

Liikenne- ja viestintäministeriö 2008
Lasten ja nuorten mediafoorumi

Lasten ja nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa



*Sonja Kangas, Anniina Lundvall & Sara Sintonen
13.11.2008*

ESIPUHE.....	3
JOHDANTO.....	4
1. MILLENNIAALIT – TÄMÄN PÄIVÄN LAPSIA.....	5
2. NÄKÖKULMIA MEDIAN KÄYTTÖÖN.....	7
3. 24 H TIEDON JA VIIHTEEN VALTATIELLÄ.....	8
4. SOSIAALINEN JA OSALLISTAVA PELIMAAILMA.....	10
5. ELÄVÄÄ KUVAA VERKOSSA JA KANKAALLA.....	11
6. TELEVISION ÄÄRESSÄ VIIHTYVÄT NUORIMMAT.....	12
7. SÄHKÖISILLÄ RADIOAALLOILLA.....	13
8. MOBIILI ARKI.....	14
9. PAPERINEN JA DIGITAALINEN LEHTIMAAILMA.....	14
10. TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSET.....	14
11. MEDIAN KÄYTÖN MONET ROOLIT.....	15
13. HUOMIOITA.....	17
14. TULEVAISUUDEN HAASTEET.....	18
LÄHTEET.....	19

ESIPUHE

Viestintäministeri Suvi Lindén nimitti helmikuussa 2008 arjen tietoyhteiskunnan neuvottelukunnan alle eri toimijoiden asiantuntijoista koostuvan Lasten ja nuorten mediafoorumin arvioimaan median ja internetin roolia lasten ja nuorten arjessa. Foorumin yleisenä tehtävänä on edistää lasten ja nuorten valmiuksia toimia sähköisessä viestintäympäristössä sekä pohtia mahdollisia keinoja vähentää sähköisestä viestinnästä lapsille ja nuorille aiheutuvia haittoja. Foorumissa on yli 40 jäsentä niin yksityiseltä kuin julkiseltakin sektorilta, ja juuri mukana olevien tahojen lukumäärä ja monipuolisuus tekevät yhteistyöstä ainutlaatuista Suomessa.

Lasten ja nuorten mediankäyttöön on kohdistunut Suomessa runsas määrä ansiokasta tutkimusta. Näiden tutkimusten tunnettavuus ei kuitenkaan ole kovin hyvä. Useat näistä tutkimuksista ovat myös niin laajoja, että niihin tutustuminen on haasteellista muille kuin alan ammattilaisille.

Tämän johdosta Lasten ja nuorten Mediafoorumi päätti ensimmäisenä työnään koota lyhyen ja tiiviin yleiskuvan lasten ja nuorten mediamaailmasta. Työn toteutuksen ovat tehneet Sonja Kangas, Anniina Lundvall ja Sara Sintonen. Selvityksen tarkoituksena on toimia tiiviinä johdatuksena lasten ja nuorten mediamaailmaan vanhemmille, kasvattajille, poliitikoille, virkamiehille, lasten ja/tai median kanssa työskenteleville, sekä kaikille aiheesta kiinnostuneille. Selvitys ei anna suoria vastauksia mediaympäristön tulevaisuudenhaasteista, vaan sen tehtävänä on enemmänkin tiivistää pähkinänkuoreen lasten ja nuorten mediamaailman nykytila sen monimuotoisuudessaan, sekä pohjustaa jatkokeskustelua ja -työtä niin Lasten ja nuorten mediafoorumissa kuin muilla areenoilla Suomessa.

Kirsi Miettinen
puheenjohtaja
Liikenne- ja viestintäministeriö



Lisätietoja Lasten ja nuorten mediafoorumista: www.arjentietoyhteiskunta.fi

JOHDANTO

Tämä selvitys luo kokonaiskuvan 3–18-vuotiaiden lasten ja nuorten mediamaailmoista. Kooste käsittelee tuoreiden tutkimusten ja tilastojen valossa median käyttöä, erilaisia käyttötapoja sekä lasten ja nuorten tarpeita ja motiiveja mediasisältöjen käyttöön. Selvityksessä tarkastellaan mediamaailmaa kokonaisuutena, erilaisia mediankäytön rooleja, kulutustapoja ja muuttuvan mediaympäristön haasteita.

Monipuolinen lasten ja nuorten mediamaailma laajentaa ja/tai osin korvaa arjen toimintaympäristöjä. Lasten ja nuorten mediakulttuuria voidaan luonnehtia yhdeksi aikamme merkittävimmäksi kulttuuriseksi tilaksi. Lähes kaikilta yksilön kannalta merkittäviltä elämänalueilta voidaan löytää yhtymäkohtia mediakulttuuriin.

Median fyysinen muoto muuttuu: televisio siirtyy kännykän ruudulle ja sanomalehdet luetaan verkosta. Myös käyttötottumukset muuttuvat. Lasten ja nuorten median käyttöä leimaa monikanavaisuus. Medioita käytetään limittäin ja yhtäaikaisesti. On tutkittu, että jopa puolet lapsista ja nuorista tekee jotain muuta samalla kun katsoo televisiota!

Olemme tottuneet aikuisina yksisuuntaiseen mediaan, jossa media antaa tietoa, jonka me otamme vastaan. Nuoret elävät erilaisessa maailmassa ja vaativat medialta kaksisuuntaisuutta – he haluavat äänensä kuuluviin. Lapsen ja nuoren ääni kuuluu digitaalisen ajan kulttuurissa paremmin kuin koskaan aikaisemmin. Nuoret tuottavat tottuneesti mediasisältöjä ja tuovat ajatuksiaan julki videoimalla ja bloggaamalla. Julkinen ja yksityinen tila verkossa ovat läsnä yhtäaikaisesti.

Monikanavaisen mediakäytön taitavat lapset jäävät kotona liian usein medioiden keskelle ilman tukea. Useassa tässä selvityksessä mainitussa tutkimuksessa todetaan, että aikuiset kasvattajat tietävät varsin vähän lasten mediamaailmoista. Yksi selvityksen tehtävistä on tarjota tietoa, jonka avulla näitä sähköisiä toimintaympäristöjä ja digitaalisia kulttuureja on helpompi ymmärtää.

Mediakulttuuri ei ole valmis. Se kehittyy ja muuttuu koko ajan. Kaikilla on pääsy media-kulttuurin sisältöjen ääreen. Koskaan aikaisemmin nuorten mediakulttuuri ei ole ollut näin näkyvää. Silti aikuiset kasvattajat eivät koe tietävänsä ja tuntevansa lasten ja nuorten mediamaailmaa.

Media	80-luku	90-luku	2000->
<i>Televisio</i>	Televisiossa vain kaksi kanavaa Kaapelikanavat ylellisyyttä	Mainostelevisio ja Nelonen syntyvät	Siirtyminen digiaikaan Kanavapaketit markkinoille -> rajoittamaton valikoima, sirpaloitunut kulutus
<i>Radio</i>	Paikallisradiot ja kaupalliset kanavat perustetaan	Nettiradiot ja nettilähetykset syntyvät	Nettiradiota kuuntelee suuri osa väestöstä
<i>Pelit</i>	C64 ja Amiga suosittu kotitietokoneet Tietokoneet poikien harrastuksena	Playstation-pelikonsoli julkaistaan Pelaaminen siirtyy tietokoneelta television ääreen	Nettipelaaminen, itse tekeminen sosiaalisuus
<i>Internet</i>	Modeemiyhteys harvoilla Tietokoneharrastajien sosiaalinen netinkäyttö vielä marginaalista	www tulee tutuksi, kaikki haluavat omat kotisivut Graafiset selaimet julkaistaan ja netti popularisoituu	Laajakaista Sosiaalinen media Kotisivukulttuurista yhteisö-kulttuuriin
<i>Elokuvat</i>	Teatterilevitys Videot	Videokamerat popularisoituvat Kotivideot	Elokuvia ladataan netistä Uudet tallennusmediat (DVD, Blu-Ray) Youtube-kulttuuri syntyy
<i>Lehdet</i>	Tietokoneet tulivat sanomalehtitaloihin: ensin tekstin käsittely, sitten taitto	Moni lehti lopettaa toimintansa laman vuoksi Suurin osa sanomalehdistä muuttui sitoutumattomiksi 1994–1995 ensimmäiset lehtitalot julkaisivat nettisivunsa	Yhteisölliset nettilehdet, esim. Demi Iltapäivälehtien myynti vähenee, mutta niiden verkkosivut ovat katsotuimpien joukossa koko ajan
<i>Mobiili</i>	Bisneskäytössä, autopuhelin	Tekstiviestikulttuurin syntyminen Kännykkä jokaisen taskuun	Kännykän uusi muoto: kamera, videokamera, internet, puhelin, televisio

Taulukko 1. Nopeasti teknologisoitunut lasten ja nuorten mediamaailma 80-luvulta nykypäivään. Lähde: Kangas, Lundvall & Sintonen 2008

1. MILLENNIAALIT – TÄMÄN PÄIVÄN LAPSIA

1980-luvun jälkeen syntyneitä eli nykypäivän lapsia ja nuoria on nimitetty *Millenniaali*-sukupolveksi. Sillä tarkoitetaan, että lapset ja nuoret ovat syntyneet teknologisoituneeseen maailmaan¹. Heille kotitietokoneet ja matkapuhelimet ovat olleet aina olemassa.

Millenniaalit ovat taitavia ja motivoituneita kokeilijoita – monella tapaa mediataitaisia ja oppimiskykyisiä – tietotekniikan ja netin palveluiden käytössä. Heillä on pääsy vuorovaikutteisten sisältöjen pariin etenkin kotoa, mutta myös koulusta tai kirjastosta.

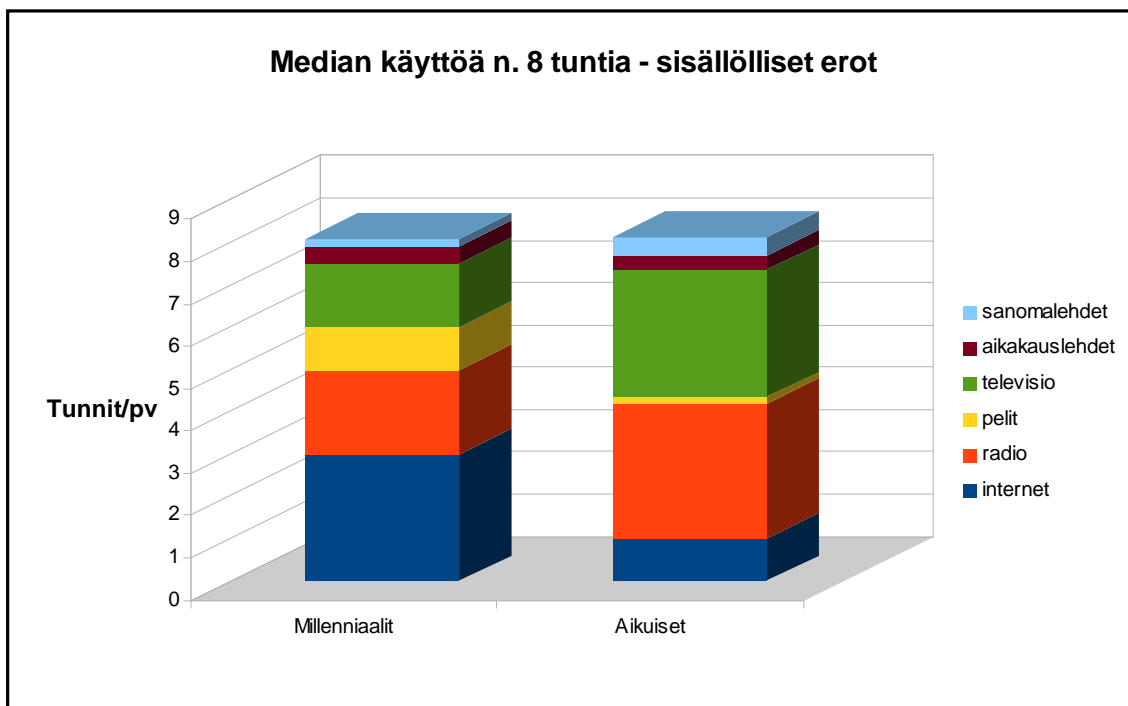
Digitaalisessa kulttuurissa osallisuus ja osallistuminen on helppoa. Sisällönmuokkaukseen kehitettyjen työkalujen avulla lähtökohtaisesti kuka tahansa voi osallistua, tuottaa sisältöä tai verkottua ilman erityisiä teknisiä taitoja. Millenniaaleille ratkaisujen omaehtoinen etsiminen ja tiedonhaku hakukoneiden avulla tai vertaisverkostoista ovat mielekkäämpiä ja nopeampia tapoja toimia kuin toimintatapojen ja vastauksien kysyminen vanhemmilta tai muilta auktoriteeteilta.

¹ Howe & Strauss: Millennials Rising 2000.

Millenniaalit tavoittelevat uudenlaista julkisuutta ja osallistumista. He ymmärtävät, että muoti-blogin kirjoittajasta voi tulla muotimaailman vaikuttaja ja nuoresta pöytälaatikko-runoilijasta tai -muusikosta tunnettu ympäri maailman. Kouluympäristössä syrjäänvetäytyvä poika voi olla internetin verkkopeliympäristössä taitava strategikko tai suurten joukkojen komentaja. Julkisuus on itsensä esilletuomista ja arvonnannon tai hyväksynnän hakemista joko lähipiiristä tai kansainvälisesti.

Uudenlaiset toimintatavat heijastuvat muun muassa ajankäytön muutokseen. Arkiympäristöissä olemisen ohella läsnäolo internetin eri yhteisöissä ja keskusteluympäristöissä kasvaa. Yhdellä foorumilla pidetään yhteyttä harrasteryhmään, toisaalla jutellaan koulukavereiden ja kolmannessa pelataan nettituttujen kanssa. Chattaily ja yhteisöpalvelujen, kuten Habbon käyttö koulupäivän aikana on aivan luonnollista Millenniaaleille, koska teknologia mahdollistaa vapaa-ajan ja kouluajan limittymisen.

Mediakulutuksen kokonaisajankäyttö on pysynyt suhteellisen samana 2000-luvulla. Millenniaaleilla internetin käyttö ja pelaaminen vievät suurimman osan mediankäytön kokonaisajasta.



Taulukko 2. Millenniaalien ja aikuisten mediankäytön eroja. Lähde: kooste tutkimuksista

Faktaa nuorten mediankäytöstä

- Google on nuorten keskuudessa suosituin internetsivusto. Sitä käyttää viikoittain 94 % nuorista.
- Suosituin pikaviestintäsovellus on MSN Messenger eli mese, jota käyttää viikoittain 82 % nuorista.
- Youtube-sivustolla on käynyt 81 % nuorista, mutta vain 8 % on tuottanut sinne sisältöä tai kommentoinut muiden tuotoksia.
- Luvaton lataaminen (lähinnä vertaisverkkojen kautta) on erittäin yleistä. 52 % nuorista on ladannut verkosta elokuvia ja 45 % tv-ohjelmia. Pojat ovat aktiivisempia latailijoita kuin tytöt.

Kansallinen nuorisotutkimus 2007, 15–25-vuotiaat (N=1855)

2. NÄKÖKULMIA MEDIAN KÄYTTÖÖN

Elämänvaihe: Lasten ja nuorten median käyttö ei ole vielä vakiintunut. Heillä on aikaa ja kiinnostusta etsiä ajatuksia, tietoa ja kontakteja. Median avulla peilataan omaa kasvua ja kehitystä sekä etsitään rakennusaineita oman identiteetin ja maailmankuvan muodostamiseen. Mihin minä kuulun? Kuka minä olen?

Ristiriitojen aikaa: Mediakulttuurilla on merkittävä rooli nuoren pyrkimyksissä itsen ja maailman ymmärtämiseen. Parhaimmillaan mediakulttuurin vaikutus on positiivista ja tukee nuoren kasvuprosessia. Toisaalta siihen sisältyy myös mahdollisuus negatiivisten ilmiöiden ja kiinnostuksen kohteiden vahvistamiseen. Moni mediakulttuurissa ilmenevä asia voi myös arveluttaa ja mietityttää nuorta.

Salattu aktiivisuus: Lähipiirin silmissä yksinäiseltä vaikuttava nuori voi elää hyvin aktiivista elämää kansainvälisen nettiverkoston kautta. Tämä tulisi nähdä lähtökohtaisesti yksilön vahvuutena, mutta pitää myös huolta, että nuorella on riittävästi "oikean elämän" kontakteja.

Sivistyksen uusi suunta: Oppimiskykyinen voi jo varhain erikoistua, sillä tieto on helposti saavutettavissa internetin ja avointen vertaisverkostojen kautta. Oppiminen muuttuu, sillä oppiminen ei enää painotu kouluympäristöön eikä lähtökohtaisesti siirry vanhemmalta nuoremmalle.

3–7-vuotiailla on vielä varsin hatara käsitys median ja maailman suhteesta, minkä vuoksi mediaesitykset aiheuttavat helposti erilaisia pelkoja. Vasta 6–7-vuotiaat lapset alkavat erottaa faktan ja fiktion eroja. Lapsi samaistuu voimakkaasti katsomaansa mediaan ja pelkää esimerkiksi mörköjä ja pimeää. Mediapelot ovat painajaisten ohella yleisimpiä 5–6-vuotiaiden pelkoja. Päiväkoti-ikäinen lapsi käsittää televisio-ohjelmien välissä tulevat mainokset sisällöllisesti osaksi ohjelmaa. Alle kouluikäisillä on vaikeuksia tunnistaa mainoksien suostutteleva tarkoitus.

8–12-vuotiaat kuluttavat sähköistä ja painettua mediaa monipuolisesti. Suuri osa lapsista aloittaa aktiivisen netinkäytön alle 10-vuotiaana. Viihdekäyttö muuttuu sosiaalisemmaksi. Nettiympäristöstä muodostuu sosiaalisen vuorovaikutuksen tärkeä kanava jo ennen yläkouluikää. Lasten tekniset taidot kehittyvät nopeasti, mutta internetin sosiaalisten suhteiden ja sisällöllisen monimuotoisuuden ymmärtäminen on vielä hankalaa. 11–17-vuotiaista lapsista ja nuorista lähes 30 % on törmännyt netissä mieltä järkyttäneeseen tai ahdistavaan materiaaliin.

13–18-vuotiaat ovat netin suurkuluttajia ajankäytön mittareilla laskettuna. Netissä käydään monta kertaa päivässä ja siellä viivytään useita tunteja kerrallaan. Nuoret suhtautuvat mainontaan, nettimainontaa lukuunottamatta, varsin positiivisesti. Internetissä mainonta hidastaa ja häiritsee, se koetaan aggressiiviseksi ja tungettelevaksi. Suuri osa nuorista suhtautuu mediasisältöihin kriittisesti ja kritisoi mm. mediasisällön ohentumista ja keventymistä.

Lähteet: Salokoski & Mustonen 2007, Pelastakaa Lapset ry 2008, Sanoma Magazines Finland 2008.

Internet ei ole yksi iso kokonaisuus. Se on sekä tekninen alusta, kulttuurinen toimintaympäristö että medioiden media. Internet on dynaaminen, alati kehittyvä alusta, jota esimerkiksi kunnat, yritykset ja yksittäiset henkilöt voivat käyttää tarpeidensa mukaan vaikkapa tiedon jakamiseen, palvelutarjontaan, ajanvietteeksi, kommunikointiin, itseilmaisuuksiin tai oppimiseen.

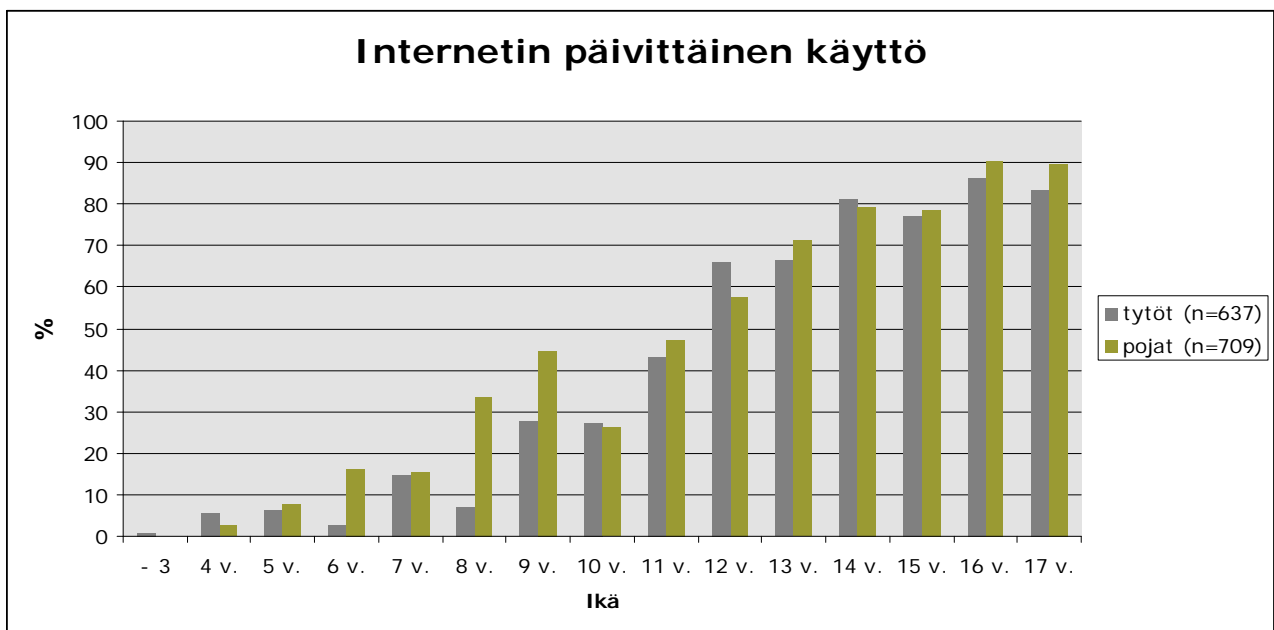
3–7-vuotiaat	%	8–12-vuotiaat	%	13–16-vuotiaat	%
Katselen televisiota	96	Katselen televisiota	96	Käytän internetiä	99
Katselen videoita/DVD:itä	92	Käytän internetiä	92	Katselen televisiota	97
Kuuntelen CD-levyjä	76	<i>Pelaan digitaalisia pelejä*</i>	86	Kuuntelen radiota	81
Luen kirjoja (ei koulu)	75	Katselen videoita/DVD:itä	83	Kuuntelen mp3-soitinta	83
Kuuntelen radiota	60	Luen sarjakuvalehtiä	82	Luen sanomalehtiä	79
Luen sarjakuvalehtiä	53	Kuuntelen CD-levyjä	76	<i>Pelaan digitaalisia pelejä*</i>	78
Käytän internetiä	51	Luen kirjoja (ei koulu)	73	Katselen videoita/DVD:itä	73
<i>Pelaan digitaalisia pelejä*</i>	34	Kuuntelen radiota	70	Kuuntelen CD-levyjä	71

Taulukko 3. Lasten ja nuorten usein suosimat mediat (prosentuaaliset osuudet). Lähde: TNS Gallup. Yippee-tutkimus 2008. N=1124.

*Arvio pelaamisen määrästä pohjautuu kansainvälisistä tutkimuksista koostettuun keskiarvoon ja on täten suuntaantava. Pew 2008, Childwise 2008, Kaiser 2008, Nuorisotutkimusverkosto 2008.

3. 24 H TIEDON JA VIIHTEEN VALTATIELLÄ

Internet on noussut 2000-luvulla nuorten mediakäytön keskiöön. Se on nuorille tärkein ja merkityksellisin media. Lähes jokainen nuori käyttää nettiä säännöllisesti ja yli 90 %:lla on kotoa pääsy internetiin². Yli puolella on oma tietokone omassa huoneessa. Tytöt ja pojat ovat lähes yhtä aktiivisia netin käyttäjiä³.



Taulukko 4. Internetin päivittäinen käyttö ikäryhmittäin. Kaikki lapset, n=1346 (Huom. 7-vuotiaiden tyttöjen osalta n=20). Lähde: Lasten mediakäytön rajoittaminen suomalaisperheissä 2008, Viestintäviraston julkaisuja 10/2008.

Lasten internetissä käyttämä aika painottuu viihteeseen ja viihteelliseen kommunikaatioon. Suomessa ja Ruotsissa netin kuvagalleriat on suosituin internetyhteisöllisyyden muoto. Suomalaisessa verkkoyhteisöllisyydessä luottamus nettittuihin on korkea, eikä todellisen persoonan esilletuomista koeta ongelmaksi. Monissa muissa maissa yhteisöissä toimitaan mieluummin anonyymisti, virtuaalisen hahmon suojuissa.

Internetyhteisön valintaan vaikuttaa kotimaisuus ja omakielisyys. Monesti yhteisöissä kohdataan kavereita, etsitään seurustelukumppaneita tai samanmielisiä nettittävyyksiä omalta

² Tilastokeskus 2008, Nuorisotutkimusverkosto 2007–2008.

³ Tilastokeskus 2008, Sulake Global Youth Study 2008, Nuorisotutkimusverkosto 2007-2008.



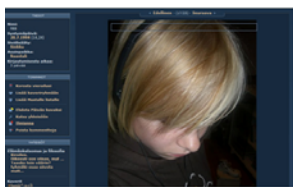
YOUTUBE

Online-videopalvelu, josta voi katsoa videoita ja lähettää omia videoita katseltavaksi. Ikäsuositus 13.



MINICLIP

Pelisivusto, jossa voi ilmaiseksi pelailia pieniä minipelejä. Ei ikäsuositusta.



IRC-GALLERIA

Suomalainen kuvagalleria, johon voi laittaa omia valokuvia ja kirjoittaa kommentteja. Ikäraja 12.



HABBO

Graafinen yhteisösivusto, jossa voi pelata, jutella ja ostaa esim. virtuaali-huonekaluja. Ikäsuositus 13.



AAPELI

Pelisivusto, jossa voi pelata ilmaiseksi pieniä minipelejä. Rekisteröityessä ikäraja 13, muuten voi pelata vapaasti.



RUNESCAPE

Fantasiamaailmaan sijoittuva nettiroolipeli. Ikäraja 13.

Taulukko 5. 12–18-vuotiaiden käyttäjien eniten käyttämät sivustot. Kysely tehtiin Habbo-käyttäjäkunnassa. Lähde: Sulake Youth Survey 2008 (N=2602)

murto-osa lähettää omia taiteellisia tuotoksia muiden arvioitavaksi, kirjoittaa blogia tai osallistuu peliympäristön laajentamiseen. Enemmistölle osallistuminen on keskustelua ja kommentointia. Myös kirjojen, pelien, videoiden tai vaikkapa valokuvien arvostelu ja paremmuusjärjestykseen laittaminen ovat suosittuja tapoja vaikuttaa ja osallistua.

Puolet 12–19-vuotiaista tytöistä käyttää nuorille naisille suunnatun Demi-lehden verkkosivuja, joiden tärkein sisältö on vertaistukena toimiva keskustelupalsta.

asuinalueelta. Sähköpostikeskustelun sijaan suositaan reaaliaikaista kommunikaatiota verkko-yhteisöissä tai pikaviestimen (esim. mesen) välityksellä.

Kolmella neljästä kuvagallerioita käytävästä 12–18-vuotiaasta nuoresta on nettittuja⁴. Suomalaiset nuoret luottavat nettittujen rehellisyyteen. Yli 90 % nuorista osaa mielestään käyttää internetiä turvallisesti. Tarvittaessa tukea haetaan vertaisryhmiltä ja yhteisön muilta jäseniltä⁵. Suurin osa lapsista ja nuorista keskustelee netinkäytöstä myös vanhempiensa kanssa.

Lapset ja nuoret rakentavat identiteettiään verkossa tai kokeilevat erilaisia rooleja. He etsivät mielenkiinnonkohteita, arvoja ja ajatuksia sekä laajentavat ystäväpiiriään. Internet tarjoaa vaihtoehdoisen kanavan arkaluontoisten tai vaikeiden asioiden käsittelyyn joko nettittuvapiirin tai ammattikasvattajan kanssa. Esimerkiksi Habbossa toimivassa Netarinetinuoorisotilassa työskentelee ammattitaitoisia nuorisiohjaajia. Nuorilla aikuisilla oma rooli yksilönä ja mediankäyttäjänä on vakiintuneempi, eikä identiteetin, arvojen tai intressien etsintä ole enää samalla tavalla keskiössä.

Tärkeimmät internetin käytön motiivit ovat oppiminen, verkkorutiinien hoitaminen, kuluttaminen, rentoutuminen ja ajan tasalla pysyttelemine. Vaikka internet mahdollistaa sisällöntuottamisen tai -muokkaamisen, vain

⁴ Mustonen & Peura 2007.

⁵ Viestintävirasto 2007b, Sulake Global Youth Study 2008.



Kuva 1. Pelit ovat elämää pienoiskoossa. Lähde: Sonja Kangas 2008.

4. SOSIAALINEN JA OSALLISTAVA PELIMAILMA

LASTEN JA NUORTEN SUOSIKKIPELIT SUOMESSA 2007		
Pelin nimi ja idea	Ikäsuositus	Myydyt pelit (kpl)
The Sims 2 Pelaaja perustaa perheen joko valmiina olevaan tai itse luotuun naapurustoon.	3+	104 000
Singstar Legendat Pelaajan tavoitteena on voittaa karaokea laulamalla muut pelaajat.	12+	64 313
Sly Raccoon - Konnien kunnia Pelaajan (pesukarhu) on etsittävä viiteen osaan revennyt varkaiden kirja.	3+	48 359
The Sims 2 Lemmikkielämä Sim-hahmon on hoidettava lemmikkiään (mm. ruokinta, leikittäminen) ja sen voi myös viedä töihin.	7+	40 458
Sly Raccoon – Konnakopla Tasohyppelypeli, jossa pesukarhu suorittaa varkauksia.	3+	30 081

Taulukko 6. Suosituimmat lapsille sopivat pelit. Lähde: Figma 2007.

Vielä 1980-luvulla pelaaminen oli tietokoneita harrastavien poikien marginaalinen harrastus. Sittemmin pelaaminen on arkipäiväistynyt ja muuttunut normaaliksi ajanvietteeksi. Lähes kaikki 13–18-vuotiaat pojat, ja tytöistäkin yli puolet, kertovat pelaavansa viikoittain⁶. Keskimäärin nuoret pelaavat noin tunnin päivässä. Erityisesti alakouluikäisten lasten netin käytöstä suurin osa on pelaamista tai muuta viihdettä. Internetissä pelataan monen pelaajan verkko-pelejä ja muutaman minuutin mittaisia minipelejä. Lapset ja nuoret pelaavat ajanvietteeksi. Lisäksi kilpaileminen, sosiaalisuus ja arvostuksen hakeminen mainitaan usein keskeisinä motivaatiotekijöinä. Pelaamisesta tulee harvemmin ongelma, vaikka pelaamiseen käytetäänkin kerrallaan useita tunteja. Fyysiset oireet, kuten päänsärky ovat tyypillisempiä tietokoneen

käytön ongelmia, jotka laantuvat pelaamisen määrää vähentämällä.

⁶ Nuorisotutkimusverkosto 2007–2008.

Verkkopelit ovat internetin kautta pelattavia pelejä, joita pelataan yksin tai yhtäaikaaisesti yhden, kahden, sadan tai tuhansien pelaajien kanssa. Yksi suosituimmista on moninpeli *World of Warcraft*, jota pelaa yli 10 miljoonaa ihmistä. Verkkopelaaminen on suosittu pelaamisen muoto, joka perustuu sosiaalisuuteen. Monen pelaajan verkkopelit rohkaisevat pelaajien välistä vuorovaikutusta tai suorastaan vaativat sitä. Etenemisen vaatimuksena on usein yhteistyö muiden pelaajien kanssa. Verkkopeliyhteisöjen vuorovaikutus muistuttaa paljon kasvokkain ylläpidettyjen ryhmien vuorovaikutusta. Yhteisöä koossa pitävänä voimana ovat jaetut arvot ja tavoitteet, joista neuvotellaan kuten oikeassakin elämässä⁷.

Noin puolet markkinoilla olevista peleistä sopii kaikenikäisille. Vain 4 % peleistä on ikärajaltaan K18. On selvitetty, että pelejä myydään varsin helposti K18-ikärajasta piittaamatta alaikäiselle.

Suomalaiset luottavat pelien ikärajiin ja pitävät niitä hyvin tarpeellisina, mutta niitä tunnetaan hyvin huonosti.

5. ELÄVÄÄ KUVAA VERKOSSA JA KANKAALLA

Elokvakäyntien määrä vuonna 2007 oli 6,7 miljoonaa⁸. Katsotuimmista elokuvista pääosa oli lapsille ja nuorille sopivia elokuvia.

Viidennes 11–14-vuotiaista käy elokuvissa kerran kuussa, suurin osa vähintään kerran vuodessa. Alle 13-vuotiaiden lasten vanhemmista 6 % käy joka kuukausi lastensa kanssa katsomassa lastenelokuvia. Noin kolmasosa alle 13-vuotiaiden vanhemmista ei käy koskaan yhdessä jälkikasvunsa kanssa lastenelokuvissa⁹.

Suomessa on monia nuorten itse tekemille elokuville tarkoitettuja sivustoja, joilla on runsas käyttäjäkunta. Käyttäjämäärät ovat jatkuvassa kasvussa. Esimerkiksi pohjoismaiden yhteisellä elokuvasivustolla dvoted.netillä on yli 1050 suomalaista käyttäjää, joista hieman yli 100 on vuoden 1990 jälkeen syntyneitä¹⁰.

Suomenkielinen www.pixoff.net kasvattaa koko ajan käyttäjämääriä: vuonna 2007 sillä oli 8000 käyttäjää ja vuotta myöhemmin yli 9000 käyttäjää¹¹.

LASTEN JA NUORTEN KATSOTUIMMAT ELOKUVAT 2007		
Elokuvan nimi	Ikäsuositus	Katsojat
<i>The Simpsons Movie</i>	7	415 279
<i>Pirates of The Caribbean – Maailman laidalla</i>	13	362 446
<i>Harry Potter ja Feeniksin kilta</i>	11	362 306
<i>Mr. Bean lomalle</i>	7	307 188
<i>Rottatouille</i>	3	261 557

Taulukko 7. Lasten ja nuorten katsotuimmat elokuvat 2007. Lähde: Suomen elokuvasäätiö.

Vain 28 % suomalaisista tietää, että elokuvien ikärajat ovat ehdottomia, eivät siis suosituksia. Ikärajan 18 tietää 64 % suomalaisista, muut ikärajat tunnetaan suhteellisen huonosti.

⁷ Siitonen 2007.

⁸ Parametra 2008.

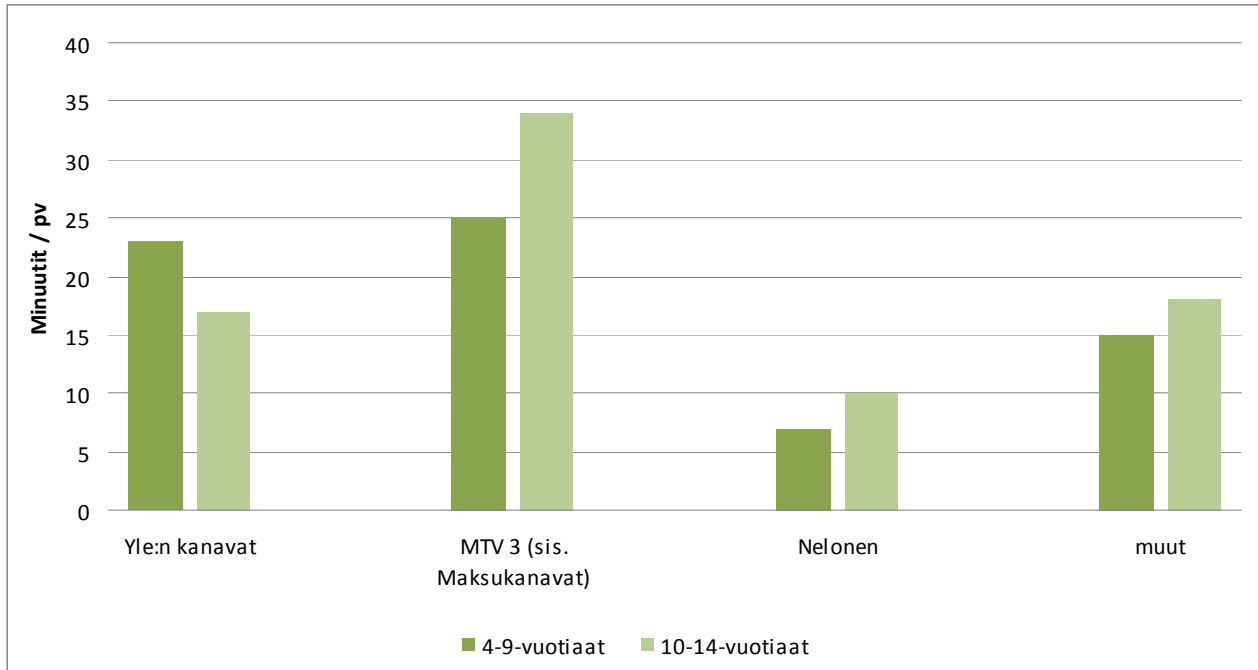
⁹ Parametra 2008.

¹⁰ Konttinen 2008

¹¹ <http://www.pixoff.net/fi/tekijat/>

6. TELEVISION ÄÄRESSÄ VIIHTYVÄT NUORIMMAT

Lapsista ja nuorista alle 14-vuotiaat ovat aktiivisimpia television katsojia. 10–14-vuotiaiden mediankäytöstä 59 % on television katselua. Yhteensä he kuluttavat medioiden parissa hieman yli 5 tuntia, joista sähköiset mediat vievät yli 90 %¹². Teini-ikäisillä internetin käyttö on ohittanut televisionkatselun ajassa mitattuna. Netinkäytöstä osa on myös televisionkatselua, sillä nuoret lataavat televisio-ohjelmia koneelleen ja käyttävät myös netti-TV-palveluita. Tekstitelevisio, TV-chat ja televisio-ohjelmiin liitetyt puhelinäänestykset ovat antaneet rajoitettuja mahdollisuuksia esim. keskusteluun tai ohjelmaan osallistumiseen. Nykyään osallistumisen mahdollisuudet ovat vieläkin laajemmat.



Taulukko 8. Television katselu ikäryhmittäin (min/pv), kanavajako. Lähde: Finnpanel

Suomalaisten katsotuimpien ohjelmien kärjessä vuonna 2007 olivat tosi-tv-tyyppiset kilpailut (Tanssii tähtien kanssa, Idols, Maajussille Morsian). Nuorten katsojien kesto-suosikki on Salatut elämät, joka tavoittaa eniten 15–24-vuotiaita naiskatsojia¹³.

IKÄRAJAMERKINNÄT TELEVISIOSSA

- K11-ohjelmat saa lähettää arkisin klo 17.00 jälkeen
- K13-ohjelmat saa lähettää arkisin klo 19.00 jälkeen
- K15-ohjelmat joka päivä klo 21.00 jälkeen
- K18-ohjelmat joka päivä klo 23.00 jälkeen
- Pornografiset ohjelmat joka päivä klo 24.00 jälkeen (Viestintäviraston kannanotto)

Lastenohjelmista suosituimpia ovat Pikku Kakkonen ja viikonloppuaamujen lastenohjelmat eri kanavilla. Suosituin lastenohjelmakanava on YLE TV2, jonka ohjelmistoa vanhemmat arvostavat enemmän kuin muiden kanavien lastenohjelmatarjontaa.

Kotimaisten tv-kanavien ikärajamerkinnät ja niitä vastaavat lähetysajat eivät ole selviä vanhemmille. Vain 54 % muistaa ohjelmien K-merkinnät spontaanisti¹⁴.

¹² Sanoma Magazines Finland 2008, TNS Gallup 2008

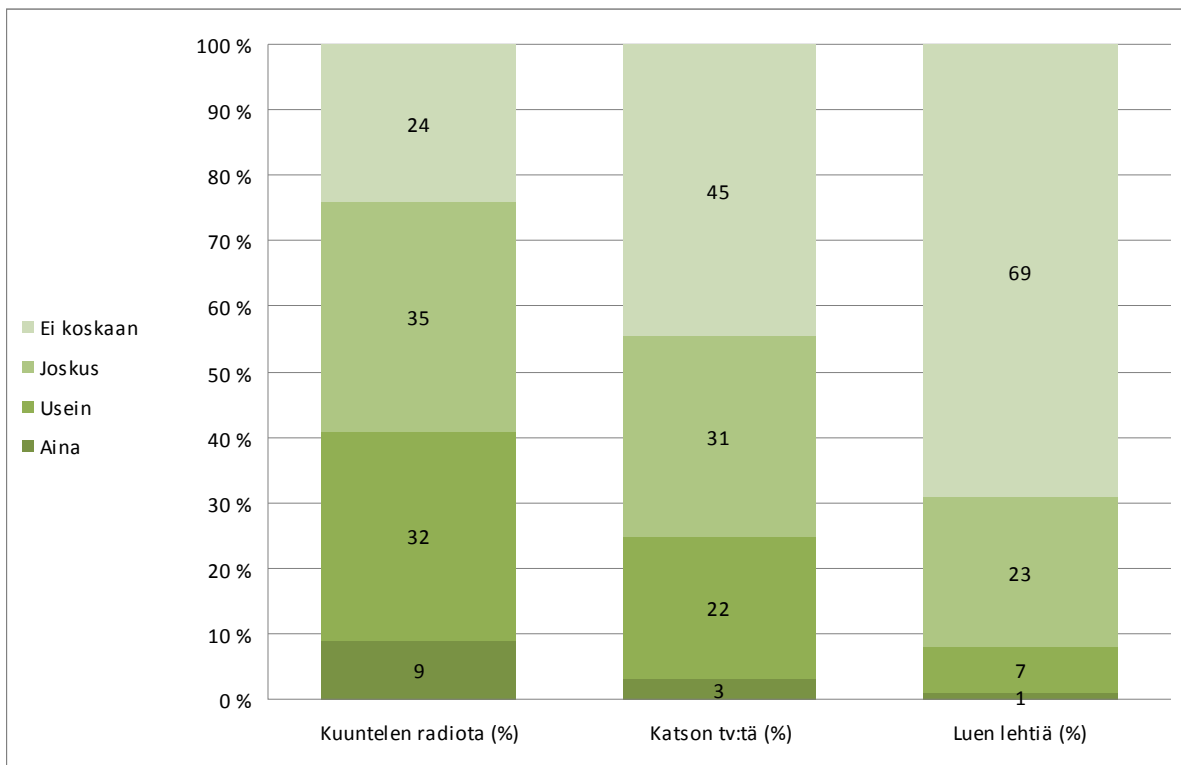
¹³ Finnpanel 2007, Markkinointi & Mainonta 2004.

¹⁴ Viestintävirasto 2008.

7. SÄHKÖISILLÄ RADIOAALLOILLA

Vaikka tietokoneet ja pelit vievät yhä enemmän vapaa-aikaa, nuoret kuuntelevat radiota siinä missä ennenkin – noin 1-2 tuntia päivässä¹⁵. Radiota kuunnellaan lyhyitä aikoja kerrallaan sekä tallennettuna että suorana. Sitä kuunnellaan myös internetistä ja kannettavilla laitteilla. Joka kolmannella yli 9-vuotiaalla suomalaisella oli matkapuhelin, jossa on FM-radio. 6 % heistä kuuntelee viikoittain radiota matkapuhelimen kautta ja saman verran väkeä kuuntelee viikoittain internetin kautta radiota¹⁶. 15–24-vuotiaista lähes puolet kuuntelee radiota internetin kautta. Kuuntelu netin kautta mahdollistaa vaihtoehtoisten kanavien kuuntelun. Radion kuuntelu lisääntyy iän myötä. 15–24-vuotiaat kuuntelivat eniten YleX-kanavaa, 9–14-vuotiaat NRJ:tä¹⁷. Radio on nuorille mieluisin mediaväline internetin ja television jälkeen.

Nettiradiot ovat nuori ilmiö, ensimmäinen suomalainen kokonaan netissä toimiva radiokanava avattiin 1999. Vuonna 2007 noin joka viides suomalainen kuunteli radiota netin kautta viikon aikana, ainakin joskus, selailun ohessa. Kuunnelluimpia nettiradioita ovat Radio Nova ja NRJ. Vuonna 2007 nuoret arvostivat radiota mediana hieman vähemmän kuin aikaisempina vuosina. Sama trendi koskee muitakin ns. vanhoja medioita.



Taulukko 9. Medioiden käyttö on päällekkäistä, etenkin radiota kuunnellaan usein muun mediankäytön ohessa. Lähde: RAB Finland/ TNS Catibus. 2007. N=500, 15-24-vuotiaat.

Radio siirtyy nettiin, niin kuin moni muukin mediamuoto. Netin kautta ohjelmavirtaa voi myös arvioida, tuottaa itse ja ottaa osaa ohjelmantekoon! Netti osallistaa mediantuotantoon aivan uudella tavalla sekä haastaa ajattelemaan esimerkiksi tekijänoikeutta ja sananvapautta uusin silmin.

¹⁵ RAB Finland 2007.

¹⁶ Finnpanel 2007.

¹⁷ YLE 2007.

8. MOBIILI ARKI

Alle 18-vuotiaista lapsista 75 %:lla on oma kännykkä. Kännykällä puhutaan, tekstillaan, pelataan, kuvataan, soitetaan musiikkia ja käytetään myös nettiä. Noin puolet 12–20-vuotiaista ottaa valokuvia kännykällään ainakin kerran kuussa, ja hieman alle 40 % käyttää puhelinta mp3-soittimena ja videokamerana¹⁸. Internetiä ja sähköpostia käytettiin vielä vuonna 2007 melko vähän puhelimen kautta. Noin puolet lasten vanhemmista hyödyntää lastensa matkapuhelimissa operaattorien tarjoamia rajoituskeinoja. Estopalveluiden käyttö on hieman yleisempää kuin saldorajoituksen käyttö. Niissä perheissä, joissa on 13–14-vuotiaita tyttöjä, käytetään keskimääräistä useammin estopalveluja¹⁹.

Kännykkäkuvia otetaan ja lähetetään aktiivisesti eteenpäin, myös sellaisille tutuille, joita ei ole tavattu muualla kuin netissä. Kännykkäkiusaaminen on varsin yleistä, mutta siitä ei juuri kerrota vanhemmille. Ylipäättään lapset eivät juuri keskustele vanhempiensa kanssa kännykän käytöstä.

9. PAPERINEN JA DIGITAALINEN LEHTIMAILMA

Sanomalehtiä pidetään luotettavana tiedon lähteenä, vaikkakin vain neljäsosa 12–20-vuotiaista pitää kotiin kannettua sanomalehteä tärkeänä omassa mediaelämässä²⁰. Nuoret lukevat sanomalehdistä kotimaan uutisia sekä paikallis- ja viihdeuutisia. Kaikkein vähiten luetaan kirkkoon, maatalouteen, yritysmaailmaan ja talouteen liittyviä uutisia.

Sanomalehti ei ole mediana nuorille niin merkityksellinen kuin internet ja televisio, mutta sanomalehtiä luetaan silti melko paljon. Niitä luetaan entistä enemmän verkossa, mutta myös paperiversio pitää pintansa. Suurien sanomalehtien peitto on jopa noussut parilla prosentilla 12–19-vuotiaiden keskuudessa²¹.

Printtimedian kulutus lisääntyy iän myötä. Nuoret lukevat aikakauslehtiä kolmisen tuntia viikossa ja sanomalehtiä luetaan noin kaksikymmentä minuuttia päivässä. 12–17-vuotiaiden suosikkilehtiä ovat Aku Ankka, Suosikki, Demi ja 7 päivää²². Suosituimmat 12–20-vuotiaiden lukemat verkkolehdet ovat Iltasanomat ja Iltalehti. Harva on kuitenkaan valmis lukemaan aikakauslehtiä verkossa: nuoren mediaelämässä paperista lehteä pidetään ylivoimaisen hyvänä käyttöliittymänä²³.

10. TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSET

Lapsen ja nuoren toimintaympäristö on tyypillisesti koti ja asuinympäristö, koulu sekä harrasteympäristö. Näiden lisäksi mediat, verkkomedia etupäässä, laajentavat toimintaympäristöjä. Yhteiskunnallisen muutoksen ja teknologisoituneen arjen muuttuessa myös koulun merkitys lasten ja nuorten maailmankatsomusten muokkaajana on muuttunut. Median ja vertaisryhmien merkitys on lisääntynyt ja kasvava osa oppimisesta tapahtuu perinteisten oppimisympäristöjen ulkopuolella. Toimintaympäristöä muuttaa tietoteknologian mahdollistama jatkuva läsnäolo esimerkiksi matkapuhelimen tai internetin välityksellä. Jos aikuisten haasteena on pitää työasiat poissa vapaa-ajalla, nuorille on luonnollista, että vapaa-aika joustaa työajalle ja kouluympäristöön. Samalla selkeät vapaa-ajalla tai kouluympäristössä otetut roolit joustavat.

¹⁸ Pelastakaa lapset ry 2007.

¹⁹ Viestintävirasto 2008.

²⁰ Taloustutkimus 2007.

²¹ Taloustutkimus 2007.

²² TNS Gallup 2007.

²³ Sanoma Magazines Finland 2008.

Digitaalisen ajan kulttuuri mahdollistaa uudenlaisen vaikuttamisen, tiedon tuottamisen, kokemusten ja ajatusten jakamisen sekä liittymisen muotoja. Esimerkiksi vertaisjournalismi voi kyseenalaistaa ammattimediatalojen yksinoikeuden tiedonvälittämiseen. Aktiivisten palstojen kautta tieto leviää nopeasti. Tämä tuottaa läpinäkyvyyttä perinteiseen journalismiin. Toisaalta, kun tiedon tuottajia on paljon, on tiedon luotettavuus välillä koetuksella. Yksi tapa hallita tilannetta on hyödyntää käyttäjiä itseään. Eri palveluihin kirjautuneet käyttäjät ovat usein valmiita myös raportoimaan valheellisesta tai epäasiallisesta tiedosta.

Kasvatuksen ja oppimisen avaintekijöitä	
Muuttuva toimintakulttuuri	Rakenteet ja järjestelmät hyötykäyttöön (media aidoksi osaksi opetusta, opetuksessa perinteiset hierarkiat muuttumassa)
Tiedon ja kokemusten jakaminen	Moniammatillisuus, verkottuminen, yhteistoiminnallisuus (rakennetaan tietoa yhdessä)
Ajattelun uudelleenorganisointi	Arvokeskustelut, moniarvoisuuden ymmärtäminen, yhteenliittymät yli maa- ja kulttuurirajojen (mediakulttuurissa eläminen voi auttaa näkemään stereotyyppien ja jäykkien rakenteiden taakse)

Taulukko 10. Kasvatuksen ja oppimisen avaintekijöitä. Taulukko: Kangas, Lundvall & Sintonen 2008

Muuttuvat toimintaympäristöt haastavat perinteiset lukemisen tavat ja muodot. Kirjan merkitys koulujen päämediana tulee väistymään. Uudet lukutaidot ovat sosiokulttuurisia, moniaistisia ja kiinnittyvät monimediaisiin teksteihin. On ymmärrettävä viestin sisältö, osattava kyseenalaistaa, keskustella ja tuottaa lisätietoa. Tämä internetin ja mobiililaitteiden kehittymisen myötä syntynyt osallisuuden kulttuuri haastaa perinteisen käsityksen oppimisesta ja opettamisesta. Perusopetuksen yhdeksi tärkeimmäksi tavoitteeksi nousee oppilaiden kannustaminen yhteisöllisen kulttuurin edistämiseen siten, että sekä toiminnan, tiedon jakamisen että ajattelun näkökulmasta yksilölliset ratkaisut ovat eettisesti kestäviä. Median ja nuoren suhteessa on pohjaa kasvatukselliselle toiminnalle. Mediakasvatuksella voidaan monella tapaa esimerkiksi tukea nuorten identiteettityötä, vahvistaa suhdetta itseen ja muihin sekä edesauttaa nuorta hahmottamaan itsensä osana maailmaa.

11. MEDIAN KÄYTÖN MONET ROOLIT

Nuorten median käyttöä määrittää kolme termiä:

1. Kommunikaatioakrobatia

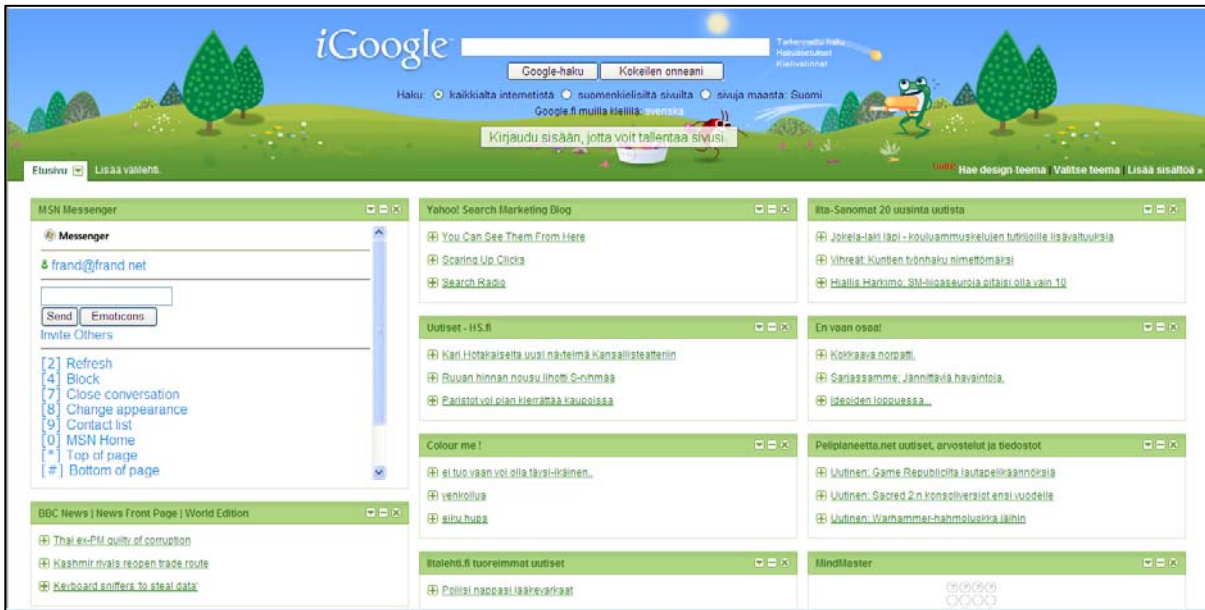
Kommunikaatioakrobatia korostaa arjen monimediaisuutta. Aiemman mediapäiväajattelun sijaan tiettyjen medioiden kulutus ei painotu tiettyyn vuorokauden hetkeen. Nuoret käyttävät medioita käyttötartpeidensa mukaisesti tilannekohtaisesti.

2. Moniajokulttuuri

Moniajokulttuuri korostaa läsnäolon ja yhtäaikaisuuden voimistumista. Internetissä ollaan monissa yhteisöissä, verkostoissa ja palveluissa samanaikaisesti. Yhden kanavan kautta voidaan kommunikoida koulukavereiden kanssa, keskustelupalstalla käsitellään tiettyyn harrastukseen liittyviä asioita ja verkkoyhteisöissä vietetään aikaa ja tutustutaan uusiin ihmisiin.

3. Haukkapalokulttuuri

Haukkapalokulttuuri puolestaan viittaa vallankäytön siirtymiseen kuluttajalle. Kuluttaja voi päättää millaisia kanavia tai viestintävälineitä seuraa. Samalla tasolla voivat olla vaikkapa suuri mediatulo ja paikallinen blogi tai verkkokeskustelu. Yksi tapa "latistaa" informaatiokerrokset on käyttää iGoogle-palvelua, joka tuo viralliset ja epäviralliset tiedonlähteet käyttäjän valinnan mukaiseksi koosteeksi ilman logoja tai asettelua (kts. kuva 2.)



Kuva 2. iGoogle kerää käyttäjän valitsemista lähteistä sisältöjä yhdelle sivulle (esim. uutisia ja blogimerkintöjä)

Osallistun, siis olen

Mediakulttuuriin osallistujat eivät ole vain yksi, yhtäläinen kuluttajien ja vastaanottajien massa. Osallisuus ja osallistuminen voivat näyttäytyä erilaisina rooleina. Toistaiseksi vain pieni ryhmä internetin käyttäjiä toimii aktiivisina sisällöntuottajina. Yleisempi osallistumistapa on muokata, arvioida tai kommentoida olemassa olevia sisältöjä. Arvioijaa tai kommentoijaa motivoi maineen kertyminen ja näkyvyys tietyssä sosiaalisessa verkostossa tai -piirissä.

Internetpalveluiden myötä yhdeltä monelle (1>N) malli on muuttunut monelta monelle (N>N) tyyppiseksi verkostoituneeksi kommunikoinniksi ja tiedotukseksi. Lähtökohtaisesti kaikilla mediakulttuurin ääressä olevilla on yhtäläinen mahdollisuus tuottaa uutta sisältöä blogiin, keskustelufoorumille, kuvagalleriaan tai verkkopeliin.

Mediakulttuuriin osallistujat	
Kehittäjä	Tuottaa ja julkaisee aktiivisesti sisältöjä: kuvia, tekstejä, videoita.
Kriitikko	Rikastaa verkkopalveluita arvioimalla kirjoja, elokuvia, lomakohteita, uutisia.
Keräilijä	Kerää mielenkiintoisia uutislähteitä ja viihdesisältöjä lähinnä omaan tarpeeseensa, ei välttämättä jaettavaksi.
Linkittäjä	Aktiivinen yhteisöpalvelun käyttäjä, joka kutsuu uusia käyttäjiä palveluun, lähettää haasteita ja muistutuksia.
Kuluttaja	Aktiivinen internetin kuluttaja, muttei halua rekisteröityä palveluihin, tuottaa sisältöjä, pisteyttää tai kommentoida.

Taulukko 11. Mediakulttuuriin osallistujien roolit. Taulukko: Kangas, Lundvall & Sintonen 2008

Näiden roolien ohella on kuudes rooli: passiivinen. Passiiviseksi luetaan henkilö, joka ei käytä internetiä ollenkaan. Edellä listatut roolit voivat olla yhtäaikaista. Yksi henkilö voi yhtäällä olla aktiivinen kehittäjä, mutta toisessa palvelussa lähinnä vaan yhteisöä seuraava kuluttaja.

13. HUOMIOITA

Selvitystä koostettaessa havaittiin, että aiheeseen liittyvää tutkimus- ja selvitystietoa on paljon. Yksittäisten tutkimusten vertaaminen on kuitenkin hankalaa, koska käsitykset mediakulttuurista eroavat ja otannat sekä ikähaarukointi vaihtelevat vaikeuttaen tilastojen tulkintaa.

Suomessa on olemassa laajoja, toistuvasti tehtyjä tilastollisia aineistoja yli 15-vuotiaista. Alle 15-vuotiaisiin kohdistuva kotimainen mediamaailmojen tutkimus on puutteellista.

Muuttuvan mediamaailman haasteet 2008 -selvityksen pohjalta voidaan suomalaisten lasten ja nuorten mediamaailmat kiteyttää seuraaviin avainkohtiin:

1. Internet on sosiaalinen vinkkiverkosto

Sosiaalinen media ei ole uusi, vaan internetin kehityksen seuraava askel. Siinä korostuvat yhdessä tekeminen, aktiivinen kommunikointi, osallistuminen ja ryhmittäytyminen. Internetin kautta kulutetaan enenevässä määrin myös muita medioita.

2. Hajanainen kasvatuskulttuuri ja digitaaliset kuulut

Mediavanhemmuutta määrittää pitkälti se julkinen puhe, mitä mediasta, lapsista ja kasvatuksesta esitetään. Vanhemmat ovat epävarmoja osin tiedon puutteen vuoksi, mutta myös siksi, että ilmiöihin ei tunnu liittyvän yhtä oikeaa totuutta. Vanhemmat ja kasvattajat eivät ota aktiivisen osallistujan roolia lasten ja nuorten mediakulttuuriin.

3. Haukkapalokulttuuri ja muokattava media

Valta kanavien, sisältöjen ja toimintatapojen valinnasta on nyt osittain kuluttajalla, jotka valitsevat tai muokkaavat sisältöjä käyttötarpeisiinsa sopiviksi. Internet on sekä kansainvälinen, paikallinen, avoin että suljettu. Talkootyö (*crowdsourcing*), luottamus nettituttuihin, läpinäkyvyys, avoimuus ja jakaminen nousevat keskiöön. Millenniaalit osaavat hyödyntää verkostoja monipuolisesti.

4. Ajan tiivistäminen

Mediaa käytetään yhtä aikaa, rinnakkain tai kerroksittain. Monien asioiden yhtäaikainen tekeminen, useissa yhteisöissä tai keskustelukanavilla oleminen ja vapaa-ajan sekä kouluajan sulautuminen tarjoavat uusia haasteita kasvatukseen ja opetustyölle.

5. Vaikuttaminen muuttuu

Digitalisoituvaa mediakulttuuria mahdollistaa verkostojen ja pienryhmien sujuvamman luomisen ja toiminnan. Yksittäinen ihminen tai pienryhmä voi verkossa vaikuttaa mielipiteillään ja ajatuksillaan suhteellisen laajaltikin. Aikuiskulttuurilla ei ole enää samanlaista auktoriteettiä.

14. TULEVAISUUDEN HAASTEET

1. Digitaalisten foorumien kehitys viestinnän, vuorovaikutuksen ja julkaisun kanaviksi

- pääsy ja osallisuus tasaveroiseksi mahdollisuudeksi
- omilleen jättämisen ja jäämisen uhka (erityisesti lapset)
- liian varhaisen itsenäistymisen vaara (aikuskulttuuri yhä nuorempien elämänpiiriin)
- taidon ja osaamisen harha ja/tai osaamattomuuden häpeä
- eettisen vastuun korostaminen (mm. yhteisöllinen sensuuri)
- muuttuvat oppimis- ja työskentelytavat; uusien innovaatioiden tukeminen
- ammattisisältötuotannon rinnalle asiantuntijaharrastajat
- digitaaliset kaupalliset yhteisöt myös ei-kaupallisten toimijoiden foorumeiksi

2. (Mieli)kuvien aikakausi

- käsityksiä maailmasta tuotetaan pitkälti kuvin, tekstilukutaito kuitenkin formaalisti edelleen ykkönen
- medialukutaidon tarve ja merkitys korostuu, kun esimerkiksi mainonta sulautuu muun viihteen kaltaiseksi
- kuvallisen leikittelyn etiikka
- fantasiamaailmoista kohti kolmiulotteisia kokemusmaailmoja

3. Digitaalisten teknologioiden integroituminen arkeen

- arkisia käytäntöjä rakennetaan kaikissa ikäryhmissä
- mobiilikulttuurin kehittyminen ja sen vaikutukset kulutuskulttuuriin (sähköinen media aina mukana kannettavassa laitteessa)
- monimediaisuus
- hyvien käytäntöjen ja laadukkaiden ratkaisujen leviäminen
- aikuisten opastajina lapset ja nuoret itse
- teknologisoitumisen myötä muuttuvat toimintatavat /-kulttuurit työ- ja oppimisympäristöissä
- mobiilipäätelaitteilla mahdollisuus alueelliseen osallistumiseen esim. julkisten näyttöjen avulla
- mobiilipäätelaite monipuoliseksi maksu- ja tunnistusvälineeksi (esim. julkiset kulkuvälineet, maksupäätteet jne.)

4. Vaihtoehtojen löytäminen

- kulttuurinen tarjonta runsasta, laatu kirjavaa
- kilpailevien tiedon ja kulttuurin välittäjien yhteistyö
- mistä kiinnepisteitä omaan elämään, arjen reaaliympäristöön?
- ajankäytön jakaminen terveellisen elämän näkökulmasta
- saman alan eri asiantuntijatoimijoiden yhteistyön vahvistaminen
- yleisen mediakasvatustietoisuuden lisääminen
- yhteisöllisen kasvatusvastuun vahvistaminen
- tiedon luotettavuuden tasojen ja maantieteellisten rajojen hälventyminen. Mediatalojen tuotama sisältö ja blogit samalla tasolla.

LÄHTEET

- 15/30 Research. Kansallinen nuorisotutkimus - Media 2008.
15/30 Research. Kansallinen nuorisotutkimus, 2007.
Ficom/Merja Malkki. 2008. Lapset ja matkapuhelin. Tutkimuksia lasten matkapuhelimista (kooste).
Finnpanel. Kansallinen radiotutkimus.
Finnpanel. Tv-mittaritutkimuksen tuloksia.
Finnpanel. 2007. Radion kuuntelu Suomessa 2007.
Henry J. Kaiser Family Foundation (KFF): Children's Media Use and Sleep Problems: Issues and Unanswered Questions. 2008.
Howe, Neil & Strauss, William (toim.): Millennials Rising: The Next Great Generation. Vintage 2000
Konttinen, S. 2008. Haastattelu.
Markkinointi & Mainonta. 2004. Uutinen.
Mediafoorumi – työryhmä/Mari Laiho. 2008. Nettiturvallisuus.
Mediafoorumi. 2008. Jatkotyötä varten laadittu lista tutkimuksista, selvityksistä sekä raporteista.
Mustonen, A & Peura J. 2007. Netin kuvagalleriat nuorten elämässä. Nettikyselyn tuloksia 2007. Tulosten vertailua 2006 ja 2007.
Noppi, E; Uusitalo, N; Kupiainen, R; Luostarinen, H. 2008. "Mä oon nyt online!" Lasten mediaympäristö muutoksessa. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos.
Nuorisotutkimuksen verkkokanava www.kommentti.fi.
Nuorisotutkimusverkosto: Nuorten verkkososiaalisuus -kysely 2007-2008.
Opetushallitus. 2008. Me ja media - nuoret mediavaikuttajina.
Opetusministeriö. 2007. Ehdotus toimenpideohjelmaksi mediataitojen ja -osaamisen kehittämiseksi osana kansalais- ja tietoyhteiskuntataitojen edistämistä. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2007:29.
Parametra. 2008. Kotimaisen elokuvan yleisöt -tutkimus. Elokuvasäätiö.
Pelastakaa lapset ry. 2007. Lapsen ääni 2007.
Pelastakaa lapset ry. 2007. Mobiilikysely.
Pelastakaa lapset ry. 2008. Lapsen ääni 2008.
Pew / Internet: Teens, Video Games and Civics: Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interaction and civic engagement. 2008.
Research Oy. 2008. Nuoret ja media. Näkökulmia printtimedian tulevaisuuteen. Itella Oy.
Ronkainen, A. 2008. The Majority Report - Kuluttajamaisema netissä ja vähän muuallakin. Esitelmä Markkinointiviestinnän viikolla, 29.10.2008.
Salokoski, T. & Mustonen, A. 2007. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin - katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -säätelyn käytäntöihin.
Sanoma Magazines Finland. 2008. YIPPEE 2008. Lasten lehtien lukeminen ja päivän ajankäyttö. 3–16- vuotiaat kuluttajina ja rahankäyttäjinä.
Siitonen, M. 2007. Social Interaction in Online Multiplayer Communities. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto: Viestintätieteiden laitos.
Sulake, 2008. Global Youth Study.
Taloustutkimus. 2007. Nuorison median käyttötutkimus. Sanomalehtien liitto.
Tilastokeskus. 2005. Perheiden ajankäyttö.
Tilastokeskus. 2007. Ikärajatutkimus. Valtionelokuvatarkastamo.
Tilastokeskus. 2007. Lapsi 2007.
Tilastokeskus. 2008. Internetin käyttötarkoitukset keväällä 2008.
Tilastokeskus. 2008. Tieto- ja viestintätekniikan käyttötutkimus 2008.
TNS Catibuss. 2007. Radio verkon markkinointivälineenä - tutkimus. RAB Finland.
TNS Gallup. 2007. Kansallinen mediatutkimus (KMT) Lukija.
TNS Gallup. 2008. Atlas. 10–14-vuotiaiden median käyttö. MTV3.
Valtion nuorisosiain neuvottelukunta. Nuorisobarometri 2008.
Viestintävirasto. 2007a. Lapsille haitallisia ohjelmia koskeva seurantatutkimus 2007. Viestintäviraston julkaisu 6/2007.
Viestintävirasto. 2007b. Tietoturvapäivä 2007: nettikysely koululaisille.
Viestintävirasto. 2008. Lasten mediakäytön rajoittaminen suomalaisperheissä 2008. Viestintäviraston julkaisu 10/2008.
Viestintävirasto/Tiina Aaltonen. 2008. Television katselutavat suomalaisissa lapsiperheissä. (kooste)
Viestintävirasto. Viestintämarkkinat ja -teknologiat vuonna 2010. Viestintäviraston raportti.
Wilksa, T-A. 2006. Teknopojat ja tyylitytöt – Sukupuoli lasten ja nuorten kulutuksen määrittäjänä. Teoksessa H. Lehtimäki & J. Suoranta (toim.) Kasvattajan brändikirja. Helsinki: Finn-Lectura, 27–43.
World Association of Newspapers. 2008. Youth Media DNA (Suomen tulokset).
Childwise: Childwise 2007/2008 Monitor Survey.

Tarkempaa tietoa lähteistä saatavilla Mediakasvatusseurasta. mediakasvatus@mediakasvatus.fi