituntia. Kyselytutkimukseen osallistuvien oppilaiden tiedot pysyvät anonyymeinä ja tutkimuksen kysymyksiin vastataan nimettömästi. Tutkimusaineisto laaditaan kyselyn tulosten perusteella, jossa tulee oppilastiedoista ilmi vain oppilaan sukupuoli. Olen saanut lapsenne koululta tutkimusluvan kyselyn toteuttamiseen.

Mikäli tarvitsette lisätietoa tutkimuksestani tai aineistonkeruun menetelmistä, voitte ottaa minuun yhteyttä sähköpostitse tai puhelimitse. Palauta alla oleva lomake täytettynä luokanopettajalle mahdollisimman pian.

-----  
Annan suostumukseni siihen, että oppilas saa osallistua kyselytutkimukseen:

Kyllä     Ei

Oppilaan nimi: \_\_\_\_\_

Paikka ja aika

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ 2020

Huoltajan allekirjoitus ja nimenselvennys

\_\_\_\_\_

Ystävällisin terveisin,

*Alisa Mylly*

*Intercultural Teacher Education*

*Oulun yliopisto*

044xxxxxxx

*alisa.mylly@student oulu.fi*