

Kari Salo
Seinäjoen ammattikorkeakoulu

SOSIOEMOTIONAALINEN SÄHKÖPOSTIVIESTINTÄ ILMIÖ

Tiivistelmä

Artikkelin tavoitteena on määritellä ja kuvata sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä ilmiö empiirisen aineiston (520 viestiä) tutkimuksen avulla. Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on määritelty aikaisemmissa sähköpostitutkimuksissa vain teoreettisesti ja vastakohtana tehtäväorientoituneelle työssä tapahtuvalle sähköpostiviestinnälle. Tällainen dualistinen jäännösmäärittely ei ole tieteellisesti tai käytännöllisesti tyydyttävää. Sosioemotionaalinen viittaa sekä sähköpostin käyttöön että viestien sisältöihin. Sisällöllisesti sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä koostui useista teemoista, joita käsitellään tyypillisesti humoristisesti suosituimpien sisältöjen muodostuessa ajankohtaisaiheista, sukupuolistereotyyppioista ja seksuaalisuudesta. Sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän konventioihin ja sisältöihin kohdentuvilla tutkimustuloksilla on sovellusalueita niin ohjelmistoja, organisaatioiden tehokkuutta ja kommunikaatiota yleensä kehitettäessä. Tutkimuksen mukaan on tärkeää ymmärtää ilmiötä kokonaisuudessaan sen erityispiirteistä käsin vastakohtana yleisille sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän negatiiviselle määrittelylle, roskapostitulkinnoille ja arvon kieltämiselle, joita sähköpostiviestintätutkimus on nyky muodossaan tuottanut. Lisäksi artikkeli laajentaa sähköpostia työssään käyttävien näkökulmaa tätä työvälinettä ja viestintäkanavaa kohtaan.

Sähköpostiviestintä ja sen tutkimus sekä sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä

Sähköpostitutkimus on ollut näkökulmaltaan lähinnä teknis- tai viestintätieteellistä (Whittaker & Bellotti & Moody 2005), ja merkittävä osa sähköpostitutkimuksesta on kohdentunut työssä tapahtuvaan sähköiseen viestintään, jolloin tutkimuksen kohteena ovat olleet erilaiset sähköpostin käyttöön liittyvät teemat (Liu 2002). Ducheneaut ja Watts (2005) jakavat katsauksessaan sähköpostitutkimuksen kolmeen metaforin nimettyyn teemaan. Teknisesti orientoituvassa tiedostojen hallinta -teemassa (file cabinet) keskeistä on ollut informaation organisointi ja hakutoiminnot sähköpostiohjelmassa. Tuottavuusominaisuudet -teemassa (production facility) on puolestaan keskitytty organisaatioviestinnän tehokkuuteen, joka on ollut tyypillistä tietokoneavusteisen yhteistyön tutkimukselle. Kolmanneksi sähköpostitutkimuksen teemaksi eriytyy kommunikaatiolaji -teema (communication genre), jota on tehty lähinnä organisaatiotutkimuksen ja informaatiojärjestelmien tutkimuksen parissa. Tässä yhteydessä kyse on ollut

lähinnä sähköpostiviestinnän mukautuvuudesta ja soveltuvuudesta liikeviestintään. Tätä taustaa vasten artikkelin kohteena oleva sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä tulee tunnistettavaksi marginaaliseksi sähköpostiviestintätutkimuksen osa-alueeksi.

Levittin ja Mahowaldin (2002, 2004) laatimien ennusteiden mukaan päivittäin ja vuosittain lähetettävien sähköpostiviestien määrä maailmanlaajuisesti on kasvanut rajusti (taulukko 1). Huolimatta sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän tutkimuksen vähäisyydestä ja marginaalisesta asemasta sähköpostiviestinnän tutkimuksessa, viestinnällisesti sen volyymiosuus kokonaissähköpostiviestinnästä on arvioitavissa suureksi, joskin yksilölliset erot harrastuneisuudessa ovat suuria. Tutkimuksellisesti ja kaupallisesti erityistä mielenkiintoa on tarkastella myös sähköpostiviestien lukumääriä suhteessa tekstiviesteihin, etenkin kun älypuhelimet mahdollistavat mobiilin sähköpostiviestinnän. Molemmille viestintäkanaville on leimallista voimakas kasvu. Esimerkiksi, Suomessa yli 2,1 miljardia yksityistä tekstiviestiä vuonna 2004, oli noin 38 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuotena (Liikenne- ja viestintäministeriö 2005a).

Taulukko 1. Henkilökohtaisten sähköpostiviestien vuotuiset lukumäärät käytön mukaan maailmanlaajuisesti (triljoonissa, 10^{18}).

	1999	2002	2005	2008
Liikeviestintä	0,92	3,31	5,23	6,26
Henkilöviestintä	0,67	2,22	3,60	4,15

Lähde: Levitt & Mahowald (2004, 26)

Sähköposti on Internetin suosituimpia, vakiintuneimpia ja arkipäiväisimpiä digitaalisen viestinnän sovelluksia (ks. E-mail 2008; Sirkiä, Nurmela & Mustonen 2004; Symantec 2005). Internetin muiden sovellusten ohella sähköposti on sekä korvannut että täydentänyt aikaisempia viestinnän muotoja. Sähköposti ja Internet ovat viestintävälineinä verrattain tuoreita. Niiden käytön nopea lisääntyminen on aiheuttanut jännitteitä ja vaatimuksia aiemmille viestinnän luokituksille, määrityksille ja säännöille. Aiemmat käsitteellistämistavat eivät välttämättä toimi uusien viestinten kanssa (ks. Wallin 2004). Sähköpostin suosioista huolimatta, ja osin juuri siitä syystä, sähköpostiviestintä on kohdannut useita ongelmia, liittyen viestinnän määriin, viestien hallintaan ja yhteistyön tekemiseen sähköpostin välityksellä (Whittaker ym. 2005). Teknologiset ja käyttötottumusten muutokset pakottavat päivittämään sähköpostiviestinnän määrittelyä yhä uudelleen, sillä epävirallinen sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä hyödyntää uusinta tekniikkaa hyväkseen jopa luovalla tavalla (Aro 2005). Luonnollisesti määrittelytarpeita aiheuttaa myös sähköpostiviestinnän suhde muihin verkkovuorovaikutuksen välineisiin, kuten sähköpostilistat, uutisryhmät, chatit, pikaviestit (instant messenger), MOO- ja MUD-ympäristöt, keskusteluryhmät, blogit jne.

Sähköposti on hyvin monipuolinen viestintäväline, joka mahdollistaa se soveltuvuuden erilaisiin viestintätarpeisiin. Lee (1996) kuvaa sähköpostia sekamuotoiseksi ilmaisuvälineeksi, joka yhdistää puhelimen ja kirjeen elementtejä tekstimuotoisena epämuodollisena keskusteluna (vrt. Danet 2002). Tutkimukset ovat osoittaneet ihmisten olevan sähköpostiviestinnässään melko estottomia, mukautumattomia ja kriittisiä, ja että sähköposti laajentaa kommunikaatioverkostoja (Ducheneaut, 2002). Vaikka sähköpostin peruskäyttö on tekstimuotoista ja asiaorientoitunutta kommunikointia, niin sitä hyödynnetään myös seurustelussa ja suhteiden muodostamisessa ja hoitamisessa (Finholt, Sproull & Kiesler 1990). Tutkimuksissa ja arjessa sähköpostiin suhtaudutaan yleisesti yksityisviestintänä, josta syystä sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on erittäin yleistä (esim. Liikenne- ja viestintäministeriö 2005a, Levitt & Mahowald 2002, 2004). Sähköposti on henkilökohtainen viestintäväline.

Verrattuna muihin viestinnän keinoihin sähköpostiviestinnässä viestijä pääsee huomattavan vähin ponnistuksin laajaan levitykseen. Kiusaus liialliseen viestintään – eli roskapostin levittämiseen – on koitunut koko järjestelmän ongelmaksi. Osa roskapostitutkijoista määrittelee sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän roskapostiksi (esim. Savinen 2004). Haitallisen roskapostin osuus on koko sähköpostiviestinnästä noussut arvion mukaan 80 prosenttiin (esim. D-Fence Oy:n tilastot, 2005; Viestintävirasto CERT-FI Ohje 3/2003).

Artikkelin lähtökohta ja tutkimuksen analysointitapa tavoittelee näiltä osin neutraalia ilmiön ominaispiirteiden kuvaamista. Aiemmissä tutkimuksissa sosioemotionaalisella sähköpostiviestinnällä on tarkoitettu erilaisia viestejä, joiden tavoitteena ei ole työtehtävien hoitaminen, vaan yhteyden pitäminen ystäviin, työkavereihin tai sukulaisiin (Aro 2003, 2005; Salo 2007). Tällaisin tavoittein kyseisen viestinnän on todettu aiemmissä tutkimuksissa toteutuvan usein pienryhmän huumorisisältöisenä viestintänä (Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005). Lähettäjän tunnistuminen sulkee pois tuntemattomien lähettämät roskapostit nigerialaiskirjeineen ja lottovoittoilmoituksineen.

Käytännössä sähköpostiviestinnän tutkimuksen sisältönä ovat olleet tekstimuotoiset viestit, mutta etenkin henkilökohtaisina viesteinä lähetetään nykyisin yhä enemmän erilaisia multimediaviestejä. Multimediaviestit sisältävät mediaelementtejä, kuten tekstejä, hypertekstejä, ääni, valokuvia, grafiikkaa, animaatioita, videoleikkeitä, tietokantoja, online-interaktioita, html -sivustoja ja näiden erilaisia yhdistelmiä (ks. Luukkonen 2000). Multimediaviestit ovat lisääntyneet tietokoneiden, matkapuhelinten ja ohjelmistojen sekä digitaalisten tallentimien kehittymisen sekä voimakkaan markkinoinnin myötä. Matkapuhelimissa multimediaviestintä ei ole kuitenkaan muodostunut vielä merkittäväksi liiketoiminnaksi, samoin kuin useat muutkin mobiilipalvelut ovat vasta kokeiluasteella (Liikenne- ja viestintäministeriö 2005a; Hyvönen & Repo 2005).

Sekä käytännön havaintojen että tutkimuksien perusteella kuitenkin juuri epävirallisen viestinnän voidaan todeta löytävän nopeasti uuden teknologian mahdollisuudet (Aro 2005; Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005). Mobiilipalveluiden kohdalla helppous ja joustavuus sekä niiden asioiden hoitoa nopeuttavat tekijät ovat tärkeitä ominaisuuksia, ja niitä käytetään nykyisin myös huvin vuoksi ja viihdyttämään. Matkapuhelinkulttuurissa soittoaäniä, logoja ja muita palveluja tilataan puhelimeen maksua vastaan, kun tietokoneiden ja sähköpostiviestinnän osalta viestintäkulttuuri perustuu ilmaisuudelle. (Hyvönen & Repo 2005; Carlsson ym. 2005)

Sähköpostin mahdollistama sosioemotionaalinen multimediamiestintä on yksi areena, jolla kulttuuri (vrt. You Tube, Flickr, IRC-Galleria) kuvallistuu (Lehtonen 2008). Tarjotessaan käyttäjilleen uusia ilmaisutapojen mahdollisuuksia viestintä edellyttää yhä myös jonkin verran tietoteknistä osaamista. Huumoriviesteille tyypilliseksi osoittautunut populaarikulttuurilta lainaaminen ja siihen viittaaminen kertovat mediakonvergenssista, jossa eri mediat lainaavat sekä sisältöjä että viestintätyylejä toisiltaan.

Sähköpostiviestinnässä käy esiin digitaalisuuden ja loppukäyttäjälle ilmaisen viestinnän mahdollisuudet. Multimediamiestintien maksaessa kännyköissä selvästi tekstiviestejä enemmän niiden käyttö ei ole yleistynyt samalla tavoin kuin sähköpostiviestinnässä. Kiinnostavaksi ilmiön kehittymisen jatkossa tekee kännykkävälitteinen sähköpostiviestintä ja reaaliaikaisten tietokonevälitteisten viestintävälineiden yleistyminen työ- ja kännykkäkäytössä sekä sähköistyvän liiketoiminnan ja kotien viihdekeskusten ilmiön kehittymiselle tarjoamat mahdollisuudet.

Folklore-poplore-elore -jatkumolta tehotyökaluksi ja älykännyköiden hittituotteeksi

Yhdistettäessä kulttuurien tutkimuksen näkökulma viestintäteknologiseen kehitykseen ilmiötä voidaan havainnollistaa folklore–poplore–elore -jatkumolla. Folkloren kohdalla paikallisuus on vielä voimakasta ja oraalinen kerronta oli pääasiallinen viestinnän muoto. Kansatieteilijät ovat olleet kiinnostuneita tradition ja oraalisen kulttuurin vaihtelusta, leviämisprosesseista ja näin todetuista yhteyksistä eri yhteisöjen ja kulttuurien välillä.

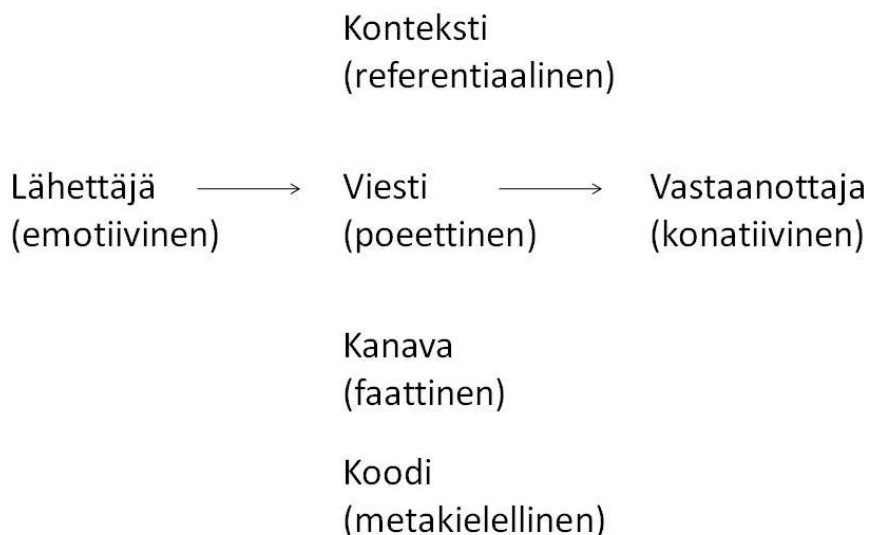
Poploren kohdalla kyseessä ovat usein joukkotiedotuksen välityksellä levinneet, vähemmän paikallisesti sitoutuneet ilmiöt. Joukkoviestintään liittyy massa-ajattelua ja yksisuuntaista, ylhäältä–alas tapahtuvaa tiedon jakamisen tapaa. Poploren kohdalla mediassa korostuu kaupallinen tuottaminen, esittäminen ja massayleisöt. Tieteenaloista poploren kohdalla viestintätieteet ovat olleet jossain määrin korostuneessa asemassa. Vasta aivan viime vuosina tavikset ja yksilöt ovat saaneet sekä televisiossa että radiossa yhä enemmän tilaa vuorovaikutuksellisuuden kasvun ja uusien ohjelmaformaattien myötä.

Eloren kohdalla on kyse tietoverkoissa tapahtuvasta digitaalisesta viestinnästä ja virtuaalisesta kulttuurista, jolloin paikan, etäisyyden ja ajan merkitys muuttuu, eivätkä yhteisöllisyyden ja identiteetin tuottamisen prosessit ole enää paikkasidonnaisia. Yksilön kannalta on erittäin tärkeää, millaisiin verkostoihin hän pääsee mukaan (ks. Savolainen 1995). Digitaalisessa muodossa viestit eivät lähtökohtaisesti muutu lainkaan välitysprosessin vaikutuksesta. Oraalisessa tarinankerronnassa kertoja valitsee itse sanansa ja joukkoviestimien kohdalla instituutioiden ja organisaatioiden viestintäpolitiikka ja toimituskunta vaikuttavat näkökulman valintaan viestittävän asiasisällön mukaisesti. Eloren kohdalla tietotekninen tuotantoprosessi ja kommunikaation tietokonevälitteisyys korostuvat jossain määrin sosiaalisen vuorovaikutuksen ja kulttuuristen tekijöiden jäädessä vähemmälle. Sähköpostiviestintä on ihmisten keskinäisviestintää, joten yksilön rooli on voimakas. Tutkimuksen näkökulmasta tekniset tieteenalat ovat vallanneet alaa sosiaalisen kommunikaation alueella, joskin monitieteellisuuden vaatimukset näiden elore ilmiöiden tutkimuksen kohdalla ovat korostuneet. (vrt. Aro 2005; Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005)

Vähämäen (2004, 55) mukaan kommunikaatiokyvyt, joilla organisoidaan ja yhdistellään erilaisia sisältöjä, ovat korostuneessa asemassa. Tietoyhteiskunnassa ja työssä, joissa työntekijän henkilökohtaiset ominaisuudet sekä kyvyt käyttää tietoa ja erilaisia viestintävälineitä ovat iso osa osaamista kommunikaatiokyvyt korostuvat (esim. Reich 1995; Pyöriä 2001). Tällaista taustaa vasten dualistinen sähköpostiviestinnän käyttötapojen määrittely tehtäväorientoituneeseen (työhön liittyvät tehtävät) ja sosioemotionaaliseen käyttöön (etäisyyttä työstä ja pidetään yhteyttä ystäviin) on ajautumassa vaikeuksiin, vaikka tutkimuksellisesti määritelmä on ainakin jossain määrin käyttökelpoinen (Liu 2002; Sproull & Kiesler 1986; Steinfield 1985, 1986). Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä eroaa omaksi viestinnän osa-alueeksi etenkin tehtäväorientoituneen sähköpostiviestinnän vastinparina. Kaupallisesta roskapostista ja erilaisista sähköpostiohjelmien automaattisista hälytyksistä ja ilmoituksista sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä erottuu henkilö(i)ltä henkilö(i)lle viestintänä (ks. Levitt & Mahowald, 2002). Digitaalisten kameroiden ja videokameroiden sekä Internet-yhteyksien matkapuhelimiin integroitumisen ja yleistymisen myötä tavalliset ihmiset tulevat tuottamaan oletettavasti yhä useammin myös itse sisältöä sosioemotionaaliseen sähköpostiviestintäänsä. Kolmannen sukupolven matkapuhelimien kohdalla monipuolisen ja helposti verkottuvan sähköpostiviestinnän toivotaan muodostuvan Japanin mallin mukaisesti tekstiviestien kaltaiseksi hittituotteeksi (Turkki 2005). Suomessa Internet-palveluntarjoajien palvelutuotteet ja liiketoiminta tapahtuvat suurelta osin sähköpostiviestintään liittyen perinteisten, omalla toimialueellaan ennen kilpailun vapauttamista toimineiden puhelinoperaattoreiden eli ns. HMV-operaattorien toimesta (Liikenne- ja viestintäministeriö 2005b, 13, 17).

Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä ja kielen funktiot

Aro (2003, 2005) on tuonut esiin tutkiessaan sähköpostihuumoria sähköpostiviestien faattista luonnetta (ks. Jakobson 1972). Viestejä lähetetään kavereille, työkavereille ja sukulaisille kommunikaatiokanavan ylläpitämiseksi ja sosiaalinen yhteyden uusintamiseksi. Faattinen viesti tarkistaa, että kanava tai yhteys on yhä olemassa ja toimiva. Esimerkkeinä, television virityskuva sekä tekstiviesti tai sähköpostiviesti, joissa ei oikeastaan sanota mitään. Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä tämä näkökulma käy esiin jo ilmiön nimen sosio -etuliitteessä. Huumoriviestien täydentyessä sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä muunlaisilla sisällöillä olennaiseksi seikaksi nousee niiden suhde mm. viestijöiden emotioihin. Huumori mahdollistaa määritellä, kuvata ja neuvotella erilaisista sosiaalisia suhteita ja ilmiöitä, kuten naisten ja miesten suhteita ja työpaikan valta-asemia (ks. Aro 2005). Samanlaiset tavoitteet saattavat käydä esiin myös viestien sisältöjen esitellessä seksuaalisia tai muunlaisia sisältöjä.



Kuvio 1. Jakobsonin kommunikaatiomallin osatekijät ja funktiot.

Jakobsonin mallissa kielen funktioiden tehtävä on kuvata kommunikaation dynaamisuutta (kuviokuva 1). Lähetettäjä luo viestin, jonka vastaanottaja tulkitsee. Viestin välittymisen mahdollistaa kanava lähetettäjältä ja vastaanottajalle sekä näiden yhteinen koodi eli merkkijärjestelmä, jonka avulla viesti on muodostettu. Lisäksi viestillä on ajallinen ja paikallinen konteksti, jonka jakaminen ainakin jossakin määrin on välttämätöntä viestin ymmärtämiseksi. Viestinnän kannalta Jakobsonin malli (1960) rikastuttaa kokonaiskuvaa siitä, mitä kommunikaatiotilanteessa itse asiassa tapahtuu viestin välittymisen ohella. Funktioiden havaitseminen laajentaa käsityksiä merkitysten välittymisen prosessista ja tarjoavat selityksen asioille, jotka muuten saattavat jäädä havaitsematta tai vaikuttaa ensin käsittämättömiltä.

Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä ihmiset hyödyntävät oletettavasti kielen funktioita laajemmin mitä tähänastiset tutkimukset ovat kyenneet tuottamaan esiin. Kommunikaation sosiaalisuus käy selkeästi esiin kielen **faattisen** tehtävän kohdalla. Sähköpostiviestin bitit, tiedostot ja niiden siirtokanavat eivät tarvitse viestijöiden suorittamaa huoltotyötä, vaan viestien päämotiivina on sosiaalinen suhde. Sosiaalista tukiverkostoa tarvitaan sekä elämässä (sosiaalinen tuki) että työelämässä (verkostotalous) pärjäämiseen.

Viestien **referentiaaliset** seikat, eli mistä asioista viesteissä on kyse, antavat mahdollisuuksia tulkita viestijöiden yhteisöllisyyttä. Koska sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on määritelty negatiivisesti tehtäväorientoituneen jäännöksenä, voidaan viestien olettaa identifioivan koko joukon erilaisia kohteita ja konteksteja. Vertaisviestinnässä sitä vastoin yhteisiä sisällöllisiä kiinnostuksia vahvistetaan, koetellaan ja laajennetaan tietystä turvallisesta yhteisössä. Sekä tehtäväorientoituneelle että sosioemotionaalinen sähköpostiviestinnälle on erityislaatuista jokaisen viestin antama mahdollisuus manipuloida viestin sisältöjen ohella myös vastaanottajien kokoonpanoa ja sitä näkykö tämä tieto vastaanottajille vai ei.

Sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän kannalta olennainen kielen **emotionaalinen ja ekspressiivinen** funktio korostaa lähettäjä, mikä on tärkeä muistaa ilmiötä ja sen erilaisia ilmenemistapoja tulkittaessa. Lähettäjän tulee puolestaan muistaa, että vastaanottajan tulkinnoista ei ole koskaan mitään takuita. Emotionaalinen kielen funktio osoittaa lähettäjän tunnetilaa tai asennetta viestiä ja sen sisältöä kohtaan. Etenkin emotionaalisesti latautuneita elementtejä sisältävät viestit saattavat puhutella ja olla hyviä lähettäjän omasta mielestä, mutta niin ei ole aina vastaanottajan mielestä. Ekspressiivinen funktio on mukana lähettäjän sosioemotionaalisissa viesteissä myös luottamuksellisuudessa, jota säädellään valikoimalla tarkkaan vastaanottajia. Toisaalta viestejä välitetään nopeasti sellaisinaan eteenpäin toisissa luotettavissa pienryhmissä. Koska toimintatapa valintoja voidaan tehdä sekä tarkoituksellisesti että tahattomasti, mahdollistaa sähköpostiviestintä suostuttelevalle viestinnälle myös tässä merkityksessä huomattavan laajoja mahdollisuuksia (vrt. Fogg 2003). Tietokonevälitteisen kirjallisen- ja multimediatekniikan myötä ekspressiivisyys sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä on korostunut. Kopiointi, laina sisällöt ja lähettäjän vähäinen oma tuottaminen viestiin tuo esiin median ja yksilön suhteen uudella tavalla. Mikäli lähettäjän oma asenne tulee ilmaistuksi kokonaisuudessaan muiden tekemien viestien ja teosten kautta (esim. liitetiedostot tai hyperlinkit), joita lähettäjä viestissään ainoastaan välittää eteenpäin, niin pelkkä ekspressiivisyys valtaa tällöin alaa lähettäjän inhimillisiltä emootioilta.

Millaisiin toimintoihin sähköpostiviestintään liittyy? Kommunikaation interaktiivisuus muodostuu vuorottelusta viestin lähettäjänä ja vastaanottajana. **Konatiivinen** funktio hallitsee tarkasteltaessa viestin vaikutuksia vastaanottajan toimintaan tai ajatteluun. Konatiivisen eli toiminnallisen kielen funktion kohdalla vastaanottajan rooli korostuu.

Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä vastaanottajien valikoitumisen on osoitettu olevan olennaista. Pienryhmäviestinnässä luotettavuus on kriittinen tekijä. Sähköpostiviestin teknis-toiminnalliset vaihtoehdot ovat vastaanottajan näkökulmasta seuraavat:

- Ei viestiä: mikäli lähetetty viesti ei tule perille, vastaanottaja ei saa siitä tietoa, vaikka lähettäjä saisikin.
- Vastaanottaja ei avaa viestiä, jolloin viesti jää lukemattomaksi saapuneet tai muuhun oletus kansioon.
- Vastaanottaja avaa viestin, mutta ei lue sitä. Tallentamis-, siirtämis-, kopioimis- ja tuhoamis- sekä muunlaiset muokkaamistoiminnot ovat mahdollisia koko viestille ja/tai sen liitetiedostoille.
- Vastaanottaja lukee viestin ja tuhoaa, muokkaa, tallentaa, siirtää tai (varmuus)kopioi viestin.
- Vastaanottaja lukee viestin ja vastaa siihen joko vain lähettäjälle tai kaikille viestin saaneille.
- Vastaanottaja lukee viestin ja välittää sen eteenpäin haluamilleen vastaanottajille.

Vastaavia sähköpostiohjelmiston teknisiä ominaisuuksia voidaan tarkastella myös kielellisen koodin näkökulmasta. **Metakielellinen** funktion tulee esiin tilanteissa, joissa huomio kohdistuu merkkijärjestelmän toimintaan tai esittämisen konventioihin. Käytännössä tietokonevälitteinen (computer mediated communication, CMC) ja sähköpostiviestintä tutkimus ovat keskittyneet molemmat tekstipohjaiseen viestintään (Postmes ym. 1998). Sähköpostiviestinnässä metakielellisen funktion analyysia voidaan hyödyntää myös käytetyn tietokoneohjelman ominaisuuksien sallimissa rajoissa, kuten viestien kuittausvelvoite- ja eriasteisten priorisointi, kiireellisyys, salaus sekä viestien tärkeysindikaattoreihin liittyvien ominaisuuksien muodossa. Lisäksi metalingvistisiksi ovat nähtävissä vastaanottajien sähköpostiosoitteiden näkyvyyteen liittyvät ohjelmistojen ominaisuudet ja lähettäjän tekemät valinnat. Vastaanottaja- ja kopiokentän osalta sähköpostiosoitteet tulevat esiin kaikille viestin vastaanottajille, mutta piilokopio-ominaisuutta hyödyntämällä vastaanottajat jäävät näkymättä. Etenkin sähköpostiohjelmistojen kehittämisen näkökulmasta viestien metalingvistiset ominaisuudet ovat keskeisiä. Tässä yhteydessä viestien metalingvistiset ominaisuudet jäävät suurelta osin tutkimuksen fokuksen ulkopuolelle.

Poettinen funktio viittaa Jakobsonin (1987) mukaan itse viestiin merkinä. Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä merkkisysteemin valinnanvaraisuudella voidaan leikkiä ja sisältömateriaalin osalta viesteissä voidaan rönsyillä huomattavastikin, sillä mikään tehtävähän ei sitä rajoita. Funktio viittaa itse merkkeihin syventäen perustavaa kahtiajakoa merkkien ja objektien välillä. Sosioemotionaalisessa multimediaelementtejä hyödyntävässä sähköpostiviestinnässä kommunikaation poettinen funktio osoittaa itseensä merkinä ja merkityksellisenä objektina. Kielen poettinen funktio sopii hyvin kollaasimaisten sosioemotionaalisten sähköpostiviestien tutkimukseen. Etenkin videoleikkeissä ja lyhyissä kertomuksissa sähköpostiviestien liitteinä poettinen funktio on hyvin ilmeinen. Sähköpostiviestien kerroksisuus, konkreetit

lainaukset ja viittaukset sekä useiden eri tekijöiden yhteisvaikutuksellisuus tekevät lukijan usein tietoiseksi sähköpostiviestin välillisyydestä ja artefaktiluonteesta.

Esimerkiksi suostuttelussa ja liikeviestinnässä edellä esitettyjen seikkojen tunnistamisesta on varmasti hyötyä. Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä kaverit ja sukulaiset lähettävät toisilleen hauskoja ja kiinnostavia viestejä lähinnä kokemukselliseen intentioon perustuen, miettimättä asiaa ja potentiaalisia riskejä sen kummemmin. Sosioemotionaaliset sähköpostiviestit antavat mahdollisuuden lähentää sosiaalisia suhteita emotionaalisesti latautuneiden ja psykologisesti merkittävien sisältöjen kautta, joka soveltuu verkostoitumisen apuvälineeksi. Ongelmallisissa intentioiden ja tulkintojen ristiriitatilanteissa sähköpostiviestinnässä turvallisen välimatkan ja tietokonevälitteisyyden turvin epäedulliset intentiot on helppo selittää pois tarkentavilla ja anteeksi pyytävillä viesteillä.

Aineisto

Tutkimusaineisto muodostuu 520 autenttisesta sosioemotionaalisesta sähköpostiviestistä. Itse sähköpostiviestien sisältämien viestintäelementtien lisäksi tarkastelun kohteena ovat niiden sisältämien liitetiedostot tai linkkien kohdetiedostot. Sähköpostiviestit on kerätty vuosina 2001–2004. Tutkimusaineisto koostuu yksityishenkilöiden tutkija Kari Salolle henkilökohtaisina viesteinä lähettämistä ja erikseen pyydettyistä sähköpostiviesteistä. Suullisissa pyynnöissä kerrottiin, että tutkimuskiinnostus suuntautuu kaikenlaisiin epävirallisiin ja ei-työhön liittyviin niin sanottuihin sosioemotionaalsiin sähköpostiviesteihin. Lisäksi tuotiin esiin, että kaikki aiheet ovat tervetulleita ja ettei viestin lähettäjän tunnistetietoja tuoda esiin tutkimusraportoinnissa. Aineiston toimittajille kerrottiin myös tutkijan tekemän aiheesta sosiologian väitöskirjaa, minkä toivottiin motivoivan lähettäjiä. Lisäksi aineistoa toimittavia henkilöitä pyydettiin käyttämään sähköpostiohjelman välitä-toimintoa ja pidättäytymään minkäänlaisesta viestien muokkaamisesta ennen lähettämistä.

Suulliset aineiston toimituspyynnöt kohdentuivat pääosin Seinäjoen alueelle ja tutkijan omiin verkostoihin, joissa painottuivat ystävät, Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijat ja henkilökunnan edustajat sekä Seinäjoella toimivien yliopistoyksiköiden, yritysten ja koulujen toimijat sekä satunnaiset verkoston osaksi tulleet toimijat. Aineistonkeruupyynnöksi levisi useille yksittäisille henkilöille myös edellä mainitun verkoston ulkopuolelle.

Kokonaisuudessaan tutkimusaineisto rajattiin yhteensä 520 viestiin, vaikka kyseisiä sähköpostiviestejä oli saatavilla enemmänkin. Syynä tähän oli aineiston kylläntyminen sekä aineiston hallinnan ja koodaamisen vaatima suuri työmäärä. Jotkut henkilöt olivat toisia aktiivisempia viestien

lähettämisessä ja erityiset verkoston avainhenkilöt saattavat välittää huomattaviakin määriä sähköposteja. Aineiston lähettäjiä oli yhteensä 129 ja he lähettivät 1 - 36 kappaletta viestiä. Vain seitsemän henkilöä lähetti yli 20 viestiä. Erityisen paljon viestejä lähettävien henkilöiden kohdalla kyse on asian harrastamisesta ja näissä tapauksissa henkilökohtaiseen tai ryhmäviestintään liittyvät tulkinnat eivät enää toimi. Tällä perusteella tutkimusaineistosta rajattiin pois kaksi erityisharrastajaa, koska heidän erittäin massiivinen ja päivittäiseksi muodostunut viestintä poikkesi sekä tyylin että sisältöjen osalta selkeästi muusta aineistosta.

Tässä artikkelissa tutkimusaineistoa tarkastellaan ja luokitellaan kvalitatiivisin tutkimusottein sisällönanalyysiä soveltaen tavoitteena nostaa esiin joitain sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän viestinnällisiä lainalaisuuksia ja erityispiirteitä sekä sisältöjä ja sopivuussäännönmukaisuuksia, joiden kautta ilmiön paremmin ymmärtäminen kokonaisuudessaan tulee mahdolliseksi. Myös kvantitatiivisia aineiston analysointitapoja hyödynnettiin pitäytyen aineiston ja ilmiön kuvailussa.

Analysoinnissa kuvaileva viestintätekninen ja sisällönanalyttinen ote sekoittuvat tarkastelun kohdistuessa viestijöihin, viestintätilanteeseen, viestintävälineeseen ja sähköpostiviesteihin. Viestijöiden kohdalla kiinnostus kohdentui heidän sähköpostiosoitteeseen ja taustaorganisaatioon sekä viestijöiden yhteisöllisiin ominaisuuksiin. Viestintätilanteen osalta tutkimus kohdentui mm. viestinnän ajankohtaan eli oliko viesti lähetetty virka-aikana vai vapaa-ajalla. Viestintävälineen käytön analysointi tuo esiin ko. viestintään liittyviä konventioita eli erilaisia vuorovaikutuksen muotoihin liittyviä normeja ja tapoja, joita ihmisillä on sosioemotionaalisisessa sähköpostiviestinnässä. Sähköpostiviestien analysoinnissa tarkasteltiin millaisista osista viestit rakentuvat (tekstuaalisesti) ja millaisia eri multimedielementtejä viesteissä oli hyödynnetty. Aineistolähtöisellä viestien sisältöanalyysillä tuodaan esiin sähköpostiviestien sisältöaiheet ja niiden käsittelyyn liittyviä erityispiirteitä.

Viestejä on pyritty tarkastelemaan sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän näkökulmasta, jolloin tarkastelun kohteena olivat viestinnässä ja itse viesteissä käytetyt keinot, jotka ilmensivät niiden epävirallista ja työviestinnästä erottuvaa funktiota. Aineisto ei anna mahdollisuuksia lähettämisen ja vastaanottamisen tarkemmalle tutkimiselle, joten lähettäjien motiivit, vastaanottajien tulkinnat tai viestien vaikutukset jäivät muissa tutkimuksissa selvitetäviksi asioiksi. Artikkelin lähtökohdan mukaisesti analyysia on ulotettu sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän prosessien ja hyödyntämismahdollisuuksien tarkasteluun.

Ilmiönä sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on monitieteinen ja jakaa mielipiteitä sekä puolesta että vastaan. Tietoteknisesti ja taloudellisesti sähköpostiviestintään liittyy luonnollisesti useita näkökulmia, jotka ovat etenkin organisatorisesti merkittäviä. Hallinnollis-teknisesti arvioitaessa ilmiötä pyritään hallitsemaan Internetin nettietiketin, kansallisten lakien ja säädösten sekä organisaatioiden omien ohjeistuksien avulla. Sähköposti erittäin

suosittuna sosioemotionaalisen yhteydenpidon välineenä edellyttäisi nykyistä enemmän viestinnällistä, sosiaalista ja kulttuurista tutkimuksellista kiinnostusta ilmiönä se edellyttää myös aitoa tutkimuksellista kiinnostumista.

Elektroninen julkaisukanava mahdollistaa sähköpostiviestintäaineiston esimerkkien esittämisen artikkelissa, jonka myötä tutkimusaineiston ja analyysin läpinäkyvyys lisääntyy ja lukijan on helpompi arvioida tutkimusta kokonaisuudessaan. Tutkimusaineisto koostuu henkilökohtaisista sähköpostiviesteistä, joiden analysoinnissa lähtökohtana ollut anonyyminen ja sisältölähtöisyys jatkuivat läpi analysointi- ja julkaisuprosessin. Sekä lähettäjien (129) että viestien (520) suuri lukumäärä vähentävät aineiston vinoutuneisuutta, vaikka tutkijan henkilön voidaan olettaa vaikuttaneen aineiston laatuun. Tieteellisyydellä, tutkimuksellisuudella ja kaikenlaisen materiaalin hyväksynnän osoittamisilla aineisto muodostui kokonaisuudessaan hyvin moniulotteiseksi, jonka voidaan jo sellaisenaan arvioida olevan lähempänä todellisuutta ja otoksellista edustavuutta, kuin että aineiston olisi todettu vinoutuneen selkeästi jollain tietyllä tavalla. Tekijänoikeudellisiin seikkoihin artikkelissa esitettävän materiaalin osalta ei ole kiinnitetty huomiota.

Sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän perusmääreitä

Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä osoittautui tutkimusaineiston kokonaisuuden osalta hyvin suurelta osin yhteneväksi sähköpostihuumorin kanssa: sisällöllisesti noin 66 prosenttisesti ja viestinnällisesti jopa 90 prosenttisesti (vrt. Aro 2003, 2005; Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005; Salo 2006). Tieteellisesti, määrittelyistä kuitenkin riippuen, kyse on tietenkin eri asioista. Sosioemotionaalisia sähköpostiviestejä lähetetään positiivisessa hengessä tervehdysten tyyliin lähinnä ystäville, kavereille, työtutuille ja sukulaisille (Miller & Slater 2000).

Lähettäjän halutessa sähköpostiviestinnässä on erittäin vaikeaa jäljittää viestin alkuperää, muutosten ajankohtaa, tekijää tai paikkaa. Toisaalta viestien editointia, muuntelua ja vaihtelua tapahtuu sekä tarkoituksesta että tarkoituksella. Sosioemotionaalille sähköpostiviestinnälle on tyypillistä, että hetkellisesti ja samanaikaisesti samansisältöinen viesti kiertää lähettäjä - vastaanottaja - lähettäjä -ketjuissa. Sisällöllisesti sosioemotionaaliset sähköpostiviestit ovat uusiutuneet huumorin osalta melko vähän, mikäli niitä tarkastellaan esimerkiksi kaskuperinnettä ja kopiohumorin perinnettä vasten (vrt. Aro 2005). Toisaalta sähköposti eräänä digitaalisena Internet-sovelluksena mahdollistaa erittäin hyvin ajankohtaisiin asioihin liittyvät sisällöt, mistä syystä joissain tapauksissa tietokonevälitteinen sähköinen viestintä ja sähköposti toimivat ensisijaisina tietyntyypisten sisältöjen viestintävälineinä. Viestien paikallistaminen, ajankohtaistaminen ja henkilökohtaistaminen palvelevat usein humoristisia tarkoituksia, mutta ilmentävät samalla että haluttaessa viestin vastaanottajaa voidaan ajatella hyvinkin paljon.

Sähköpostiviestinnälle tyypilliseksi todettujen ilmaisullisten vapausasteiden käyttö soveltuu hyvin sosioemotionaaliseen sähköpostiviestintään. Teknologian kehityksen myötä multimediaelementtien käyttö on myös suurten massojen käytössä yleistymässä sähköpostiviestinnässä. Sähköposti on jo pitkään mahdollistanut erilaisten tiedostojen lähettämisen niiden liitteinä, mutta suurelta osalta käyttäjiä ominaisuuden hyödyntäminen on ollut vähäistä. Sosioemotionaalisesti orientoituvat viestit ovat itsenäisiä viestejä siten, että niissä ei tyypillisesti kommunikoida muunlaisia viestejä. Toisaalta kollaasitekniikan eriasteinen käyttö on yleistymässä mediaelementtien hyödyntämisen myötä (Kuipers 2003). Tavallisin on teksti ja valokuva yhdistelmät, mutta myös videoleikkeiden, mainoskuvien, sarjakuvien ja online-interaktioiden sekä saatetekstin yhdistelmät ovat tavallisia. Lisäksi hyvinkin teknisesti edistyneitä menetelmiä ja esittämistapoja hyödynnetään sosioemotionaalisisessa sähköpostiviestinnässä yhä useammin. Aineiston muodostaneiden viestien koko kilotavuina vaihteli 7 – 5519 välillä.

Sosioemotionaalinen kommunikaationa

sähköpostiviestintä

soosiaalisena

Sosioemotionaalisisella sähköpostiviestinnällä on useita erilaisia tehtäviä inhimillisessä vuorovaikutuksessa ja kommunikaatiossa. Epävirallisina, uusia näkökulmia avaavina, positiivisina ja humoristisina viesteinä niiden päätehtävä on tuottaa huvia sekä lähettäjälle että vastaanottajalle. Maailman eläinten, luonnon ja inhimillisten erikoisuuksien ihmettely yhdessä lähettäjän ja vastaanottajien kanssa on luonteeltaan uusia sisältöjä esittelevää ja näkökulmia avartavaa. Poistumista arjesta, työstä ja rutiinista tehdään sosioemotionaalisisessa sähköpostiviestinnässä usein eri tavoin. Esimerkkeinä näistä pyrkimyksistä toimivat kaikki taulukon 5 viestisisällöt, mutta laajasti tulkittuna kyse on tietokonevälitteisestä ystävyuden kielestä (vrt. kielen funktiot), jota käytetään kavereista koostuvissa pienryhmissä.

Saatuana ja luettuana viestin vastaanottaja laittaa sen eteenpäin, tallentaa tai tuhoaa viestin. Viesti lähetetään tyypillisesti joko yhdelle vastaanottajalle tai ryhmälle vastaanottajia samanaikaisesti. Tässä aineistossa 129 eri lähettäjää lähetti viestinsä 1-35 vastaanottajalle. Keskimäärin vastaanottajia oli 7 henkilöä. Tavallisimmin vastaanottajat muodostivat ryhmän, joten sosioemotionaalista sähköpostiviestintää tulee arvioida ryhmäkommunikaationa. Yksi vastaanottaja oli 150 (29 %) viestissä. Kokonaisuudessaan kyse oli usein yhteisöllisyyden tunteiden lisäämisestä ryhmässä, mutta muitakin funktioita viestintään liittyy. Tutkimusaineistostani puolet koostui vakiintuneista ryhmäviesteistä (258 kpl), joita lähetettiin melko kiinteän ryhmän jäsenten välillä, toisen puolen aineistosta koostuessa yksittäisistä sosioemotionaalisisista sähköpostiviesteistä (262 kpl). Sosioemotionaalista sähköpostiviestintää harrastetaan suhteellisen pienissä ryhmissä, joiden jäsenet tuntevat toisensa sekä toistensa tyylin ja maun viestien sisältöjen suhteen. Luottamuksellisuus, jota ko. viestintä edellyttää huomattavastikin, muodostuu ryhmän jäsenten välille emotionaalisesti

latautuneiden yhteisten intressien tunnistamisen kautta. Toisaalta yhtä usein viestejä lähetellään myös yksittäistapauksina joko yhdelle tai useammalle vastaanottajalle.

Sähköpostiviestintä on altis väärinymmärryksille johtuen väliseen mahdollistamista vähäisistä vihjeiden määrästä ja asynkronisuudesta, jotka estävät viestijöiden jatkuvan monitoroinnin. Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä tutuus ja viestinnän helppous houkuttelee viestin lähettäjä ylilyönteihin. Tutussa ja turvallisessa seurassa jaetaan uskalletumpia viestejä kuin vieraiden ihmisten kesken. Toisaalta sähköpostiviestin erittäin vaivaton edelleen lähettäminen saattaa saada lähettäjän herpaantumaan vastaanottajia valikoidessaan. Walther (1996) on esitellyt tutkimuksiinsa perustuen hyperpersoonallisuuden käsitteen, jolla tarkoitetaan sähköpostiviestien ylitulkintoja, joita tehdään saatavilla olevan informaation perusteella. Waltherin mukaan esimerkiksi viestien kirjoitusasun puutteista voidaan päätellä lähettäjän persoonan piirteitä: kirjoitusvirheet tulkitaan merkkeinä viestin lähettäjän älyllisestä tasosta. Näin ollen humorististen ja seksuaalisten viestien sisältöjen osalta sähköpostiviestintä on hyvin riskialtis viestintäväline. Viestijöiden keskinäisen tuttuuden myötä hyperpersoonallisten tulkintojen vaikutus luonnollisesti suhteellistuu ja vähenee.

Sosioemotionaalisten sähköpostiviestien yhteyksistä meneillään oleviin tai tuleviin toimintoihin ja niiden koordinointiin on aineistossa merkkejä vain satunnaisesti. Tavallisimmin viestit olivat yksittäisiä viestejä tai samankaltaisten viestien vaihdon osaviestejä, joiden tavoitteet kiinnittyvät sosiaaliseen kontekstiin eli ihmisten välisen suhteen ylläpitämiseen ja syventämiseen. Toisaalta työn vastapainona toimiessaan viestien sisällöissä hyödynnetään lähinnä tyyllillisinä tehokeinoina karnevalistisia elementtejä, joiden avulla työtä tai lähettäjä ja vastaanottajaa työntekijöinä parodisoidaan. Suhdetoimintaan liittyen erilaiset vitsit, hupailut, tervehdykset ja ihmettelyn aiheet jaetaan sähköpostitse siksi, että ne hauskuuttavat tai luovat tunnelmaa viestijöiden välille (vrt. Ling & Yttri 2002). Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä palvelee itseilmaisun, henkilökohtaisen esiintymisen ja sosiaalisen kanssakäymisen tarpeita.

Arkipsykologian näkökulmasta voidaan kysyä mihin ihmiset pyrkivät sosioemotionaalisella sähköpostiviestinnällä? Erään tulkintakehikon sosioemotionaalisille viesteille antaa niiden tulkitseminen arkiuskomuksiksi. Yleisesti tunnettujen käsitysten, joilla ei ole siis tieteellisiä perusteluja, esiintuominen viesteissä palvelee keskustelua ja yhteishengen luomista, mutta niiden avulla voidaan manipuloida muita, oikeuttaa omia tekemisiä ja provosoida sekä hauskuuttaa. Virtasen mukaan arkiuskomuksia ei tule pitää yleisinä mielipiteinä (Virtanen 1994, 64-77; 2003, 323-327). Koski (2004) muistuttaa, että arki ajattelulle ja -uskomuksille on tyypillistä epäkriittisyys, tilannesidonaisuus ja yhteisölliset, stereotyyppiset asenteet. Sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä arkiuskomukset ovat tunnistettu lähtökohta ja niille nauretaan ja niitä ihmetellään yhdessä.

Kasesniemen (2003) nuorten matkapuhelin kulttuurin tutkimuksissa toteama nopean vastaamisen normi ei ole sähköpostiviestinnässä yhtä voimakas, vaan asynkronisuuden vaiheita voidaan venyttää sähköpostiviestinnässä hyvinkin pitkiksi. Sähköpostiviestinnässä asynkronisuus määrittää ilmiötä siten, että viestintätapahtuman realisoituminen todennäköistyy tavallisesti lähettäjän tulkinnoista lähtien. Viesti - viestistä - normi on heikompi sähköpostiviestinnässä, mutta toki sitäkin esiintyi. Tällaisten viestintä rypäiden aktivoituminen tapahtui usein vakioporukalla saman sisältöisten aineistojen vaihtona, jossa miehinen nokittaminen ja kavereiden koettelu olivat viestintää motivoivia tekijöitä.

Kasesniemen (2003) havainnot "hyvien" sosioemotionaalisten tekstiviestien tallentamisesta tulevia käyttötarkoituksia varten saavat myös tämän tutkimuksen tuen. Useat tutkimusmateriaaleja toimittaneista henkilöistä toivat esiin tällaisen keräilyn ja siihen liittyviä tietoteknisiä ja hallinnollisia rajoitteita. Lisäksi useita kertoja ja eri kanavia käyttäen allekirjoittanutta tutkijaa pyydettiin lähettämään hyviä sähköpostiviestejä, koska niille oli tarvetta sosiaalisessa kanssakäymisessä. Sekä Kasesniemi (2003) että Aro (2005) ovat tuoneet esiin viestien tallentamisen yhteydessä teksti- ja sähköpostiviestintään liittyen symbolisen vaihdon, jossa viestit ovat pieniä lahjoja ja vaihdon välineitä. Joissain tapauksissa viestien liitteiden tuottamiseksi oli aivan ilmeisesti käytetty paljon aikaa ja osaamista, joka lisää lahjan tuntua (ks. Mauss 1990; Taylor & Harper 2002). Mikäli viesti oli vielä personoitu vastaanottajaan liittyen, viestilahjaan oli liitettävissä käsin tehdyn tunne (esimerkki).

Havainnot tukivat myös aiemmin esitettyjä tulkintoja, joiden mukaan viestit lähetetään usein nopeasti edelleen jollekin toiselle sopivalle vastaanottajien ryhmälle tai yksittäiselle henkilölle. Kun viesti muistuttaa sen vastaanottajaa josta kusta muusta henkilöstä tai sen tulkitaan soveltuvan johonkin tiettyyn asiaan tai ryhmään, tulee viesti lähetettyä eteenpäin. Suurin osa aineiston viesteistä oli välitetty kerran tai useammin eteenpäin ennen aineistoksi päätymistään. (vrt. Salo 2007)

Viestinnän edelleen lähettämisen nopeuden ja viestien editoinnin suhteen tutkimustulokset vaativat kiinnittämään viestin lähettämiseen liittyvään yksilölliseen vaihteluun enemmän huomiota. Aron (2005) mukaan sähköpostihuumorin osalta konventiona on, ettei lähettäjä editoi itse viestiä, aiempien lähetyskertojen osalta viestiin kirjautuneita nimiä ja osoitteita tai otsikkotekstejä. Toisaalta Aro toteaa, etteivät läheskään kaikki automaattisesti lähetä jokaista viestiä eteenpäin. Sosioemotionaalisisessa sähköpostiviestinnässä vaihtelu on sitä vastoin erittäin voimakasta sen suhteen missä määrin ja miltä osin viestiä editoidaan sekä sen suhteen keille viesti toimitetaan eteenpäin. Osa lähettäjistä on valmiita näkemään huomattavasti vaivaa viestiensä sisällön tai ulkoasun kuntoon saattamiseksi, kun osan kohdalla asiaan ei osoiteta kiinnitettävän mitenkään huomiota. Seikka on hyvin merkittävä, sillä viestien eri osien editointi mahdollistaa mm. sosiaalisen

manipuloinnin sähköpostiviestinnän avulla tavalla, joihin muut viestimet eivät kykene (vrt. Salo 2006).

Sosioemotionaalisten sähköpostiviestien rakenne

Aineiston sisällöllinen monipuolisuus, viestinnän tekninen helppous ja viestintä tavat osoittavat sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän välittyvän helposti henkilökohtaisena viestintänä välittämättä organisaatio-, instituutio- tai kulttuurirajoista. Tällaisia virallisia kategorioita tärkeämpiä ovat verkostomuotoiset epäviralliset ryhmä- ja yksilövalinnat. Oma kiinnostukseni ilmiötä kohtaan alkoi erään sosiaalisen tunnistamisen ristiriidan havaitsemisesta. Luottamuksellisuuden, tuttuuden ja yhteisyyden tunnistaminen ovat ratkaisevia sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän mahdollistajia. Tätä ei tarvitse sanoa ääneen tai edes kirjoittaa esiin. Viestin vastaanottajat muodostavat kulloisenkin verkoston, jolle lähettäjä arvioi viestinsä sisällön sopivan tai tultavan positiivisesti tunnistetuksi ja saavansa näin osakseen sittemmin vastahuomionosoituksia. Koska sähköpostin välityksellä on mahdollista tuottaa niin ulkopuolisuutta ja objektina olemista kuin osallisuutta ja subjektina toimimistakin, on näiden seikkojen suhteen viestijän oltava hyvin tietoinen tekemisistään.

Tietokonevälitteisenä viestintänä sähköpostiviestintä on muodoltaan säädeltyä sekä tietokoneohjelman vaatimusten mukaisesti että tekstipohjaisuudesta johtuen (Salo 2006). Tietoteknisesti sähköpostiohjelmat sisältävät vastaanottajien ja lähettäjän tunnisteet sekä otsikko- ja tekstikentän. Lisäksi viestien liitteinä voidaan lähettää millaisia tiedostoja hyvänsä. Varsinainen viesti rakentuu tavallisesti neljästä osasta: tervehdyksestä, motivointitekstistä, viestisisällöstä ja allekirjoituksesta (ks. Aro 2005; Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005). Tervehdyksen ja motivointitekstin idea on lyhyessä muodossa tuottaa vastaanottajalle sopiva tulkintakehys sosioemotionaalille viestille. Noin viidennes aineistosta ei sisältänyt lainkaan motivointitekstiä, toinen viidennes koostui erilaisista kehotuksista, kolmas viidennes antoi vihjeen omasta lukukokemuksesta, neljännen viidenneksen muodosti vastaanottajaan tai lähettäjään viittaavat kysymykset ja muunlaiset näkökulmat. Viimeinen viidennes koostui sekalaisista faktalauseista, kierrätykseen tai liitteeseen viittauksista ja hymiöistä. Satunnaiset aineistoesimerkit tuovat esiin viestien positiivista kieliposkessa asennetta (taulukko 2).

Taulukko 2. Satunnaisia aineistoesimerkkejä motivointiteksteistä.

- Joululähesty, Naisille jotain pukinkonttiin...	- huhhuh...
- Viikonloppuja !	- Tassa vinkkejä ensi vappuun.
- nyt jätkät lottomaan.	- maistuisko mäyräkoira?
- Pankkaa volumet täysille	- Ottaisitteko kissanpennun?
- Naureskelen täällä itsekseeni alla oleville jutuille.	- Tässä yksi hullu. Viesti siis. (liite) Mutta sitten itse asiaan.

Etenkin liitetiedostoja sisältävien multimediamviestien kohdalla motivointitekstit suuntautuivat liitteeseen ja sen tulkitsemiseen. Toisinaan lauseet sisälsivät myös teknisiä ohjeita. Viestin idea tai vitsi saattoi muodostua motivointitekstin ja kuvan välisessä dialogissa tai niiden ilmeisessä ristiriidassa. Osassa tapauksia kuvien ja esitysten moniselitteisyyden annettiin sellaisenaan toimia viestin ideana ja ihmettelyn aiheena ilman motivointitekstejä.

Viestin suoranainen edelleen lähettämisen kehoitus löytyi vain seitsemästä prosentista (37) viestejä. Ne vaihtelivat tyyliään lämpöä ja positiivisuutta henkivistä erittäin negatiivisiin uhkauksiin ja käskyihin. Ketjuluonteisia viestejä oli aineistosta yhteensä runsas viidennes (23%) ja ne jakaantuivat pääasiassa asiapitoisiin kampanja, valistus, adressi tyyppisiin (50) ja hyvän tuulen ketjuviesteihin (49), käskytävien viestien jäädessä lukumääräisesti vähäisemmiksi (22).

Tavallisimmin viestejä ei allekirjoitettu lainkaan (63 %, 325), mikä on tulkittavissa nopean viestinnän tyylin mukaiseksi viestinnäksi ja lähettäjän luottamukseen tulla tunnistetuksi sähköpostiosoitteensa kautta. Sisällön koostuessa suurelta osin lainamateriaalista allekirjoittamista halutaan mahdollisesti välttää myös edelleen lähettämisen riskin johdosta. Seuraavaksi yleisimmät allekirjoitustavat oli käyttää vain etunimeä (17 %, 86), yhteystietoja eri muodossa (8 %, 40) tai nimikirjaimia (6 %, 33). Muina allekirjoitustyyleinä olivat lempinimi, viestin ideaan liitetty keksitty nimi tai koko nimi. Viestien epävirallisuuden myötä viestien motivointitekstit ja allekirjoitukset eivät tunnu tarpeellisilta. Lisäksi useissa viesteissä motivointitekstien kieliasu oli kopio edellisestä ja usein kielellisesti hyvin huolitteleman.

Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on eräänlaista tiedostoviestintää. Viestit rakentuvat tiedostoista ja välittyvät tiedostoina. Esimerkiksi Aron (2003, 2005) huumoriviestien tutkimusaineistossa viestien tyyppinä kirjalliset materiaalit ilman liitetiedostoa muodostavat selvästi suurimman ryhmän, joskin liitetiedoston sisältävien viestien määrä on lisääntynyt ajan myötä myös Aron aineistossa. Tässä aineistossa vastaavat viestit muodostavat kokonaisuudesta vain neljänneksen ja suurimpana ryhmänä olivat viestien ja liitetiedostojen muodostamat yhdistelmät (taulukko 3).

Taulukko 3. Sosioemotionaalisten sähköpostiviestien tiedostotyytit.

Tiedostotyyppi	f	%
viesti	132	25
viesti ja liitetiedosto	270	52
viesti ja hyperteksti	41	8
pelkkä hyperteksti	8	2
pelkkä liitetiedosto	68	13
Yhteensä	519	100

Liitetiedostojen tyyppien analysointi tuo esiin myös sähköpostiviestinnän rakenteellisia ominaisuuksia, jotka ovat tärkeitä ilmiön kokonaisuuden ymmärtämisessä (taulukko 4). Erilaisista liitetiedostoista tyypillisimmin viestit sisälsivät valokuvia ja MS Officeen esitys- ja taulukko-ohjelmistoja hyödyntäviä esityksiä. Seuraavaksi yleisimmin viestit sisälsivät videoleikkeitä ja online interaktioita eli linkkejä Internet -sivuille, joissa varsinainen viestin sisältö tuotiin esiin.

Taulukko 4. Sosioemotionaalisten sähköpostiviestien liitetiedostotyyppit.

Liitetiedostotyyppi	f	%
ei liitetiedostoa	131	25
valokuva	126	24
PowerPoint tai Excel esitys	77	15
video	60	11
online interaktio	47	9
grafiikka	34	7
teksti	32	6
ääni ja/tai musiikki	8	2
animaatio	5	1
Yhteensä	520	100

Sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän sisällöt

Kokonaisuudessaan aineistosta 2/3 oli sisällöltään huumoriviestejä ja 1/3 oli muunlaisia viestejä. Huumori on todettu aiemmissa tutkimuksissa pääteemaksi sosioemotionaalisisessa sähköpostiviestinnässä (Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005, Salo 2007). Muut kuin huumoriviestit sisälsivät suurelta osin seksuaalisia sisältöjä, mutta myös useita hyvin erilaisia todellisuuden kuvauksia. Muistutuksena ja lukemista helpottamaan tulee kuitenkin muistaa, että tutkimuskohde on etenkin sisältöjensä osalta virtuaalisen todellisuuteen kuuluva eli oletettuun tai mahdolliseen eli valekuvana pidettävien ilmiöiden sisälle kuuluva. Muut viestisisällöt koostuivat ketjukirjeistä ja ns. hyvän mielen viesteistä sekä viesteistä, joissa leikkiminen, politiikka, taikuus, faktat ja todellisuus, valistaminen tai vetoamukset muodostivat viestien sisällön.

Sisältönsä puolesta sähköpostihuumori ja sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä eivät ole uusia ilmiöitä, vaan ne jatkavat suurelta osin xeroxloreksi, kopiokone- tai A4 - huumoriksi aiemmin kutsuttua kansanperinnettä uudessa viestintä välineessä rinnakkain matkapuhelinkulttuuriin liittyvän tekstiviestihuumorin kanssa (ks. Aro 2003, 2005; Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005; Salo 2007). Lipposen (1989) mukaan kierrätys, muunnokset ja anonyymiys ovat kopiokonehumorille asetettuja kriteereitä, että sitä voidaan tutkia kansanperinteenä. Lipposen esittämät määritteet soveltuvat hyvin tulkitsemaan myös sosioemotionaalisen

sähköpostiviestinnän kansanperinteen erääksi muodoksi. Tutkimuksen perusteella sähköpostihuumorin ja sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän voidaan arvioida suurelta osin korvanneen kopiokonehuumoria. Syinä tälle korvautumiselle on sähköpostin mukavuus ja tehokkuus välittää materiaalia korostaen samalla välineen nopeutta, persoonallisuutta, multimediallisuutta ja digitaalisuutta. Persoonallisuus liittyy tässä yhteydessä sähköpostiviestinnän viestinnällisiin ominaisuuksiin sekä muunnosten tekemiseen viesteihin, eikä sitä tule ymmärtää ristiriitaisena anonyymiyden vaatimuksen kanssa. Viestin sisällöissä toimivat henkilöt ovat viestijöille tavallisesti anonyymejä taviksia, mutta julkisuuden henkilöiden kohdalla asia on luonnollisesti toisin. Vaikka kohdehenkilö tulee tunnistetuksi, viestisisällön tekijä ja keksijä jäävät tavallisesti anonyymeiksi. Poikkeuksena tästä ovat mainosvideot, jotka tulevat tunnistetuksi tuotemerkin kautta. Muunnoksien tyyli ja laatu saavat pääasiassa vaikutteita huumoriviestinnästä, mutta myös tietotekniikka, taiteellisuus ja vaihtoehtoisuus, kapina, jopa rock - ja punk - henkisyys käyvät viesteistä myös esiin.

Sisällöllisesti sähköpostiviesteissä käsitellyt aiheet jakautuivat aineistossa hyvin laajalle (Taulukko 5). Verrattaessa aiheita Lipposen (1989) ja Aron (2003, 2005) havaintoihin kopiokone- ja sähköpostihuumorin aiheista, voidaan sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän osalta havaita osittaisia yhtenevyyksiä, mutta myös selkeitä eroavuuksia. Kokonaisuudessaan sisältöjen erittely ja luokittelu eivät ole helppoa, sillä useissa tapauksissa viestit viittaavat useisiin eri suuntiin mahdollistaen useanlaisia tulkintoja. Etenkin ajankohtaistapahtumien kommentointi yleisimpänä aihealueena erottaa sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän kopiokonehuumorista, mutta yhtenäistää sen sähköpostihuumorin kanssa. Havainnossa on ainakin osittain kyse sähköpostin viestintätekniisten ominaisuuksien hyödyntämisestä. Ajankohtaistapahtumien kommentointityylin tarkempi analysointi jätetään tässä yhteydessä tekemättä, mutta huumori ei ollut suinkaan ainoa tapa ottaa kantaa ajankohtaistapahtumiin sähköpostiviestinnässä.

Taulukko 5. Sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän aiheiden jakautuminen ja ilmiötä kokonaisuudessaan kuvaavat esimerkit aihealueilta hypertekstien muodossa.

Sisällön aihe	f	%	Sisällön aihe	f	%
1. ajankohtaistapahtumat	76	15	8. työelämä (liite)	35	7
2. sukupuoli (liite)	59	11	9. ystävyyys (liite)	27	5
3. seksi	53	10	10. viina (liite)	15	3
4. materia (liite)	44	9	11. valta	15	3
5. aluekulttuuri (liite)	42	8	12. vaara	15	3
6. miesten ja naisten suhteet (liite)	38	7	13. politiikka (liite)	10	2
7. urheilu ja autot (liite)	38	7	14. muut (liite)	42	8

Vaikka sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä toteutuu suurelta osin työnantajan laittein ja ohjelmistoin sekä vieläpä työaikana, tämä ei estä sukupuoli ja seksi teemojen tarkastelua sähköpostitse tuttavien kesken. Viestijät ovat hyvin tietoisia sähköpostiviestintä kontekstista ja viestintävälineen käyttöehdoista tehden asiasta jopa huumoria (Salo, Zimmerbauer & Suutari 2005). Ajankohtaisuuden ilmentämän kiireen ja hetkellisyyden vastinparina sukupuoli ja seksi sekä miesten ja naisten suhteet ovat ikuisia aiheita emotionaalisesti virittyneessä sosiaalisessa kanssakäymisessä ja kertovat inhimillisten viettien voimakkuudesta. Sukupuoli ja miesten ja naisten suhteet olivat suosituin aihe Aron (2005) aineistossa. Sukupuoli ja seksikulttuuri ovat todettu merkittäviksi sisällöiksi niin Internetissä kuin muissakin sähköisen kommunikation muodoissa.

Materiaan, rahaan ja tavaraan kohdentuvien viestien suuri lukumäärä aineistossa kertoo osa-alueen korostuneisuudesta ja tärkeydestä nykyihmisille. Aluekulttuurin jakaantui kotimaisiin ja kansainvälisiin aiheisiin, joista aineiston eteläpohjalaisuuteen kohdentuvia viestejä on tutkijan toimesta tarkasteltu erikseen jo aiemmin (Salo, Zimmerbauer, Suutari 2005). Urheilu ja autot – luokassa autot edustavat harrastuneisuutta, vaikka niitä esiintyi myös materia luokassa. Urheilun käsittelyssä hyödynnettiin usein huumoria, vaaratilanteita, ikäviä sattumuksia ja seksiä. Joidenkin videoleikkeiden osalta niiden käsittelytavat olivat hyvin yhteneviä televisiossa toteutettujen esitysten kanssa. Huumorin ja ilon ohella sähköpostit kattoivat hyvin laajan skaalan emotioita liittyen aggressiivisuuteen, uhkaan, inhoon, pelkoihin, kateuteen, ahdistukseen jne. Eräänä esimerkkinä tunteiden kirjosta käy otsikolla, VL: TosiTV, saapunut [videoleikkeen](#) sisältänyt sähköpostiviesti, jonka motivointiteksti: ”Liitteen klipissä on siis kyse pariskunnasta, jonka naispuolinen immeinen on halvaantunut navasta alaspäin ja kertovat paneelissa seksiongelmistaan. Mies kun avaa suunsa on haastattelijan ura ohi. :))))” suuntaa tunteiden havainnointia sekä tekstin että hymiöiden avulla. Huumorin ja vakavan ristiriitaa korostavat sosiaalisen vastakkaisasetelmat studion kysyjä ja vastaaja -asetelma sekä passiivinen ja tarkkaileva studioyleisö ja oletettu laaja tv-yleisö että sähköpostiviestin vastaanottajan yksilöyleisö erilaisine reaktioineen. Lisäksi live tilanne ja työn kontekstin kertaantuminen sekä kielen osaamattomuus lisäävät viestin humoristisuutta.

Työelämäviestit liittyivät työtehtäville huumorin avulla vastapainoa tarjoten liittyen väsymykseen, stressiin ja näiden ehkäisemiseen sekä tarjoten uusia näkökulmia palaverikäytäntöihin, ammatin valintaan, uraan, työn sisältötehtäviin, toimistopolitiikkaan, projektisanastoon, pomoihin, palkkaukseen, työturvallisuuteen, työkaverin kannustamiseen, työpaikalla viihtymiseen, ammattitaitoon, asiakaspalautteisiin jne. Useiden muiden viestien opetuksena ja vitsinä oli viestin lukijan tunnistaminen sosioemotionaalista sähköpostiviestiä lukevana työtä vieroksuvaksi henkilöksi, jota sitten kehoitettiin palaamaan työtehtävien pariin. Ystävyysteema yhdistyi luontevasti avunpyyntöihin, kiittämisiin, yhdessä unelmointiin, kilpailuihin, tehtäviin, ketjukirjeisiin, tervehdyksiin, stressinpoistoon, isyyteen yms. alateemoihin liittyviin viesteihin (ks. Salo 2007). Viina, valta, vaara aiheet

olivat kukin vain kolmen prosentin edustuksella mukana kokonaisaineistossa politiikan päästessä vain kahteen prosenttiin sisällöistä, vaikka television, lööppien ja keltaisen lehdistön sisältöinä nämä populaarikulttuurin aiheet ovat hyvin suosittuja. Näiltä osin esimerkiksi Matti Nykäseen liittyvät sähköpostiviestit muodostavat oman lukunsa.

Pohdinta

Sähköposti ja etenkin sen sosioemotionaalinen alalaji poikkeaa kaikista muista viestintätavoistamme olennaisesti, samalla kun kaikki Jakobsonin kommunikaatiomallin osatekijät ja funktiot tulivat tunnistetuiksi sen osalta. Sähköpostiviestinnän erityislaatuisuus viestintäkanavana on vielä nykyiselläänkin heikosti ymmärretty ja hyödynnetty niin tutkimuksellisesti kuin käytännöllisesti. Edellä esitettyjen näkemysten ja tutkimustulosten mukaan sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on määriteltävissä erääksi tietokonevälitteisen viestinnän kommunikaatiolajiksi, joka on sähköpostiviestinnälle tyypillisesti suljettua ja henkilökohtaista (Matikainen 2006). Tulosten mukaan sosioemotionaalinen -tarkennus viittaa sekä sähköpostin käyttöön että viestien sisältöihin. Käytön osalta sosio-etuliite korostaa, että kyse on ihmisten välisestä viestinnästä sekä vapaamuotoisesta ja epävirallisesta sosiaalisen kanssakäymisen mahdollistamisesta hyvin erikokoisten yleisöjen kanssa. Emotionaalinen tarkoittaa käytön osalta sitä, että viestissä on tunnetta mukana, jopa erittäin korostuneesti. Viestien sisältöön liittyen sosio-etuliite viittaa luottamukselliseen vertais- ja pienryhmäviestintään, jossa lähettäjän toimesta vastaanottajia on usein ajateltu ennakkoon sekä yksilöinä että porukkana, ryhmänä tai yhteisönä. Viestissä on korostuneesti tunnistamista mukana. Sisällöllisesti emotionaalinen käy esiin hyvin erilaisina ja rohkeina sisältöinä sekä multimedian lisääntyneenä käyttönä. Viesti saattaa sisältää jopa juuri sinulle tehdyn lyhytelokuvan. Emotionaalisisissa sisällöissä oli siis kyse lähettäjän osalta tunteiden jakamisesta ja samaistumisesta vastaanottajien ja lähettäjän muodostamaan yhteisöön sekä viestin osuvuuden tunnistamisesta sopivaksi juuri tälle ryhmälle. Vastaanottajissa tavoitellaan erilaisten tunteiden kokemista.

Tekniset mahdollisuudet ovat laajentaneet kulttuurituotteiden alaa, josta sähköpostihuumori ja sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä lainaa sisältönsä. Tutkijoiden mukaan sähköpostiviestijöiden on havaittu pitäytyvän samojen vanhojen ja perinteisten sisältöjen kierrätykseen uutta teknologiaa hyödyntävällä foorumilla (Aro 2005, Salo 2007). Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on sosiaalista viestintää, joka toteutuu digitaalisena tietokonevälitteisenä kommunikaationa potentiaalisesti maailmanlaajuisesti, mutta tyypillisesti pienryhmäviestintänä ja yhä useammin tiedostoviestintänä (Salo & Drake 2008). Tekninen helppous on mahdollistanut ilmiön suuren suosion ja ylilyönnit sekä sallittujen viestien että roskapostitusten osalta. Ne tosiasiat, että materiaali on jo saatavilla verkossa tai, että sen on itse saanut joltakulta muulta, laskevat kynnystä lähettää sitä edelleen omiin verkostoihin.

Aikuisten viestintänä tutkittu sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on osoitus heidän halustaan leikkiä ja olla seurallisia. Toisaalta suurelta osin työaikana ja todetuin sisällöin toteutuva ilmiö nostaa esiin myös viestijöiden oppositionaalista asennetta virallista työn organisaatiota kohtaan. Arjen tavoin viestit ovat moniulotteista ja ambivalentteja: sosiaalisen yhteyden uusintamisen ohella kyse on myös vastarinnasta, vallankumouksellisuudesta ja muutoksesta (Highmore 2002, 1-2, 17; Koski 2004). Tietokonevälitteisyyden ja -ohjelmien standardit eivät sido viestijöitä siten, että sosioemotionaalinen viestintä ei mahdollistuisi. Sähköpostiviestintäprosessissa oudosta tehdään tuttua ja uutuuksista perinteitä.

Sosioemotionaalinen sähköpostiviestintä on epävirallisuuden kautta mahdollistanut yksilölliset kokeilut, joita tuttuuteen perustuvissa pienryhmissä ei kovinkaan helposti tulkita ylilyönneiksi, vaan niille kyetään nauramaan. Kasvottomassa viestinnässä kasvojen menetyksen pelko on vähäinen, joskin mahdollinen. Lähettäjän samaistumista tai samaistamista vastaanottajien taholta viestisisältöihin ei tapahdu samalla tavoin kuin kasvokkain tapahtuvassa viestinnässä, sillä kyse on useimmin muiden tekemistä esityksistä, joihin lähettäjän suhde on välillinen. Näin ollen jopa hyvin uskallettujen seksi- ja pornoaiheiden viestintä mahdollistuu luottamuksellisissa vertaisryhmissä ja henkilöviestinnän muodoissa.

Sosioemotionaalisen sähköpostiviestinnän ilmentämä eräs uudenlainen yhteisöllisyyden muoto on tiiviissä suhteessa uusien medioiden syntyyn ja teknologiseen kehitykseen sekä näiden ympärille muodostuneisiin yhteenliittymien muodossa että ko. välineitä käyttöönettävien yhteisöjen muodossa. Tarkempi ilmiön sisällöllinen ja viestinnän sosiaalisten konventioiden tutkimus sekä sen pienryhmäviestinnällinen luonne osoittavat itse verkoston muodostuvan keskenään tutuista ja jonkin asteisessa luottamussuhteessa toimivista ihmisistä samalla kun sähköisen viestinnän ydin osoittautuu hyvin perinteiseksi, inhimilliseksi ja sosiaalisesti luonteeltaan. (vrt. Baym 2002; Wellman 1997, 2001; Castells 2000). Goethen sanat: "Korkeinta on keskustelu.", elävät dynaamisessa sosioemotionaalisisessa sähköpostiviestinnässä hyvin, joskin alatyylisiin ja välillisesti.

Lähteet

- Aro, J. (2003). "Mitä yhteistä on miehillä ja sukkahousuilla?" Huomioita sähköposti-huumorista. – Mediumi 2.2 Teemanumero internet on... [online]. <<http://www.m-cult.net/mediumi/>> [13.09.2005.].
- Aro, J. (2005). E-mail humor as folklore: rapid technological change - slowly transforming contents. Internet Generations. The 6th International and Interdisciplinary Conference of the Association of Internet Researchers. Workgroup "Time Twists: Continuity and Change in ICT Cultural Forms" Chicago, USA, 5. - 9.10.2005.

- Baym, N. K. (2002). Interpersonal Life Online. Teoksessa L. A. Lievrouw & S. Livingstone (toim.), *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: Sage Publications.
- Carlsson, C., Hyvönen, K., Repo, P. & Walden, P. (2005). Asynchronous Adoption Patterns of Mobile Services. *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Castells, M. (2000). *Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- Danet, B. (2002). The language of email. European Union Summer School, University of Rome, June, Lecture II.
- D-Fence Oy:n tilastot (2005). [online]. <<http://www.d-fence.fi/statistiikka>> [13.09.2005.].
- Ducheneaut, N. (2002). The social impacts of electronic mail in organizations: A case study of electronic power games using communication genres. *Information Communication and Society*, 5 (2), 153-188.
- Ducheneaut, N. & Watts, L. A. (2005). In Search of Coherence: A Review of E-mail Research. *Human-Computer Interaction*, 20, p. 11-48.
- E-mail. (2008). Wikipedia, The Free Encyclopedia. [online] <<http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=E-mail&oldid=260465664>> [29.12.2008].
- Finholt, T., Sproull, L., & Kiesler, S. (1990). Communication and performance in ad-hoc task groups. In J. Galegher, R. Kraut & C. Egido (Eds.) *Intellectual Teamwork*. (pp. 295 -325). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Press.
- Fogg, B. G. (2003). *Persuasive Technology. Using Computers to Change What We Think and Do*. Morgan Kaufmann Publishers.
- Highmore, B. (2002). *Everyday Life and Cultural Theory*. London and New York: Routledge.
- Hyvönen, K. & Repo, P. (2005) Mobiilipalvelut suomalaisten arjessa. *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005*, s. 41-59.
- Jakobson, R. (1960). Closing Statements: Linguistics and Poetics. Teoksessa Thomas A. Sebeok (toim.), *Style In Language*, Cambridge Massachusetts, MIT Press, s. 350-377.
- Jakobson, R. (1972). Linguistics and Poetics. In De George, Richard T. & De George, Fernande M. (eds.) *The Structuralists*. Anchor Books, New York.
- Jakobson, R. (1987). *Language and Literature*. K. Pomorska and S. Rudy (eds.). Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University.
- Kasesniemi, E.-L. (2003). *Mobile Messages. Young People and a New Communication Culture*. Tampere: Tampere University Press.
- Koski, K. 2004. Arkiuskemukset - näkökulma arki ajatteluun. *Elore* 11, 1. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura ry., Joensuu. (http://cc.joensuu.fi/~loristi/1_04/kos104.html).
- Kuipers, G. (2002). Media Culture and Internet Disaster Jokes. Bin Laden and the Attack on the World Trade Center. *European Journal of Cultural Studies*, Vol 5(4): 450 – 470. 2002.

- Lehtonen, M. (2008). E-kirjan kontekstit. E-kirja - pannaanko pakettiin: miten hyödyntää e-kirjaa opetuksessa ja tutkimuksessa? -seminaari 18.4.2008. Tampereen yliopisto. [<http://www.uta.fi/kirjasto/pdf/Lehtonen.pdf>]
- Levitt, M. & Mahowald, R.P. (2002). Worldwide email usage forecast, 2002-2006: Know what's coming your way. IDC #27975, September 2002.
- Levitt, M. & Mahowald, R.P. (2004). Worldwide Email Usage 2004-2008 Forecast: Spam Today, Other Content Tomorrow. IDC #31782, August 2004.
- Lee, J. Y. (1996). Charting the codes of cyberspace: A rhetoric of electronic mail. In L. Starke, R. Jacobson, & S. B. Gibson (Eds.), *Communication and Cyberspace: Social Interaction in an Electronic Environment* (pp.175-296). Cresskill NJ:Hampton Press.
- Liikenne- ja viestintäministeriö (2005a). Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa 2004. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 34/2005.
- Liikenne- ja viestintäministeriö (2005b). Internet-markkinat Suomessa 2005. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 77/2005.
- Ling, R., & Yttri, B. (2002). Hyper coordination via mobile phones in Norway. In J. Katz & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*, (s. 139–169). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lipponen, U. (1989). Siistiä sisätyötä: kopiohuumoria. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki.
- Liu, Y. (2002). What Does Research Say about Nature of Computer-mediated Communication: Task-oriented, Social-Emotion-oriented, or both? – *Electronic Journal of Sociology* 6(1), April [online]. <<http://www.sociology.org/content/vol006.001/liu.html>> [13.09.2005.].
- Luukkonen, J. (2000). Digitaalisen median käsikirjoitusopas. Helsinki, Edita.
- Matikainen, J. 2006. Vuorovaikutus ja sosiaalisuus verkossa. Teoksessa P. Aula, J. Matikainen & M. Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*, s. 177 – 195. Palmenia -sarja. Yliopistopaino.
- Mauss, M. (1990). *The Gift. The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. Routledge.
- Miller, D. & Slater, D. (2000). *Internet: An Ethnographic Approach*. Oxford, Berg Publishers.
- Postmes, T., Spears, R. & Lea, M. (1998). Breaching or Building Social Boundaries? SIDE-Effects of Computer-Mediated Communication. *Communication Research*, 25, 6, 689-715.
- Pyöriä, P. (2001). Hajautettu työ. Teoksessa R. Blom, H. Melin & P. Pyöriä (toim.) *Tietotyö ja työelämän muutos. Palkkatyön arki tietoyhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Reich, R. (1995). *Rajaton maailma. Yritysten ja kansallisvaltioiden uudet pelisäännöt*. Helsinki: Suomen itsenäisyyden juhlarahasto; Espoo: Trantex-kustannus.
- Salo, K. (2006). Sähköpostin käyttö liikeviestinnässä. Teoksessa M. Söderqvist (toim.) *Liikeviestinnän käsikirja. Viestit vaihtoon 7 kielellä*, 349 - 360. Helsingin liiketalouden ammattikorkeakoulu, Helia. Edita: Helsinki.

- Salo, K. (2007). Seinäjoen ammattikorkeakoulun sähköiset ystävät 14.2.2007. Ammattikorkeakoulututkimuksen verkkolehti, Kever, 2. [online]
<http://www.piramk.fi/kever/kever.nsf>.
- Salo, K. & Drake, M. 2008. Tiedostoviestintä. Ammattikorkeakoulututkimuksen verkkolehti, Kever, 1. [online]
<http://ojs.seamk.fi/index.php/kever/article/viewFile/131/230>
- Salo, K., Zimmerbauer, K. & Suutari, T. (2005). Eteläpohjalaisuus sosioemotionaalisessa sähköpostiviestinnässä. *Elore* 12, 2. Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura ry., Joensuu.
- Savinen, J. (2004). Roskaposti. Sähköisen viestinnän kasvava uhka. Joensuun yliopisto. Mediakulttuurin keskus. Mediakulttuurin julkaisuja No. 2/2004.
- Savolainen, V.-A. (1995). Huominen on tänään – yhteenveto tietoyhteiskunnasta.
- Sirkiä, T., Nurmela, J. & Mustonen, L. 2004. Verkkokauppa saanut vakioasiakkaita. Tilastokeskus. [online]
http://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_08_04_verkkokauppa.html
 [29.12.2008].
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communication. – *Management Science* 32: 1492–1512.
- Steinfeld, C. W. (1985). Dimensions of Electronic Mail Use in Organizations. – *Academy of Management Journal* 1985: 239–243.
- Steinfeld, C. W. (1986). Computer Mediated Communication in an Organizational setting: Explaining Task-Related and Socioemotional Uses. – MCLAUGHLIN, M. (ed.), *Communication Yearbook* 9. Beverley Hills, CA: Sage.
- Symantec, 2005. Sähköpostiriippuvuus pahenee Euroopassa viestimäärien kasvaessa. [online].
http://www.symantec.fi/region/fi/press/n051209_fi.htm!. [20.3.2006].
- Taylor, A. S. & Harper, R. (2002). Age-old practices in the 'New World': A study of gift-giving between teenage mobile phone users. Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves. Minneapolis, Minnesota, USA. SESSION: Group Spaces. p. 439 – 446.
- Turkki, T. (2005). Kahdeksan pilven takaa. Japanin murros ja uusi nousu. Waseda University. Sitra. Kiinan ja Japanin yhteiskunnalliset murrokset ja tulevaisuuden haasteet -tilaisuus. Helsinki 8.6.2005. [online].
 <<http://212.213.47.160/live2/sitra/rake/>> [28.11.2005.].
- Viestintävirasto, CERT-FI Ohje 3/2003. Roskapostituksen aiheuttamat ongelmat. [online]. <<http://www.ficora.fi/suomi/tietoturva/ohjeet/ohje-2003-03.htm>> [24.10.2005.].
- Virtanen, L. (1994). Punatukkaiset ovat intohimoisia. Arjen uskomuksia. Helsinki: WSOY.
- Virtanen, L. (2003). Where Does the Vitality of Everyday Beliefs Come from? - Lotte Tarkka (ed.), *Dynamics of Tradition. Perspectives on Oral Poetry and Folk Belief*. Studia Fennica Folkloristica 13. Helsinki: SKS/FLS, 314-328.
- Vähämäki, J. (2004). Kuhnurien kerho. Vanhan työn paheista uuden hyveiksi. Helsinki: Tutkijaliitto.

- Wallin, A.-R. (2004). Henkilötietolaki ja muu informaatio-oikeudellinen sääntely. Tietoyhteiskunnan pelisäännöt ja yksityisyys -seminaari, 20.-21.1.2004, Helsinki, Säätytalo.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Wellman, B. (1997). An Electronic Group is Virtually a Social Network. Teoksessa S. Kiesler (toim.), *Culture of the Internet*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, 179-205.
- Wellman, B. (2001). Computer Networks As Social Networks. *Science* 293(14): 2031-2034.
- Whittaker, S., Bellotti, V. & Moody, P. (2005). Introduction to this Special Issue on Revisiting and Reinventing Email. – Special Issue of *Human-Computer Interaction* 2005: 1-2.