

# Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos

## pitkittäistutkimus 2007-2016

Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos oli Helsingin Sanomien säätiön rahoittama pitkittäistutkimus, joka toistettiin neljä kertaa vuosina 2007, 2010, 2013 ja 2016. Hankkeessa kartoitettiin lasten ja nuorten mediankäytön ja mediaympäristön muutosta.

Jokaisella tutkimuskierroksella oli mukana lapsia neljästä eri ikäryhmästä: 5-, 8, 11 ja 14-vuotiaita. Hankkeessa kartoitettiin mediankäytön muuttumista ensinnäkin kehityspsykologisesta näkökulmasta eli sitä, miten lasten mediankäyttö muuttuu hänen kasvaessaan esikouluikäisestä teiniksi. Toisaalta tutkimusasetelma mahdollisti empiriaan perustuvan vertailun eri tutkimusvuosien välillä. Hankkeessa voitiin näin tarkastella esimerkiksi sitä, millaisessa mediatodellisuudessa 14-vuotiaat elivät vuonna 2007 verrattuna vuoteen 2016.

Jokaisella tutkimuskierroksella mukana oli 45-60 lasta ja nuorta ja heidän parissaan kerättiin tutkimusaineistoa monilla eri menetelmillä: tutkimuspäiväkirjoilla, verkkokyselyllä, tutkimuskeskusteluilla, mediatehtävillä, taustatietolomakkeilla ja havainnoinnilla. Hankkeen yhtenä tavoitteena oli tarkastella itse-reflektoiden ja kriittisesti myös lasten tutkimukseen sopivaa metodologiaa sekä pohtia lasten kanssa tehtävän tutkimuksen eettisiä haasteita. Hankkeen teoreettinen viitekehys löytyi lapsuuden sosiologiasta, jolle on tyypillistä se, että lapsuus nähdään sosiaalisena konstruktiona enemmän kuin vain biologisesti määrittävänä elämänvaiheena. Lähestymistavalle oli tyypillistä myös lapsilähtöinen ote: lapsille ja nuorille itselleen annettiin mahdollisuus määritellä ja arvioida omaa mediankäyttöään sen sijaan, että heidän puolestaan olisivat puhuneet aikuiset tai ammattikasvattajat. Hanke tuottikin ainutlaatuisen tutkimusaineiston vuosituhannen vaihteen niin sanotun ensimmäisen pitkän some-historian omaavien lasten ja nuorten parista.

Pitkittäistutkimuksen yhtenäisyyden vuoksi ensimmäisellä tutkimuskierroksella määriteltiin neljä muutosteemaa, joita erityisesti seurattiin jokaisella tutkimuskierroksella. Muutosteemoja olivat:

1. Kodin mediaympäristö. Laitekannassa, lasten omissa välineissä ja käyttömäärissä tapahtuvat muutokset.
2. Sosiaalinen mediaympäristö. Erityisesti verkon mahdollistamat yhteydenpidon tavat ja muodot.
3. Kaupallinen ja kulttuurinen mediaympäristö. Mediasuosikeissa, brändeissä ja oheistuotteissa tapahtuvat muutokset.
4. Lasten medialukutaito ja kompetenssi. Tässä yhteydessä tarkasteltiin myös kotien mediasääntöjä.

Tutkimusvuosiin ajoittuvat sosiaalisen median palveluiden nopea yleistyminen, internetin visualisoituminen ja kuvallisen viestinnän nopea kasvu sekä mobiili internet ja älypuhelimet, jotka ovat tehneet lasten ja nuorten mediankäytöstä entistä enemmän arkeen sulautuvaa. Koska erilaisia applikaatioita ja mediasisältöjä käytetään entistä useammin ajasta ja paikasta riippumattomasti samalta päätelaitteelta, mediatutkimus, jossa esimerkiksi tarkastellaan välineiden tai sisältöjen käyttömääriä, ei enää ole hedelmällinen mediankäytön tarkastelutapa.