

# TUTKIMUS SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTÖSTÄ KIRKON NUORISOTYÖSSÄ

Petteri Rantamäki  
Opinnäytetyö, syksy 2015  
Diakonia ammattikorkeakoulu  
Sosiaalialan koulutusohjelma  
Kristillinen lapsi- ja nuorisotyön  
suuntautumisvaihtoehto  
Sosionomi (AMK) + kirkon nuor-  
isotyönohjaajan virkakelpoi-  
suus

## TIIVISTELMÄ

Rantamäki, Petteri. Tutkimus sosiaalisen median käytöstä kirkon nuorisotyössä. Kauniainen, syksy 2015, 82 s. 2 liitettä. Diakonia-ammattikorkeakoulu, Sosiaalialan koulutusohjelma, Kristillisen lapsi- ja nuorisotyön suuntautumisvaihtoehto, sosionomi (AMK) + kirkon nuorisotyöntekijän virkakelpoisuus.

Kyselytutkimus luotiin kartoittamaan sosiaalisen median käyttöä, siihen liittyviä asenteita ja hyödyllisyyttä Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyössä. Tavoitteena oli kehittää kyselytutkimus, joka tukisi mahdollisimman monien aiheesta kiinnostuneiden toimijoiden kehittämistyötä sekä yhteistyötä seurakuntien nuorisotyön kanssa. Opinnäytetyön tilaaja oli Medialähetys Sanansaattajat. Opinnäytetyön kyselytutkimuksen suunnittelussa tukivat Medialähetys Sanansaattajat sekä verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus Verke.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Kyselytutkimus lähetettiin kaikille Suomen evankelis-luterilaisen kirkon hiippakuntien alueille lukuun ottamatta Porvoon hiippakuntaa. Kyselyyn vastasi 233 nuorisotyöntekijää. Tilastollisten tulosten analysoinnissa käytettiin SurveyMonkey kyselytutkimustyökalua.

Tutkimustuloksista selvisi, että sosiaalista mediaa käytetään seurakunnissa monipuolisesti. Eniten sitä käytetään tiedottamiseen, mainostamiseen ja yhteydenpitoon nuorten kanssa. Myös muissa työtehtävissä sosiaalista mediaa käytetään työntekijälähtöisesti.

Tutkimustulokset vastasivat kyselytutkimuksen tavoitteisiin kiitettävästi. Tulevaisuudessa olisi hyödyllistä tehdä laadullisia jatkokyselyjä tarkasti valittuihin alueisiin, jotta tarkempia vastauksia sosiaalisen median käytöstä saataisiin.

Asiasanat: kirkon nuorisotyö, kvantitatiivinen tutkimus, lapset, nuoret, sosiaalinen media

## ABSTRACT

Rantamäki, Petteri. Research about using social media in youth work in church. 82 p., 2 appendices. Language: Finnish. Autumn 2015. Degree Programme in Social services, Option in Christian Youth Work. Degree: Bachelor of Social Services.

Questionnaire research was made to survey the usage, attitudes and benefits of social media in Evangelical Lutheran Church of Finland. Objective was to generate questionnaire survey which supports as many operators as possible, which are interested about this thesis for developing their work or collaborating with youth work in churches. Thesis subscriber was Media missionary Sanansaattajat. Media missionary Sanansaattajat and nationwide internet youth work developing center Verke helped with making of survey questions.

Quantitative Research method was used in this research. Questionnaire research was sent in all bishopric areas in Finland except to the bishopric of Porvoo. 233 youth counselors answered on this inquiry. SurveyMonkey survey making application was used to make statistical analysis.

Results shows that social media is being used diversely in parishes. Social media is mostly used to inform, advertise or connect with young people. Social media is also used on other job tasks if youth counselor is willing.

Results shows that all objectives have been mostly reached. In the future, further qualitative research would be needed to get more accurate answers.

Key words: Youth work in churches, quantitative research, children, young people, social media

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	6
2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTA .....	8
2.1 Medialähetys Sanansaattajat – Sansa .....	8
2.2 Aikaisemmat tutkimukset.....	9
2.2.1 Kohtaamista vai oikeaa tietoa: Kirkon tutkimuskeskuksen raportti....	10
2.2.2 Verkko selväksi: Opinnäytetyö .....	10
2.2.3 Internetin käyttö kunnallisessa nuorisotyössä: Verke .....	11
3 SOSIAALINEN MEDIA.....	13
3.1 Sosiaalisen median lyhyt historia .....	13
3.2 Sosiaalinen media käsitteenä .....	14
3.3 Sosiaalisen median verkkopalvelut .....	15
4 LAPSET JA NUORET .....	17
4.1 Lasten ja nuorten sosiaalinen kehittyminen.....	17
4.2 Lapset ja nuoret sosiaalisen median käyttäjinä .....	19
5 KIRKON NUORISOTYÖ .....	21
5.1 Kristillinen kasvatus.....	22
5.2 Toimintamuodot.....	23
5.3 Sosiaalinen media ja internet osana seurakuntien nuorisotyötä.....	25
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	27
6.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset .....	28
6.2 Tutkimusmenetelmä .....	28
6.3 Aineiston keruu.....	29
6.4 Tulosten esittäminen ja aineiston analysointi .....	30
7 TUTKIMUSTULOKSET .....	32
7.1 Vastaajien taustatiedot .....	32

7.2 Seurakunnat tukevat nuorisotyönohjaajien sosiaalisen median käyttöä ..	36
7.3 Mielenpito internetistä ja sosiaalisesta mediasta ikäryhmittäin .....	38
7.4 Sosiaalinen media, työväline ja työympäristö kirkon nuorisotyössä .....	40
7.4.1 Sielunhoito sosiaalisessa mediassa.....	40
7.4.2 Asenteisiin vaikuttaminen ja opettaminen sosiaalisessa mediassa ..	41
7.5 Tiedottaminen ja mainostaminen sosiaalisessa mediassa .....	44
7.6 Yhteydenpito sosiaalisen median kautta .....	47
7.7 Facebook tunnetaan parhaiten.....	50
7.8 Työntekijät kannustavat sosiaalisen median käyttöön.....	53
7.9 ”En käytä sosiaalista mediaa työssäni” .....	55
8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	57
8.1 Tutkimuksen johtopäätökset.....	57
8.2 Medialähetys Sanansaattajien mietteitä .....	58
8.3 Tutkimuksen eettisyys ja toimivuus .....	59
8.4 Oma ammatillinen kasvu .....	60
8.5 Jatkotutkimukset.....	60
LÄHTEET.....	62
LIITE 1: HIIPPAKUNTIIN LÄHETETTY SÄHKÖPOSTI .....	66
LIITE 2: KYSELYTUTKIMUS JA VASTAUKSET .....	67

## 1 JOHDANTO

Sosiaalisen median käyttö työvälineenä on ajankohtainen sekä sosiaalialan että kirkon puolen kasvatustyön ammattiteissa. Sosiaalinen media on esillä etenkin nuorten maailmassa ja sen takia työntekijöillä pitäisi olla tuntemusta ja ammattitaitoa aiheen ympäriltä. Työtehokkuuden takaamiseksi kattava sosiaalisen median tuntemus auttaa työntekijää kehittämään nykyaikaisia työskentelymetodeja työskentelynsä rinnalle.

Suomen luterilainen kirkko on huomannut sosiaalisen median tärkeyden ihmisten jokapäiväisessä arjessa. Hengellinen elämä verkossa -hanke syntyi näiden ajatusten pohjalta. Hankkeen myötä kirkko on avannut uuden oven ihmisten elämään sosiaalisen median kautta. Hankkeen aikana tehtiin kirkon sisäinen tutkimus ja järjestettiin paljon koulutusta sosiaalisen median käytöstä (Sakasti i.a.) Hanke sai alkunsa vuonna 2009 ja ajankohdan takia jatkotutkimukset ovat varmasti hyödyllisiä ja ajankohtaisia. Ennalta tehtyjen haastattelujen kautta myös kirkkohallitukselta saatiin ajatuksia tutkimuksen kehittämiseen, jotta opinnäytetyö voisi tukea kirkon verkkotyötä ja sen kehittämistä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on ensisijaisesti toimia oppimiskokemuksena ja koulutehtävänä. Tarkoituksena ei ole luoda maailman merkityksellisintä tutkimusta vaan pikemminkin tehdä tutkimus, joka tukee oppimista. Se antaa myös tulevaisuudelle eväitä kehittää ja luoda uusia tutkimuksia työelämässä. Sosiaaliseen mediaan perehtyminen tukee ammatillista osaamista ja toimii pohjana ottaessa sosiaalista mediaa metodiksi työn oheen. Keskittyminen nuorisotyönohjaajien merkitykseen nuorten elämässä tukee kouluaikana opitun teorian soveltamista käytäntöön.

Tehty tutkimus kartoittaa sosiaalisen median käyttöä, siihen liittyviä asenteita ja hyötyä Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyössä. Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena kyselynä seurakuntien nuorisotyönohjaajien parissa.

Idea tutkimukselle nousi työelämänyhteistyötaho Medialähetys Sanansaattajien eli Sansan tarpeista. Sansan nuorten aikuisten verkosto pyrkii hahmottamaan sille sopivaa työtapaa ja yhteistyökumppaneita Suomen evankelis-luterilaisen kirkon sisällä. Tästä syystä verkoston koordinaattori Mirta Martin nosti sosiaalisen median tutkimisen mahdolliseksi opinnäytetyö aiheeksi. Tutkimuksen avulla he voisivat koordinoida omaa työtään tukemaan seurakuntien nuorisotyötä paremmin.

Tarvetta tällaiselle opinnäytetyölle nousee myös monista muista tahoista. Haastattelujen perusteella myös Kirkkohallitus, Lastenkirkko ja Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus Verke pitävät kyseistä tutkimusta ajankohtaisena ja tarpeellisena. Verke lupautui tukemaan tutkimuksen tekemistä ja antamaan palautetta opinnäytetyön eri vaiheissa.

Tutkimuksen yleisen tarpeellisuuden takia tutkimuksen kohdennusta muutettiin yleispätevämmäksi. Tämän takia tutkimus ei tule siis sisältämään kysymyksiä, jotka hyödyttäisivät vain Sansan työtä. Tavoitteena on, että jokainen opinnäytetyön aiheesta kiinnostunut työtaho voisi hyötyä tutkimustuloksista.

## 2 OPINNÄYTETYÖN TAUSTA

Ollessani töissä Medialähetys Sanansaattajilla keväällä 2014 kysyin nuorten aikuisten verkoston koordinaattorilta heidän mahdollisesta tarpeesta opinnäytetyölle. Koordinaattori Mirta Martin kertoi, että häntä on kiinnostanut kartoittaa kirkon nuorisotyönohjaajien sosiaalisen median käyttöä jo pitkään. Hänellä oli tarkoitus tehdä jonkinlaista tutkimusta syksyllä 2014, mutta keskustelussa päädyimme siihen ratkaisuun, että minä tekisin heille tuon tutkimuksen opinnäytetyönä keväällä 2015.

Sosiaalista mediaa ja siihen liittyviä tutkimuksia tarkastellessani tajusin, että olisi sääli, jos tutkimus tukisi vain Sansan työtä. Käydessäni keskustelua muiden toimijoiden kuten Verken ja Kirkon tutkimuskeskuksen kanssa sain ajatuksen tutkimuksesta, joka hyödyttäisi monia toimijoita, jotka ovat kiinnostuneita tietämään miten sosiaalista mediaa käytetään kirkon nuorisotyötä. Kävin keskustelun Sansan työntekijöiden kanssa ja tulimme yhteisymmärrykseen siitä, että tutkimuksen tulisi olla hyödyllinen myös muille toimijoille.

### 2.1 Medialähetys Sanansaattajat – Sansa

Medialähetys Sanansaattajat eli Sansa on yksi Suomen evankelis-luterilaisen kirkon lähetysjärjestöistä. Tämän aseman Sansa sai vuonna 1994. Sähköiseen viestintään erikoistunut järjestö on keskittynyt sellaisille alueille, joille niin sanottu perinteinen lähetystyö ei ulotu. Sansa perustettiin vuonna 1973 Hyvinkäällä. (Medialähetys Sanansaattajat - Sansa 2015a.)

Sansan alkuvaiheissa tavoitteena oli viedä kristillistä sanomaa radion välityksellä niille, jotka eivät sitä muuten pystyneet kuulemaan. Nykyään Sansa kustantaa kristillisiä radio-ohjelmia Aasiaan, Afrikkaan ja Eurooppaan noin 40 kielellä. Radio-ohjelmien lisäksi Sansa tukee arabian-, turkin- ja farsinkielistä televisiotyötä SAT-7:n kautta ja hindinkielistä televisiotyötä yhteistyössä TWR-Intian kanssa.



Sosiaalisen median ja mobiilisovellusten hyöty on myös otettu käyttöön Sansan työssä. (Medialähetys Sanansaattajat - Sansa 2015a.)

Sansan kotimaantyon uusimpana tulokkaana on nuorten aikuisten verkosto. Verkosto on ryhmä, johon kuulumalla voi olla mukana tekemässä ja kokemassa medialähetyksen maailmaa. Verkostossa on mahdollista päästä kokeilemaan erilaisien medioiden käyttöä kuten: videokuvaamista, valokuvaamista, nauhoittamista ja editointia. Nuoren aikuisen on myös mahdollista olla mukana nuorten aikuisten tiimiä, jonka tarkoituksena on ideoida ja kehittää verkoston työtä. (Medialähetys Sanansaattajat - Sansa 2015b.)

Sansa nimitti mediakehitysjohtaja Ilkka Kastepohjan toimimaan opinnäytetyön ohjaajana Sansan puolelta ja toiseksi vaikuttavaksi työntekijäksi tiimiin tuli Mirta Martin. Lokakuussa Martin jäi pois tehtävistään Sansassa, ja minä aloitin hänen tilallaan mediakoordinaattorin tehtävissä. Estääkseni omien mielipiteitteni nousemisen liian suureen rooliin, kyselin mielipiteitä tutkimuksen hyödyistä suuremmalta joukolta Sansan työntekijöitä.

## 2.2 Aikaisemmat tutkimukset

Kirkon sisäistä verkkonuorisotyötä on tutkittu vasta vähän. Hengellinen elämä verkossa -hankeen jälkipuintina tehty kohtaamista vai oikeaa tietoa on yksi ainoista kirkon tutkimuskeskuksen sosiaalisen median tutkimuksista. Sen lisäksi löytyi yksi opinnäytetyö, joka tutkii kirkon nuorisotyönohjaajien käsityksiä ja kokemuksia verkkonuorisotyössä. Kunnallisen verkkonuorisotyön puolella tutkimuksia on tehty enemmän ja yksi suurimmista vaikuttajista on Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus.

### 2.2.1 Kohtaamista vai oikeaa tietoa: Kirkon tutkimuskeskuksen raportti

Keväällä 2012 tehty kysely kartoittaa seurakuntien verkkotyön organisointia ja nykytodellisuutta sekä kirkon työntekijöiden osaamista ja asenteita sosiaalisessa mediassa tehtävää työtä kohtaan. Hengellinen elämä verkossa -hankkeen ja kirkon tutkimuskeskuksen yhteinen hanke syntyi tarpeesta tutkia Hengellinen elämä verkossa -hankkeen tavoitteiden toteutumista seurakunnissa. (Hintsala & Ketola 2012, 3–5.)

Sähköinen kysely tehtiin Surveypal-nimistä kyselyjärjestelmää käyttäen. Se lähetettiin neljännekselle seurakuntien työntekijöistä satunnaisotantaa käyttäen. 3 930 työntekijästä 23,3 % vastasi kyselyyn määräaikaan mennessä. Vastaamisaktiivisuutta lisättiin mahdollisuudella voittaa 50 euron arvoinen lahjakortti Globe Hope ja S-ryhmään. (Hintsala & Ketola 2012, 6.)

Kyselyn mukaan yli neljäsosa vastaajista tekee työtä sosiaalisessa mediassa joko sovitusti tai vapaa-ajalla. Verkkotyön selkeä keskus on Facebook. Sitä käytetään sekä työntekijöiden keskinäiseen kanssakäymiseen, että työntekijöiden ja seurakuntalaisten väliseen vuorovaikutukseen. Haasteina sosiaalisen median käytössä nähdään johtajuus. Työntekijät toivovat verkkotyön rakenteiden selkeyttämistä, erotettua työaikaa ja välineitä verkkotyön tekemiseen. (Hintsala & Ketola 2012, 12–44)

### 2.2.2 Verkko selväksi: Opinnäytetyö

Tehdessään nuorisotyötä Mika Ahjosaari huomasi, että tutkimustietoa kirkon verkkonuorisotyöstä ei juurikaan ole tarjolla. Hänen mielestään verkkonuorisotyö on olennainen osa tämän päivän nuorisotyöstä ja lähti tutkimaan verkkonuorisotyötä Espoon ja Helsingin hiippakuntien alueilla. Opinnäytetyö sijoittuu syksyille 2010, jolloin hengellinen elämä verkossa -hanke oli vasta alussa. (Ahjosaari 2010, 6–8.)

Tutkimuksen tavoitteena on hakea vastausta kysymykseen: millaista on kirkon verkkonuorisotyö ja millä keinoin sitä tehdään? Tutkimuksen aineisto on kerätty kyselytutkimuksella. Kohteena ovat seurakuntien nuorisotyötä tekevät henkilöt Espoon ja Helsingin hiippakuntien alueella. Tutkimuksessa käytetyt alustat ovat Microsoft Excel -taulukkolaskenta ja SPSS-tilastoanalyysiohjelmat. Tutkimusmenetelmänä tutkimuksessa on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. (Ahjosaari 2010, 41–46.)

Tutkimuksen mukaan verkkonuorisotyötä aktiivisimmin tekivät ne, joilla verkonkäyttö on suurta myös vapaa-ajalla. Toisena huomiona on se, että verkkonuorisotyöhön suhtaudutaan myönteisesti ja että se nähdään jo olemassa olevana työmuotona. Vastauksista on myös nähtävissä ajatus verkon olevan uusi toimintaympäristö kohdata nuoria. Tutkimuksen ajankohta paljastaa myös sen, että Hengellinen Elämä Verkossa -hanke on tehnyt hyvää työtä. (Ahjosaari 2010, 91–94.)

### 2.2.3 Internetin käyttö kunnallisessa nuorisotyössä: Verke

Verke – Verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus toteutti tutkimuksen keväällä 2013. Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa sitä, miten internetiä käytetään nuorille suunnatussa työssä ja millaisia osaamis- ja resurssitarpeita internetissä tehtävään työhön liittyy. (Hyyry 2013, 2.)

Kyselyn kohderyhmänä olivat kaikki kuntien nuorisotyöntekijät, jotka tekevät työtä nuorten parissa. Kysely lähetettiin 2 100 työntekijälle, jokaiseen Suomen 320 kuntaan. Kysely toteutettiin Webropol-kyselynä ja vastauksia saatiin 888 kappaletta. (Hyyry 2013, 2.)

Tutkimuksen mukaan kuntien nuorisotyöntekijät suhtautuvat pääosin myönteisesti internetin hyödyntämiseen työssään. Eniten sitä käytetään tiedottamisessa, markkinoimisessa ja yhteydenpidossa nuoriin. Lähes kaikki vastaajista sanoivat

käyttävänsä internetiä nuorisotyössä ja eniten käytetään Facebook yhteisöpalvelua. Valtaosa vastaajista haluaisi kehittää omaa internetin käyttöön liittyvää ammatillista osaamista ja hyödyntää internetiä paremmin työssään. Palautteiden perusteella kysely koettiin hyvä ja tarpeellisena työkaluna nuorisotyöllisen toiminnan kehittämiseksi laajentamiseksi. (Hyry 2013, 19.)

Verke teki samanlaisen tutkimuksen myös keväällä 2015. Verken suunnittelijan Heikki Lauhan kanssa on sovittu yhteistyöstä tämän tutkimuksen ja heidän tulevan tutkimuksen kanssa. Kysymysten teko vaiheessa vaihdettiin ajatuksia ja annettiin palautetta.

### 3 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalisen median ja koulutusteknologian asiantuntija Harto Pönkän (2014, 8) mukaan sosiaalisen median käytöstä on vähitellen tullut merkittävä kansalais-taito. Nykypäivän ihmisen pitää hallita ja tuntea erilaisia sosiaalisen median palveluita pystyäkseen seuraamaan ja osallistumaan ajankohtaiseen keskusteluun. Yhteiskunnan rakenteet ovat muuttuneet ja suureksi vaikuttamisen keinoksi ovat muodostuneet erilaiset blogit, keskustelufoorumit ja yhteisöpalvelut kuten Facebook ja Twitter.

Nykyaikaisen tutkimuksen mukaan noin neljäsosa maailman ihmisistä käyttää sosiaalista mediaa (Statista 2014). Ollakseen globaalisti vaikutusvaltainen ja tunnettu täytyy sekä yksittäisten ihmisten että isompien yhteisöjen olla mukana sosiaalisen median maailmassa. Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan vuonna 2014 viimeisen kolmen kuukauden aikana yhtä tai useampaa yhteisöpalvelua käytti 51 % 16–89-vuotiaista suomalaisista eli noin puolet (Tilastokeskus 2014).

#### 3.1 Sosiaalisen median lyhyt historia

Mark Posterin (1995, 1. luku) mukaan ensimmäisen joukkoviestinnän kaudella mediaa ja informaation kulkua johti pieni tuottajajoukko. Yksisuuntainen informaatio kulki television, radion ja elokuvien kautta suurelle massalle ihmisiä. Asiat rupesivat kuitenkin muuttumaan, kun vuonna 1991 World Wide Web antoi jokaiselle ihmiselle mahdollisuuden julkaista omaa sisältöä uudessa sosiaalisessa ympäristössä (Pönkä 2014, 1.2 luku). Poster kutsui tätä ilmiötä toiseksi media-ajaksi, mutta nykyään tunnemme sen käsitteenä sosiaalinen media (Poster 1995, 1. luku).

2000-luku oli sosiaalisen median kehityksen kannalta merkittävä ajanjakso. Vuonna 2003 internetin käyttö yleistyi, laajakaistojen määrä tuplaantui ja blogien käyttö vakiintui myös tavallisten ihmisten parissa (Suominen 2013a, 30–37).

2004 digikamerat ja kännykkäkamerat valtasivat kuvausalan; kuvaamisesta tuli näin helpompaa ja ensimmäiset unelmoivat jo tavasta julkaista omia kuvia nopeasti ja helposti internetin välityksellä (Saarikoski 2013, 48–50). 2005 verkko palvelut alkoivat saada enemmän ja enemmän sosiaalista mediaa muistuttavia piirteitä, mutta termi sosiaalinen media ei ollut vielä yleisessä käytössä (Östman 2013, 67–87). Vuonna 2006 sosiaalisessa mediassa edelleen tunnetut palvelut, kuten YouTube, Facebook ja MySpace nousivat menestyjinä pinnalle (Suominen 2013b, 91–109). Vihdoin vuonna 2007 web 2.0:n rinnalle syntyi termi sosiaalinen media. Pitkään se tunneettiin vain puhekielessä, mutta vuosien kuluessa sen asema vakiintui. Samoihin aikoihin Facebookin asema alkoi kasvaa räjähdysmäisesti palvelun siirtyessä Yhdysvaltojen ulkopuolelle. (Suominen 2013c, 128–135.)

### 3.2 Sosiaalinen media käsitteenä

Sosiaalisen median käsitteestä ja sen merkityksestä keskusteltiin paljon 2000-luvun lopulla. Ennen Web 2.0:na tunnettu teknologia haki käsitteellistä merkitystä pitkään, koska ihmisillä oli erilaisia käsityksiä sen määritelmästä. (Erkkola 2008.)

Jussi-Pekka Erkkola (2008) kirjoitti kokonaisen gradututkimuksen sosiaalisen median käsitteestä. Erkkolan mukaan Sosiaalinen Median käsitteestä oli hyvin erilaisia tulkintoja ja hän halusi perehtyä käsitteeseen tämän takia. Lopputyön tiivistelmä avaa historiaa näin:

Sosiaalisesta mediasta on kirjoitettu viime vuosina paljon verkossa. Akateemisissa piireissä käsitteeseen ei kuitenkaan ole perehdytty kovinkaan syvästi, minkä takia sosiaalisen median käsitteen sisällöstä ei vallitse yksimielisyyttä. (Erkkola 2008.)

Käsite Web 2.0 vaihtui sosiaaliseksi mediaksi kansainvälisesti helmikuussa 2010. Aluksi sosiaalinen media määriteltiin luettelemalla erilaisia verkkopalveluita, jotka liittyvät käyttäjien väliseen vuorovaikutukseen sekä sisältöjen tuottamiseen ja jakoon. Teknologian tutkimuskeskus VTT:n tutkijoiden mukaan sosiaalisen median

sovellukset ja palvelut perustuvat kokonaan käyttäjien valtaan tuottaa sisältöä, tai heillä on siinä merkittävä rooli. (Pönkä 2014, 2.1 luku.)

Sanastokeskus TSK:n vuonna 2010 julkaiseman sosiaalisen median määritelmän vahvuus on, että se julkaistiin osana laajaa sosiaalisen median sanastoa. TSK avaa määritelmän näin:

Tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (Sanastokeskus 2010, 14).

Näiden tulkintojen pohjalta tässä tutkimuksessa sosiaalinen media määritellään seuraavasti: Sosiaalinen media tarkoittaa verkkoviestintäympäristöjä, joissa jokaisella käyttäjällä tai käyttäjäryhmällä on mahdollisuus olla aktiivinen viestijä ja sisällöntuottaja tiedon vastaanottajana olon lisäksi. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi Facebook, Twitter, YouTube, Blogger ja Wikipedia.

### 3.3 Sosiaalisen median verkkopalvelut

Sosiaalisen median käsite on julistettu useaan otteeseen kuolleeksi sillä perusteella, että sosiaalisen median elementtejä näkyy nykyään kaikilla nettisivuilla. Tämä ei pidä paikkaansa, mutta se kertoo kuinka laajalle sosiaalisen median toiminnot ovat levinneet. Sellaiset internetissä olevat palvelut, joiden ensisijainen käyttötarkoitus liittyy tai perustuu sosiaaliseen mediaan kutsutaan sosiaalisen median verkkopalveluiksi. Hyvinä esimerkkeinä palveluista jotka perustuvat keskusteluun, sisällön tuottamiseen ja jakamiseen ovat Facebook, YouTube ja Wikipedia. Esitelty määritelmä sulkee kuitenkin monet palvelut käsitteen ulkopuolelle esimerkiksi massaroolipelit ja virtuaalimaailmat. (Pönkä 2014, 2.2 luku.)

Harto Pönkä kerää jatkuvasti tietoa sosiaalisesta mediasta tilastojen, kyselytulojen ja tutkimusten kautta luodakseen ajankohtaisia katsauksia sosiaaliseen mediaan. Pönkän uusimman katsauksen mukaan suosituimpia some-palveluita

ovat Facebook 2,4 milj., Youtube 2,0 milj. ja WhatsApp 1,6 milj. Näiden jälkeen tulevat mm. Wikipedia, Skype, Instagram, Google+, Twitter, LinkedIn, Google Drive ja Suomi24. Pönkän mukaan nuoret hakeutuvat erityisesti uusien palveluiden pariin. Nuorten TOP 6 some-palvelut ovat järjestyksessä Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Kik ja Snapchat. Nuorilla WhatsApp on kaikista suosituin kännykkäsovellus. Pönkän tärkeä huomio on, että blogit ovat heräämässä uudelleen eloon. Suomen luetuimmat blogit ovat nuorten lifestyle-blogeja. Tilastojen mukaan Facebookin käyttö on laskussa nuorten kohdalla, vaikka se onkin edelleen käytetyin. (Pönkä 2015.)



## 4 LAPSET JA NUORET

Kirkon nuorisotyönohjaaja työskentelee kouluikäisten tyttöjen ja poikien, nuorten ja nuortenaikuisten parissa (Ev.lut. kirkko i.a.). Tämän takia tutkimus keskittyy kirkon nuorisotyön asiakkaisiin eli 7–14-vuotiaisiin lapsiin sekä 15+ nuoriin ja nuoriin aikuisiin. Kirkon nuorisotyönohjaajan alaisuudessa toimivien lasten ikäjakama määrittyy tytöt ja pojat seurakuntalaisina -kehitysasiakirjan mukaan (Takamaa ym. 2012, 4). Nuorten ja nuorten aikuisten ikäjakamaa seurakuntatyössä ei virallisesti mainita.

Kirkon määrittämä ikäjakama 7–14-vuotiaista lapsista ei ole kaukana yleisesti käytössä olevasta ikäryhmä määritelmästä. Virallista kantaa varhaislapsuuden ja nuoruuden vuosista ei varsinaisesti ole, mutta erinäiset toimijat käsittävät sen lähes samankaltaisesti. Jari-Erik Nurmen ja hänen työtovereidensa (2014, 77, 178) mukaan kehityspsykologinen tutkimus kertoo lapsen olevan keskilapsuuden kohdalla noin 6–12-vuotiaana. Nuoruuden ikävaihe on puolestaan noin 13–20-vuotiaana.

### 4.1 Lasten ja nuorten sosiaalinen kehittyminen

Sosiaaliset tilanteet ovat osana lapsen kehitystä jo varhaislapsuudessa. Kolmen ja kuuden ikävuoden välissä lapsen sosiaalinen kompetenssi laajenee ja monipuolistuu. Iän myötä lapsi oppii paremmin hahmottamaan ihmiset ympärillään ja erottamaan itsensä heistä. Kielitaidon kehittyminen mahdollistaa myös uuden sosiaalisen kanssakäymisen muiden lasten ja vanhempien kanssa. Ilman sosiaalisia kokemuksia lapsen itsesäätely ja tunnetaidot, sosiokognitiiviset taidot, sosiaaliset taidot sekä kiintymyssuhteet ja osallisuus eivät pääsisi koskaan kehittymään normaalisti. (Nurmi ym. 2014, 61–64.)

Keskilapsuudessa tunne-elämän kehitys rikastuttaa nuoren elämää. Tunteet saavat vaikuttavan roolin suhteissa muihin ihmisiin ja toimivat eräänlaisen onnellisuuden mittarina. Mukaan astuu myös tunteiden säätely ja aggressiot. Koulun alkaessa etenkin kaverien merkitys lisääntyy ja lapsi alkaa kaivata erityisesti ikätoveriensa seuraa. Kavereidensa parissa hän omaksuu sukupuolelle tyypillistä käyttäytymistä ja hänen sosiaaliset taitonsa kehittyvät. Kokemukset kavereiden seurassa saavat roolin lapsen identiteetin muovautumisessa. Vanhemmat ovat yhä suurimmassa roolissa lapsen sosiaalisessa elämässä, mutta nyt kavereidenkin mielipiteillä on väliä. (Nurmi ym. 2014, 115–124.)

Nuoruudessa perhe pysyy tärkeänä osana nuoren elämään, mutta samaan aikaan nuori alkaa irtautumaan perheestään. Hän alkaa viettämään enemmän aikaa samanikäisten ystävien ja kavereiden seurassa. Erilaisia ryhmiä muodostuu nuoren ympärille ja ne alkavat vaikuttamaan yhä enemmän nuoren elämään. Eräänlainen sosiaalinen ryhmien verkosto, jota ohjaa erilaiset mielenkiinnon kohteet ja ympäristöt. (Nurmi ym. 2014, 163–168.)

Aalberg ja Siimes (2007) korostavat ikätovereiden merkitystä nuoren irtautuessa vanhemmistaan. Nuoren ja vanhempien välillä olevan suhteen muuttuessa hän täyttää ihmissuhdetyhjiön kavereilla. Ikätoverit alkavat korvata vanhempia ja ovat vahvasti mukana nuoren minuuden kasvamisessa. Nuoren on vaikea olla kahdenkeskisissä suhteissa ja sen takia hän hakeutuu ryhmään. Ryhmässä nuori pääsee kokeilemaan omia rajojaan ja ilmaisemaan itseään uudella tavalla. Ryhmäympäristössä on normaalia, että pikkuhiljaa nuori luopuu omasta yksilöllisyydestään ja hyväksyy muiden ryhmän jäsenten kanssa jaetun identiteetin. (Aalberg & Siimes 2007, 71–73.)

## 4.2 Lapset ja nuoret sosiaalisen median käyttäjinä

Tarkastellessa nuoria yhteisöpalveluiden käyttäjinä, tilastokeskuksen mukaan vuonna 2014 viimeisen kolmen kuukauden aikana yhtä tai useampaa yhteisöpalvelua käytti 93 % 16–24-vuotiaista suomalaisista (Tilastokeskus 2014). Tämä tulos viittaa sosiaalisen median tärkeään rooliin nuorten elämässä.

Pelit ja internet ovat suuressa roolissa lasten ja nuorten vapaa-aikaa. Tätä kautta myös sosiaalisen median palvelut ovat arkipäivää nykylapsille, jotka ovat syntyneet tietotekniikan keskelle. Ala-asteikäiselle pelit ja internetin selailu ovat sosiaalisen mediaa tärkeämmässä roolissa, mutta käytön määrä kasvaa nuoren oman iän kasvaessa. Internetin valtakaudella on myös omat riskinsä ja erityisesti nuoret voivat tulla riippuvaisiksi internetin loputtomasta maailmasta. (Nurmi ym. 2014, 129–132.)

Suomalaisten nuorten internetin käyttöä on tutkittu paljon. Verke - Verkkonuorisotyön valtakunnallisen kehittämiskeskuksen verkkosivuilta löytyy useita linkkejä erilaisiin tutkimuksiin (Lauha 2013). Yhtenä esimerkkinä on Myllyniemen ja Bergin (2013, 24–27) nuorten vapaa-aikatutkimus, joka kertoo nuorten pitävän yhteyttä ystäviinsä netin kautta. Tutkimuksen mukaan erityisesti ikävuosina 15–19 noin 80 % nuorista pitää yhteyttä toisiinsa päivittäin netin välityksellä.

Yhdeksi merkittäväksi tutkimukseksi nuorten internetin käytöstä on noussut alkuvuonna 2013 tehty suomalaisten nuorten ja nuorten aikuisten sosiaalisen median käytön kyselytutkimus. Tutkimuksen toteuttajana on toiminut oululainen sosiaaliseen mediaan keskittynyt ebrand Suomi Oy ja se tehtiin Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden tilaamana. Tutkimuksen mukaan 18,3-vuotias keski-vertonuori käyttää sosiaalisen median palveluita noin 14–18 tuntia viikossa. Usealle nuorelle sosiaalisen median palvelut rikastavat reaalielämän sosiaalista viestintää. Suosituimpia palveluita ovat Facebook, YouTube, IRC-Galleria, Blogger, Twitter ja Instagram. Nuorista 75 % käyttää sosiaalisen median palveluita älypuhelimella. Sosiaalisissa palveluissa nuoret esimerkiksi lukevat ja katselevat sisäl-

töjä, lukevat mitä tutut tekevät, tuottavat tekstipohjaista sisältöä, käyvät reaaliaikaista keskustelua, jakavat erilaisia sisältöjä eteenpäin ja tutustuvat uusiin ihmisiin. Tutkimuksen perusteella nuorten kanssa toimivien yhteisöjen ja organisaatioiden tulisi ehdottomasti olla läsnä sosiaalisen median palveluissa. (Ebrand Suomi Oy 2013)

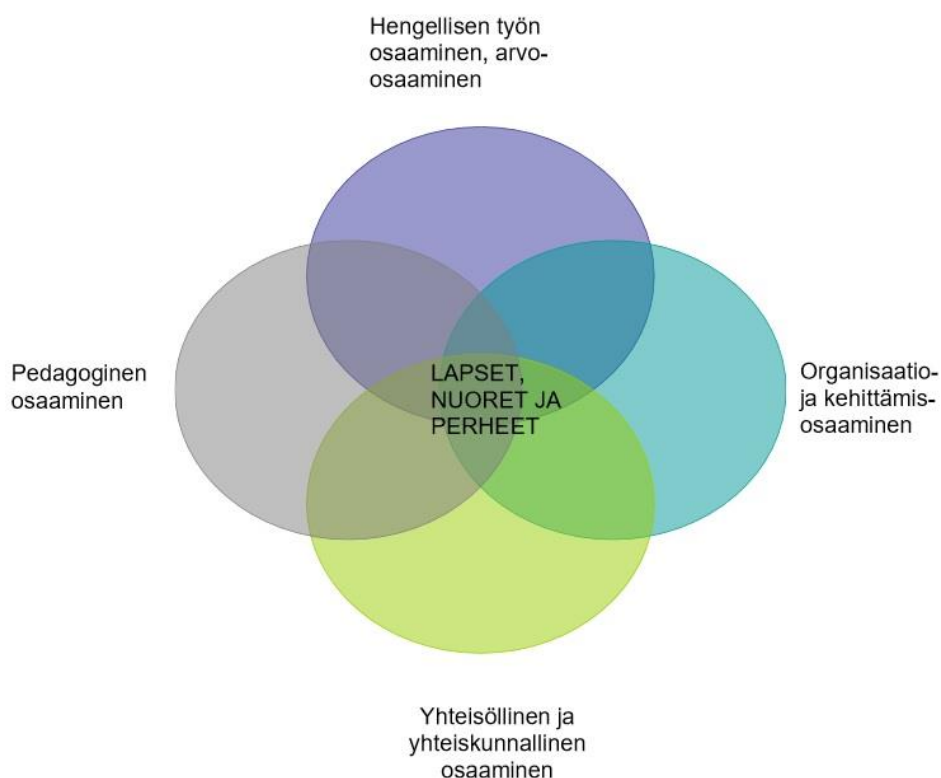
## 5 KIRKON NUORISOTYÖ

Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kasvatuksen linjauksessa todetaan kirkon neljä päätehtävää: kasvatustyö, julistus lähetys ja palvelut. Seurakunnissa lasten ja nuorten parissa tehtävä työ kuuluu lähinnä kristillisen kasvun tukemiseen. Parhaimmillaan seurakunta voi tarjota nuorelle turvallisen kasvuympäristön, jossa hän voi tulla kohdatuksi ja tuntea itsensä ehdoitta hyväksytyksi. Puhuttaessa nuoren kasvusta ei se saa nuorisotyössä jäädä vain hengelliselle tasolle, vaan sen pitää tukea nuoren kasvua omaksi itsekseen – Ihmiseksi, joksi Jumala on hänet syntymästään luonut. (Tähkää ym. 2012, 12–14.)

Ev.lut. Kirkko avaa nuorisotyönohjaajan ydinosaamista näin:

Nuorisotyönohjaajan työ liittyy laaja-alaisesti lasten, nuorten ja perheiden elämään. Heitä rohkaistaan kasvamaan kristillisessä uskossa, osallistumaan ja vaikuttamaan seurakunnan elämään sekä löytämään paikkansa seurakunnan yhteydessä ja kristittyinä maailmassa. Lapsi- ja nuorisotyöllä on sekä yksilöllisiä että yhteisöllisiä tavoitteita ja sitä tehdään yhteistyössä kotien kanssa. Työssä on kansainvälinen ja monikulttuurinen sekä kestävä kehityksen ulottuvuus. Nuorisotyötä tehdään myös netissä tarjoamalla lapsille ja nuorille osallistumisen, verkkokeskustelun ja -tuen sekä sisällöntuottamisen mahdollisuuksia. (Sakasti 2010, 1.)

Kuviossa 1 näkyy kuinka nuorisotyönohjaajan ydinosaamiseen kuuluu hengellisen ja pedagogisen työn osaamisen lisäksi organisaatio- ja kehittämisosaaminen sekä yhteisöllinen ja yhteiskunnallinen osaaminen. Työ ei siis pyöri ainoastaan hengellisten asioiden ympärillä, vaan nuorisotyönohjaajalla tulee olla taitoa ja kykyä nähdä työn muut kokonaisuudet. Osaamiseen kuuluu työn organisointi ja kehittäminen sekä ymmärrys työn prosesseista ja kokonaiskuvasta. Hänellä tulee olla myös tuntemusta kulttuurista ja perinteistä sekä monikulttuurisista elementeistä. Hengellisyys on aina osa laajempaa elämän kokonaisuutta ja se näkyy myös nuorisotyössä. (Sakasti 2010, 3–4.)



KUVIO 1. Kirkon nuorisotyöohjaajan ydinosamisalueet (Sakasti 2010, 2)

### 5.1 Kristillinen kasvatus

Kristillisessä kasvatuksessa ei ole mitään varsinaista kristillistä didaktiikkaa tai pedagogiikkaa. Oppiminen ja ymmärtäminen perustuvat normaaliin pedagogiikkaan, mutta saavat erityisluonteen, kun niihin sisältyy opetus kristillisestä ihmis-käsityksestä. Tähän kuuluu tietoisuus Jumalan rakkaudesta kaikkia ihmisiä kohtaan ja sen synnyttämästä vastarakkaudesta ihmisten sydämissä. (Räsänen 2008, 287–292.)

Pedagogiikka kristillisessä kasvatuksessa toimii lasten ja nuorten kehitysasteiden mukaan. Tästä syystä opettamiseen ja toiminnan nuorisotyössä pitää seurata ihmisen fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista kehittymistä. Tyttöjen ja poikien eroista ei puhuta paljoa kristillisessä kasvatuksessa, mutta ne huomioidaan kasvatuksellisisa aspekteissa. Kristillinen kasvatus ei voi määrittyä vain yhden sukupuolen

tai ihmistyyppin perusteella, vaan sen täytyy hakea muotonsa lasten moninaisuudesta ottaen huomioon erilaiset oppijat ja toimijat. (Räsänen 2008, 293–300.)

Arto Köykkä (2005, 22–24) avaa nuorisotyön teologiaa puhumalla yhteisestä matkasta ja opetuslapsen roolin ottamisesta. Köykan mukaan nuorisotyön tarkoituksena ei ole puhua vain uskosta ja hetkellisestä kääntymyksestä, vaan koko uskon elämästä. Tarkoituksena on, että nuorisotyö kulkisi nuoren rinnalla useita vuosia ja eläisi kristillistä elämää todeksi nuoren kanssa.

Kulkiessa nuoren kanssa ei vain kävellä eteenpäin vaan matkalla jutellaan ja jaetaan asioita. Rakkaus, Jumala ja kuolema ovat tärkeitä asioita, joista tällä matkalla tulisi erityisesti puhua. Näistä asioista maailmalla on paljon kerrottavaa, mutta seurakunnan nuorisotyönohjaajan hartioille jää kristillisen näkemyksen kertominen. (Köykkä 2005, 29–33.)

Opettamisen ja vierellä kulkemisen lisäksi hengelliseen nuorisotyöhön kuuluu myös nuorten johdattaminen hengellisten ulottuvuuksien äärelle. Nuorilla on vaarana jäädä omaksi linnakkeeksi seurakunnan sisälle, ellei nuorisotyössä keskitytä yhteisen seurakunnan rakentamiseen. Nuorisotyön pitäisi auttaa nuoria löytämään tie esimerkiksi jumalanpalvelukseen ja löytämään oma paikkansa sieltä. (Tähkää ym. 2012, 14–15.)

## 5.2 Toimintamuodot

Seurakunnan nuorisotyö sai ensimmäiset muotonsa vuonna 1930, kun Suomen ensimmäinen nuorisopastori Heimer Virkkunen aloitti tehtävänsä. 1930-luvulla nuorten parissa tehtävä nuorisotyö alkoi vakiinnuttaa paikkaansa kirkon sisällä. Nuorisotyö muodostui rippikoulun oheiseksi toiminnaksi ja se oli pitkälti pappien työtä. 1950-luvulla seurakunnissa koettiin suurta tarvetta nuorisotyön tehostamiseen ja vuonna 1949 nuoriso-ohjaajien koulutus käynnistettiin Järvenpään Seurakuntaopistolla. Koulutus oli aluksi vain vuoden mittainen ja sen takia vuonna

1951 nuorisotyöntekijöitä oli jo 127 seurakunnassa. (Kallinen & Huttunen 2005, 298–302.)

Seurakuntien nuorisotyöstä muodostui entistä tavoitteellisempaa toimintaa 1980-luvulla. Kivijalan muodosti rippukoulu ja sitä tukeva isoskoulutus. Näiden lisäksi kokoavaa toimintaa olivat nuortenillat, raamattu-, rukous- ja keskustelupiirit sekä retket ja leirit. Gospelmusiikin rinnalle alkoi myös kehittymään kristillisen nuorisokulttuurin ilmentymiä Suomen kirkossa. (Kallinen & Huttunen 2005, 305–306.)

Rippikoulu ja isostoiminta ovat vielä tänäkin päivänä pitäneet paikkansa nuorisotyön peruspilareina. Rippikouluun osallistuminen ei ole kuitenkaan enää itsestään selvää, koska hengellisyydellä ei ole niin suurta merkitystä nuorten elämässä. Epävarmuudesta huolimatta rippikoulun maine pysyy hyvänä, mutta sitoutuminen muuhun toimintaan on laskussa. (Tähkää ym. 2012, 20–23.)

Etsivä nuorisotyö on saanut paikkansa kirkon diakonisena perustehtävänä. Kristilliseen rakkauteen perustuvan avunantamisen tavoitteena on kohdata lapsia ja nuoria, joiden hätä on suuri ja joita ei kohdata muun nuorisotyön kautta. Etsivän nuorisotyön yksi muoto on esimerkiksi saapastyö, jossa kohdataan syrjäytymisvaarassa olevia tai jo syrjäytyneitä lapsia ja nuoria. (Tähkää ym. 2012, 34.)

Vapaaehtoisuus on yksi seurakunnan nuorisotyön voimavara. Hyötyjinä tässä työssä ovat kaikki vapaaehtoiset ja heidän työnsä kohteet. Isostoiminta on nuorisotyön merkittävin tapa mahdollistaa nuorten aktivoitumista, mutta sen rinnalle on syntynyt paljon muutakin toimintaa. Parhaillaan vapaaehtoisuus tukee nuoren omaa kehitystä ja antaa heille kokemuksen yhteisöstä, jossa heitä tarvitaan ja heidän työllään on merkitystä. (Tähkää ym. 2012, 39–41.)

Tyttö- ja poikatyön puolella toiminta keskittyy erityisesti kerhojen, leirien, partion ja kouluyhteistyön muotoihin. Sen laajuutta ja merkitystä tunnetaan heikosti, vaikka puhutaankin seurakunnan yhdestä laajimmasta työmuodosta. Työmuodon kristillinen kasvatus saa ympärilleen nuorten värikkään elämän ja on näin lähellä lapsia ja perheitä. (Takamaa ym. 2012, 4–15.)



### 5.3 Sosiaalinen media ja internet osana seurakuntien nuorisotyötä

2000-luvun loppupuolella seurakunnissa käynnistyi keskustelu internetin käytöstä työvälineenä. Uuden kehityksen suuntaa perusteltiin sillä, että ihmiset ovat jo verkossa ja kirkon pitäisi näkyä ja toimia myös siellä. Meidän kirkko 2015 -strategiasta nousevien tavoitteiden kautta Hengellinen elämä verkossa -hanke lähti liikkeelle vuonna 2009. Hankeen tavoitteeksi nousi kirkon työntekijöiden kouluttaminen sosiaalisen median käyttäjinä, erilaisten palvelukokonaisuuksien kehittäminen, yhteisten pelisääntöjen luominen ja verkkotyön käsitteellistäminen. (Sakasti i.a.)

Hankkeen myötä verkkonuorisotyö sai pysyvän paikan osana seurakuntien nuorisotyötä. Verkkonuorisotyötä tehdessä on tärkeä muistaa sen merkitys nuorten elämässä. Se ei ole vain virtuaalinen maailma, vaan normaalin toimintaympäristön laajennus missä keskustellaan, tutustutaan, muodostetaan ryhmiä, sovitaan tapaamisia ja tehdään kaikkea, mikä kuuluu muutenkin elämään. Nuorisotyönohjaajalta vaaditaan sopeutumista tähän nuorisokulttuuriin ja sen ilmiöihin. (Tähkäpää ym. 2012, 27–29.)

Ilman sosiaalisen median hyödyntämistä nuorisotyö menettäisi suuren kosketuspinnan nuorten elämään. Sosiaalisen median ja muiden verkkopalveluiden tunteminen ja osaaminen onkin otettu osaksi pätevyyteen johtavaa opintosuunnitelmaa E-osaaminen-kurssin muodossa Diakonia-ammattikorkeakoulussa (Diakonia-ammattikorkeakoulu 2015, 13).

Sosiaalinen media tuo kirkon nuorisotyölle myös erilaisia haasteita. Uutta ympäristöä, jossa kaikki sisältö syntyy käyttäjistä käsin, ei pysty hallitsemaan samalla tavalla kuin nuortenilta. Valvonnasta, kontrollista ja julistamisesta on pakko siirtyä rinnalla kulkemiseen. Sosiaalinen media ei ole enää vain väline kohdata nuoria, vaan se on merkittävä osa elämäntodellisuutta. Se toimii omanlaisena tilana kohdata nuoria nuorteniltojen ja leirien tavoin. (Hintsala 2011, 68.)

Sosiaalisen median työstä on muodostunut osa seurakuntien nuorisotyötä, mutta sen lisäksi se on avannut myös täysin uusia toimintamuotoja ja työpaikkoja. Yhtenä esimerkkinä tällaisesta työmuodosta on IRC-Galleriassa toimiva virtuaalinen nuortenilta Church@. Chatissa on mahdollista keskustella kirkon työntekijöiden ja muiden nuorten kanssa yhteisestä uskosta, elämästä, kirkosta ja muista nuoren elämään liittyvistä asioista. Chatissa tehtävä työ on verkkoauttamista, nuorisotyötä ja sielunhoitoa. (Hintsala 2011, 67–69.)

Hengellinen elämä verkossa -hankeen myötä merkittävänä työmuotona nousi myös virtuaalinen lastenkirkko. Interaktiivisella pelisivustolle on rekisteröitynyt noin 33 000 käyttäjää. Sivustolle rekisteröitynyt käyttäjä luo itselleen oman hahmon ja pääsee sivustolla tutustumaan itsenäisesti kristinuskoon, katsomaan videoita, kuuntelemaan musiikkia, pelaamaan pelejä, tapaamaan ystäviä ja viettämään aikaa erilaisissa mielenkiintoisissa tiloissa. Lastenkirkon aikuiset ovat koulutettuja lapsi- ja nuorisotyöntekijöitä, jotka ovat mukana virtuaalisella alustalla aikuishahmoina. Heillä on myös käytössään vapaammat vuorovaikutuksen työkalut. (Harju 2011, 81.)

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimus laadittiin yhteistyössä Sansan ja Verken kanssa. Kyselypohjan kirjoitettiin Google Docs -tekstinkäsittelypalveluun ja lähetettiin yhteistyötahoille arvioitavaksi ja täydennettäväksi. Tarkka arviointi ja muokkaaminen tehtiin opinnäytetyön validiuden varmistamiseksi. Lisäysten jälkeen opinnäytetyöstä vastaava lehtori hyväksyi kyselytutkimuksen ja se muokattiin SurveyMonkey alustalle sopivaksi.

Tutkimuksessa on monia kysymyksiä, joilla ei ole varsinaista merkityksellistä funktiota tämän opinnäytetyön kannalta. Ensimmäiset viisi kysymystä toimivat pääsääntöisesti suodattimina, joita Sansa voi hyödyntää tulevaisuudessa. Esimerkiksi kolmatta kysymystä: Työskentelyhiippakuntasi, voi käyttää syventävässä jatkotutkimuksessa, jos Sansa kehittää toimintaansa jollain valitulla hiippakunnan alueella ja haluaa keskittyä kyseisen kohderyhmän ajatuksiin. Osaa suodattimista on käytetty myös tämän tutkimuksen analysoimisessa.

Kyselytutkimus lähetettiin evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyönohjaajille vastattavaksi ensimmäinen päivä huhtikuuta ja vastausaikaa oli neljä viikkoa. Varsinaista tarkennettua otantaa ei valittu, koska vastaajien määrän oletettiin olevan alhaisempi kuin varsinainen nuorisotyönohjaajien lukumäärä Suomessa. Suhteellisen pienen perusjoukon takia otantatutkimuksella olisi voinut tulla otantavirhe, jos kaikki vastaajista eivät olisi vastanneet kyselyyn. Kysely tehtiin siis kokonaistutkimuksena. Ammattinetin (2015) mukaan seurakuntien nuorisotyö työllistää noin 1000 henkilöä.

Kyselytutkimusta muokattiin kerran vastausajan aikana sähköposti palautteen perusteella. Kyselyä ohjaavassa tekstissä kysymyksen 15 jälkeen viitattiin väärin kysymyksiin, joten teksti muokattiin korrektiksi. Tutkimuksen kannalta tällä virheellä ei ole minkäänlaista vaikutusta, koska virheen kautta syntyneet väärät vastaukset on rajattu pois tuloksista.

## 6.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Alkuaan opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää pelkästään Sansan työtä seurakuntien ja nuorison parissa. Opinnäytetyö sai kuitenkin merkittävää huomiota myös muilta aiheesta kiinnostuneilta tahoilta ja tutkimuksen tavoitteita muutettiin. Tutkimuksen tavoitteiksi muodostui kartoittaa sosiaalisen median käyttöä, siihen liittyviä asenteita ja hyödyllisyyttä Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyössä. Tällä tavoin opinnäytetyö tukee kaikkien aiheesta kiinnostuneiden tekemää työtä olemalla yleisesti pätevä tutkimus, joka ei määriy vain yhden järjestön tarpeiden mukaan. Tutkimuksen päätarkoituksena on kuitenkin edelleen tukea Sansan työtä. Yksi tutkimuksen tavoite on myös tukea tekijän omaa oppimista tutkijana.

Tutkimuskysymykset:

1. Millaisissa työtehtävissä kirkon nuorisotyönohjaajat käyttävät sosiaalisen median palveluita ja miten nämä palvelut toimivat?
2. Millaiset asenteet nuorisotyönohjaajilla on sosiaalista mediaa kohtaan työvälineenä nuorisotyössä?

## 6.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen kyselytutkimus. Suuren vastaajamäärän ja kyselyn luonteen takia se soveltui parhaaksi menetelmäksi. Laadullisella tutkimuksella olisi saanut kartoitettua paremmin nuorisotyönohjaajien mielipiteitä, mutta tällainen tutkimus olisi kasvanut liian mittavaksi. Tutkimuskysymysten perusteella voisi ajatella tämän olevan laadullinen tutkimus, mutta tutkimustyylin vuoksi näitäkin kysymyksiä on mahdollista tutkia määrällisen tutkimuksen keinoin. Esimerkiksi toisesta tutkimuskysymyksestä saa määrällisen, kun valittavat asenteet määritellään valmiiksi tutkimukseen ja kyselyyn vastaaja saa valita niistä mieluisimman vaihtoehdon. Tällöin puhutaan ns. strukturoiduista kysymyksistä, jolloin vastausvaihtoehdot ovat siis ennalta valittuja (Kananen 2014, 152).

Vastaaja ei siis itse tuota vastausta, vaan hän vastaa annettujen vaihtoehtojen mukaan ja tällöin vastauksia on mahdollista laskea ja mitata.

Määrällinen tutkimus on liiketoimintatutkimuksen yliopettaja Jorma Kanasen (2014, 136) mukaan aina mittaamista. Mitattavan asian tulee aina olla konkreettinen, jotta sitä on käytännössä mahdollista mitata. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa mitataan erilaisia asioita ja niiden välisiä määriä ja suhteita. Sosionomi Hanna Vilkkä (i.a., 14) lisää, että mittari on väline, jolla tutkittavasta asiasta saadaan määrällistä tietoa tai sanallista tietoa määrälliseen muotoon muokattuna. Kvantitatiivinen tutkimus toimii hyvin, kun halutaan numeerista tietoa esimerkiksi eri työntekijöiden asenteista, ajatuksista ja työskentely käytännöistä.

Kvantitatiivisen tutkimuksen hyödyt tulevat esiin sen objektiivisuudessa ja luotettavuudessa. Tutkimuksesta saadut vastaukset pitäisi näyttää lähes samalta tutkijasta riippumatta, koska kysymykset on esitettävä ja analysoitava sellaisessa muodossa, ettei tutkijan omalle tulkinnalle tai tutkimus käytännöille ole sijaa. Tästä syystä tutkimus on myös luotettava ja monistettava. Aiheesta kiinnostuneiden on helppo tutkia samaa vastausaineistoa tutkimuksen ulkopuolisesta viitekehystä käsin ja luoda moninaista pohdintaa ja johtopäätöksiä vastausten ympärille. (Vilkkä i.a., 16.)

### 6.3 Aineiston keruu

Hiippakuntien kasvatustasioista vastaavien hiippakuntasihteerien avustuksella kyselytutkimus pyrittiin lähettämään jokaiseen suomenkieliseen seurakuntaan. Aikataulutukseen ja sähköpostilistojen puutteellisuuteen liittyvistä syistä Helsingin ja Oulun hiippakunnat jäivät pois yhteistyöstä. Porvoon hiippakuntaan kyselyä ei lähetetty ollenkaan, koska tutkimusta ei haluttu kääntää ruotsinkielellä. Myöhemmin todettiin, että tutkimuksen olisi voinut kuitenkin lähettää Porvoon hiippakuntaan suomenkielisenä, koska monet työntekijöistä osaavat myös suomen kieltä kiitettävästi.

Kuopion, Tampereen, Mikkelin, Lapuan ja Espoon hiippakunnat sekä Turun arkkihiippakunta lähtivät mukaan yhteistyöhön. Hiippakuntasihteerit välittivät lähettämäni kyselytutkimus-linkin alueensa seurakunnille. Puoleensa välin vastausaikaa he lähettivät vielä muistutusviestin vastata kyselyyn. Hiippakunnat esittivät kiinnostusta opinnäytetyötä kohtaan ja pyysivät, että saisivat opinnäytetyön luettavaksi sen valmistuessa.

Helsingin ja Oulun hiippakuntien kohdalla kyselytutkimus lähetettiin jokaisen seurakunnan nuorisotyöstä vastaavalle työntekijälle ja häntä pyydettiin levittämään tutkimusta muillekin työntekijöille. Menetelmä osoittautui vastaajien lukumäärän mukaan yhtä tehokkaaksi kuin yhteistyö hiippakunta sihteerien kanssa.

Kyselytutkimus linkin kautta kaikki vastaukset tulivat nimettöminä SurveyMonkeyn salatulle palvelimelle. Vain tutkimukseen liittyvät tahot pääsevät käsiksi tutkimuksen tietoihin. Yhteensä vastauksia tuli 233, eli lähes neljäsosa Suomen noin tuhannesta seurakunnan nuorisotyönohjaajasta vastasi tutkimukseen

#### 6.4 Tulosten esittäminen ja aineiston analysointi

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tuloksista esitetään suorina jakaumina ja ristiin taulukointeina. Muuttujien saamia arvoja esitetään suhteellisina osuuksina eli prosenttimäärinä. Vastausvaihtoehtojen, prosenttimäärien ja vastaajien lukumäärien esittämistapa on taulukko. (Kananen 2014, 209.)

SurveyMonkey kyselytutkimustyökalu rakentaa saadut vastaukset automaattisesti taulukoiksi ja kuvioksi. Varsinaista aineiston muokkaamista numeraaliseen muotoon eli havaintomatriisia ei tarvinnut siis tehdä. Myöskään vastausten virheellisyyttä ei voida erityisemmin tarkastella, koska vastaukset saatiin online-kyselyn kautta, jossa kysymyksiin vastattiin yleisesti valitsemalla yksi tai useampi vaihtoehto annetuista vaihtoehdoista. Kirjoitusvirheet ovat olleet kuitenkin mahdollisia muutamassa kysymyksessä ja se on huomioitu analyysia tehdessä.

Kyselytutkimusta analysoidessa on yleisesti käytetty ristiintaulukointia ja sijaintilukujen hyödyntämistä asetellessa vastausvaihtoehtoja frekvenssin mukaan suoriin jakaumiin. Varsinaisia riippuvuuksia ja riippuvuuden voimakkuutta selvittäviä analyysimenetelmiä ei tutkimuksessa käytetty, koska kysymysten vastausvaihtoehdot eivät ole toisistaan riippuvaisia. Kysymysten tarkoituksena on lähinnä kartoittaa yksittäisten tekijöiden suosiota vastaajien joukossa.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuksen ensimmäiset viisi kysymystä toimivat tutkimuksen taustamuuttujina. Nämä muuttujat on ryhmitelty ja niiden kautta selvitetään millaisia eroja erilaisten ryhmien, kuten vastaajien työskentely hiippakuntien välillä on. Suurin osa muista kysymyksistä on tarkasti suunniteltuja strukturoituja kysymyksiä, joiden kautta tutkimuksen varsinaiset vastaukset saavutetaan. Ne toimivat tutkimuksen indikaattoreina. Näiden kysymysten lisäksi tutkimuksessa on myös kaksi avointa kysymystä, jotka syventävät strukturoiduissa kysymyksissä saatuja vastauksia ja luovat tutkimustuloksille sanallisen muodon numeraalisten tulosten lisäksi. Tähän kyselytutkimukseen vastasi yhteensä 233 Suomen evankelis-luterilaisen kirkon työntekijää. Kyselytutkimus vastauksineen on lisätty liitteeksi.

### 7.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajista 68,97 % on naisia ja 31,03 % miehiä. Kaikkiaan vastaajista alle 35-vuotiaita on 36,48 %, 36–45-vuotiaita 26,18 % ja yli 46 vuotiaita 37,34 %. Kaikkiaan ikäryhmiä oli kahdeksan, mutta ne yhdistettiin kolmeen varsinaiseen ryhmään analysoinnin helpottamiseksi.





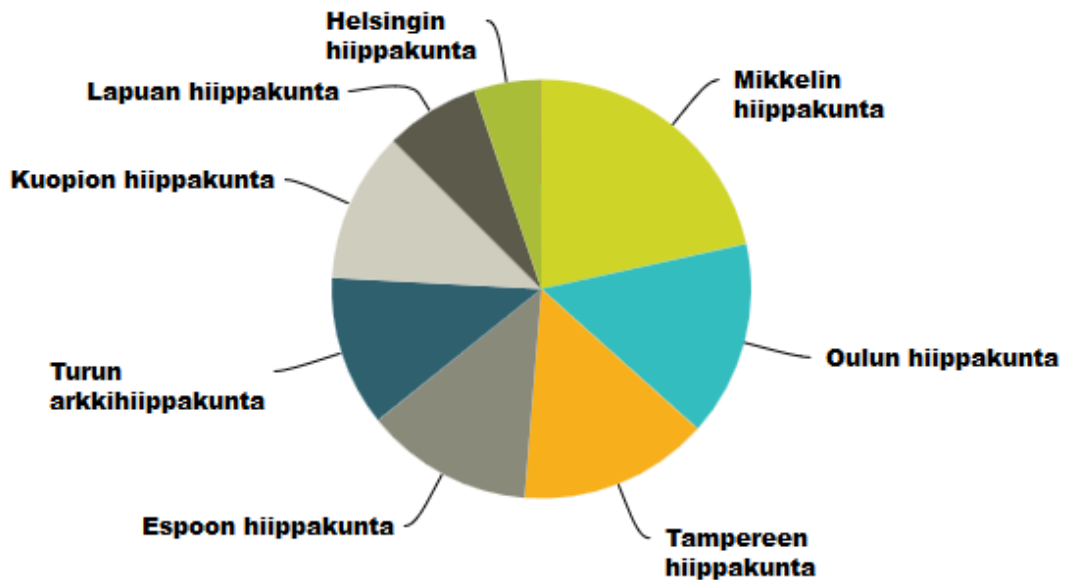
KUVIO 2. Vastaajien ikäryhmät

Naisten ja miesten välillä suurimmat erot ikäryhmien välillä näkyvät siinä, että naisten kohdalla nuoremmat työntekijät innostuivat vastaamaan kyselyyn enemmän ja miesten puolella vanhemmat työntekijät vastasivat tutkimukseen enemmän. Naisista alle 35-vuotiaita on 41,25 %, 36–45-vuotiaita 26,25 % ja yli 46-vuotiaita 32,50 %. Miehistä alle 35-vuotiaita on 26,39 %, 36–45-vuotiaita 25 % ja yli 46-vuotiaita 48,61 %. Naisten ja miesten ikäryhmiä vertaillen on tärkeä muistaa, että tutkimuksen vastaajista suurempi osa on naisia.

Vastauksia tuli tasaisesti eri hiippakuntien alueilta. Suurimmasta osasta tuli 27–35 vastausta. Mikkelin hiippakunnasta tuli selvästi eniten ja Porvoon hiippakunnasta tiettävästi vähiten, koska kyselyä ei sinne lähetetty.

## Työskentelyhiippakuntasi?

Vastattuja: 232 Ohitettuja: 1

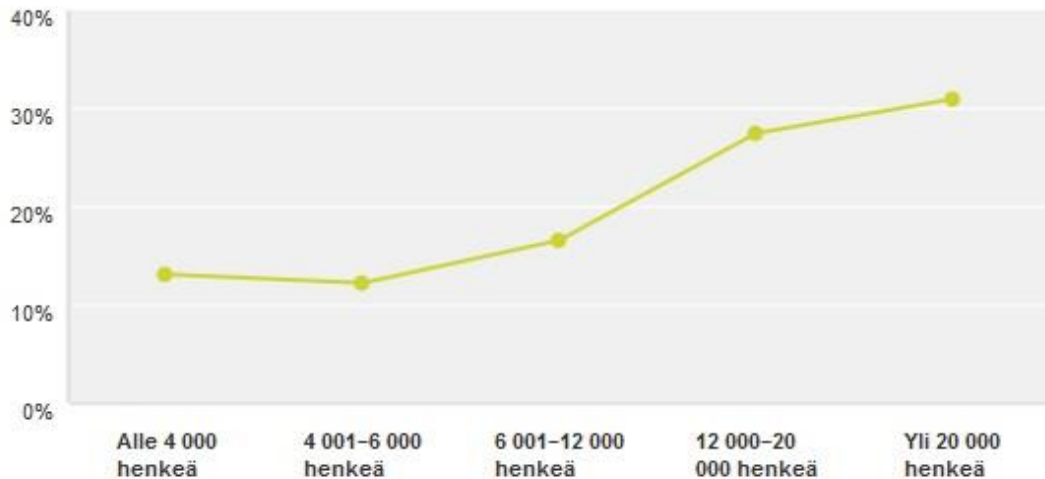


KUVIO 3. Vastaajien määrä hiippakunnittain

Suurin osa vastaajista työskentelee suuremmissa seurakunnissa. Tämä oli tietysti odotettavaa, koska isommissa seurakunnissa on yleensä enemmän työntekijöitä. Vastaajien määrä kulkee lähes suoraan verrannollisesti seurakuntien kokoluokan mukaan. Vastaajien lukumäärä nousee siis tasaisesti seurakuntien kokoluokan kasvaessa. Ainoastaan 4001–6000 kokoluokassa tapahtuu pieni notkahdus alaspäin.

## Mihin kokoluokkaan seurakuntasi kuuluu?

Vastattuja: 230 Ohitettuja: 3



KUVIO 4. Viivakaavio seurakuntien suuruudesta

Eniten työntekijöitä vastaajien joukosta toimii rippikoulutyössä ja rippikoulun jälkeisessä työssä. Suuri osa vastaajista työskentelee varsinaisten työtehtäviensä lisäksi myös rippikoulutyössä ja sen takia ryhmän osuus on niin suuri. Esimerkiksi tutkiessa tyttö- ja poikatyön tekevien muita valintoja on todettava, että 84,67 % tekee myös rippikoulutyötä ja 67,88 % tekee myös rippikoulun jälkeistä nuorisotyötä. Rippikoulutyö on useissa seurakunnissa kausiluonteista, joten sitä pystyy tekemään muidenkin työmuotojen ohessa.

23,28 % vastanneista tekee valmiiksi ehdotettujen työmuotojen lisäksi jotain muuta työmuotoa. Näitä työmuotoja on mm. Kouluyhteistyö, perhetyö, päiväkerhotyö, lapsityö, diakoniatyö, kehitysvammatyö, kansainvälinen diakonia, partio, viestintä, lähetyssihteerin tehtävät, some ja esimiestehtävät.

## TAULUKKO 1. Vastaajien työtehtävät

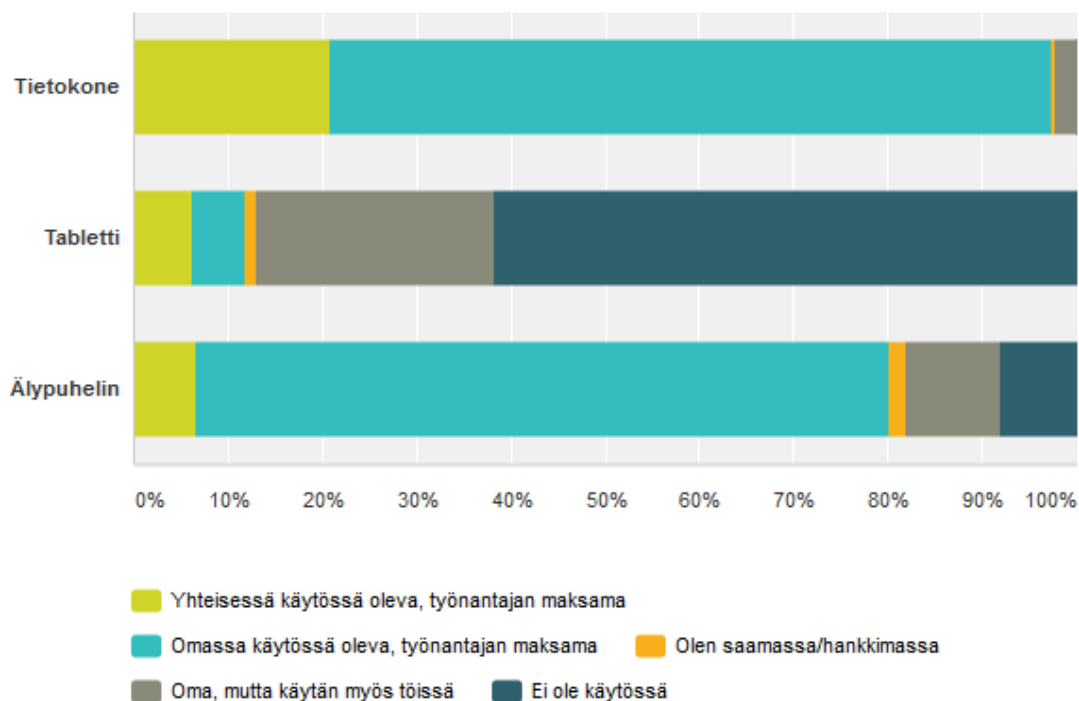
Vastausvaihtoehdot	Vastaukset
▼ Rippikoulutyö	75,43% 175
▼ Rippikoulun jälkeinen nuorisotyö	70,69% 164
▼ Tyttö- ja poikatyö	59,05% 137
▼ Jokin muu, mikä?	Vastaukset 23,28% 54
▼ Erityisnuorisotyö	21,55% 50
▼ Nuorten aikuisten työ	18,10% 42
Vastaajat yhteensä: 232	

### 7.2 Seurakunnat tukevat nuorisotyönohjaajien sosiaalisen median käyttöä

Lähes kaikilla työntekijöillä on käytössään työnantajan maksama tietokone, joko henkilökohtaisessa tai työyhteisön yhteisessä käytössä. Vain yhdellä vastaajalle ei ole tietokonetta käytössä, mutta hänkin on hankkimassa tai saamassa sellaisen. Hyvin harvalla työntekijällä on puolestaan käytössään työnantajan maksamaa tablettia, mutta jopa 25,39 % työntekijöistä on työkäytössä oma tabletti. Älypuhelimien saaminen työnantajalta on hieman harvinaisempaa kuin tietokoneen, mutta 10,13 % vastaajista on kuitenkin käytössään oma älypuhelin, jos työnantaja ei sitä hänelle maksa. Kysymyksessä kuusi vastaaja määrät vaihtelevat suuresti. Tabletti aiheiseen kysymykseen jätti vastaamatta neljäkymmentä työntekijää.

## Työssä käyttämäsi laitteet?

Vastattuja: 232 Ohitettuja: 1



KUVIO 5. Erilaisten laitteiden käyttö nuorisotyössä

Älypuhelimien käyttöä tarkastellaan hiippakuntien mukaan, jotta saadaan tietää onko eri hiippakuntien alueilla eroavaisuuksia. Hiippakunnat paremmuus järjestyksessä muuttujan ”Työntekijällä on omassa käytössään työnantajan maksama älypuhelin” mukaan. Helsinki 91,67 %, Tampere 82,35 %, Mikkeli 81,63 %, Espoo 69,23 %, Kuopio 64,00 %, Oulu 61,76 % ja Lapua 58,82 %. Prosenttimäärät kuvastavat sitä kuinka monella työntekijällä on käytössä työnantajan maksama älypuhelin.

### 7.3 Mielenpitoja internetistä ja sosiaalisesta mediasta ikäryhmittäin

Tutkimustulosten yksinkertaistamiseksi kysymys seitsemän on jaoteltu uudelleen niin, että asteikot täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä ovat yhdistetty keskenään, sekä asteikot osittain eri mieltä ja täysin erimieltä ovat yhdistetty keskenään. Näillä perusteilla nuorisotyöntekijät ovat pitkälti sitä mieltä, että kirkon nuorisotyön pitäisi toimia internetissä, ja samoin siitä, että sosiaalinen media on hyödyllinen työväline nuorisotyössä. Samoin 82,76 % on samaa tai osittain samaa mieltä siitä, että nuoret viettävät liikaa aikaa internetissä.

Muissa väitteissä työntekijät eivät ole enää samoilla linjoilla. Nuoren kohtaamista internetissä pitää yhtä tai lähes yhtä arvokkaana kasvokkain tapahtuvan tapaamisen kanssa 63,36 %. Sosiaalisen median käytön hankaluutta mittaava väitteen kanssa on samaa tai osittain samaa mieltä 30,30 % vastaajista. Viimeisen väitteen sosiaalisen median koulutuksen riittävästä tarjonnasta seurakunnissa samaa tai lähes samaa mieltä on vain 28,88 % eli eri mieltä tai osittain eri mieltä väitteen kanssa on 62,50 %.

Vertaillen tuloksia eri ikäryhmissä tulokset olivat hyvin lähellä toisiaan. Varsinaisia eroja oli huomattavissa vain muutamassa väitteessä. Ensimmäisen väitteen kohdalla nuoremmat työntekijät olivat enemmän sitä mieltä, että nuoret eivät vietä liikaa aikaa internetissä, mutta heistäkin 76,47 % ovat sitä mieltä, että nuoret viettävät internetissä liikaa aikaa. Viimeisen väittämän kohdalla puolestaan vanhemmat työntekijät ovat enemmän sitä mieltä, että seurakunnissa on tarjolla tarpeeksi tai osittain tarpeeksi sosiaalisen median koulutusta. Yli 45-vuotiasta 36,05 % on tätä mieltä ja alle 36-vuotiaista vain 23,53 % on samaa mieltä heidän kanssaan. Suurinkin ero ikäryhmien välillä on siis hyvin pieni.

Naisten ja miesten välisiä vastauksia vertaillen tulokset ovat jälleen lähellä toisiaan. Väitteessä neljä naisten ja miesten välillä on kuitenkin huomattavaa eroavaisuutta. Väitteen ”nuoren kohtaaminen internetissä on yhtä arvokasta, kuin nuoren kohtaaminen kasvokkain” kanssa huomattavasti enemmän samaa mieltä

ovat naiset. Heistä samaa tai osittain samaa mieltä on 69,81 % ja miehistä tätä mieltä on vain 48,61 %.

TAULUKKO 2. Mielenpitoja väitteistä

	Täysin samaa mieltä ja osittain samaa mieltä	Osittain eri mieltä ja täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Yhteensä
Nuoret viettävät liikaa aikaa internetissä.	82,76% 192	15,52% 36	1,72% 4	232
Kirkon nuorisotyön tulee toimia internetissä.	97,84% 227	2,16% 5	0,00% 0	232
Sosiaalinen media on hyödyllinen työväline nuorisotyössä.	97,41% 226	2,59% 6	0,00% 0	232
Nuoren kohtaaminen internetissä on yhtä arvokasta, kuin nuoren kohtaaminen kasvokkain.	63,36% 147	36,21% 84	0,43% 1	232
Sosiaalisen median käyttäminen työvälineenä on hankalaa.	30,30% 70	68,40% 158	1,30% 3	231
Sosiaalisen median koulutusta on tarpeeksi tarjolla seurakunnissa.	28,88% 67	62,50% 145	8,62% 20	232

## 7.4 Sosiaalinen media, työväline ja työympäristö kirkon nuorisotyössä

Sosiaalinen media on käytössä nuorisotyössä kattavasti ja tämän todistaa 94,81 % vastanneista, jotka kysymyksessä kymmenen vastaavat käyttävänsä sosiaalista mediaa työssään. Kysymykset 11–15 on osoitettu heille, jotka käyttävät sosiaalista mediaa työssään ja niiden avulla kartoitetaan sitä, miten monipuolisesti sosiaalista mediaa käytetään. Mainostaminen ja tiedottaminen sekä yhteydenpito sosiaalisen median avulla ovat omissa luvuissaan niiden käytön suosion takia.

### 7.4.1 Sielunhoito sosiaalisessa mediassa

Sielunhoidon tärkeydestä ollaan montaa mieltä. 39,83 % on sitä mieltä, että sielunhoito sosiaalisen median kautta on erittäin tärkeää tai melko tärkeää. 43,72 % vastanneista on taas sitä mieltä, että se on vain vähän tärkeää ja 9,96 % sanoo, ettei se ole lainkaan tärkeää. Mielenpiteiden rinnalla varsinainen sielunhoitotyö sosiaalisen median kautta jää kuitenkin melko harvinaiseksi. Siitä huolimatta kuitenkin 7,14 % tekee sitä viikoittain ja 22,32 % kuukausittain. Suurin osa vastaajista eli 52,68 % käyttää sosiaalista mediaa sielunhoidolliseen työhön harvemmin kuin kuukausittain ja 17,86 % ei käytä sitä siihen koskaan. On huomattavaa, että sosiaalisen median käyttö sielunhoidossa koetaan suhteellisen tärkeäksi, mutta sosiaalista mediaa käytetään siihen varsin vähän.

Avointen kysymysten kautta muutamat vastaajat kommentoivat sosiaalisen median käyttöä sielunhoidossa positiivisella sävyllä. Moni koki sielunhoidon tärkeäksi erityisesti silloin, kun nuorta ei ollut mahdollista nähdä kasvotusten ja useampi vastaaja suosittelee sielunhoitoa sosiaalisen median kautta. Yksi vastaajista puolestaan kertoi, että sosiaalisen median kautta hän on saanut käydä muutamia keskusteluja Facebookissa, joita ei olisi käyty missään muualla.

Olen käynyt sielunhoidollisia keskusteluja sosiaalisen median avulla, kun ei ole ollut mahdollista nähdä kasvotusten



Avoimen kysymyksen kohdalla, jossa pyydetään suosittelemaan sosiaalisen median käyttöä muille kirkon nuorisotyönohjaajille; yksi vastaaja suositteli sosiaalisen median käyttöä kaikessa muussa paitsi sielunhoidossa.

Oikeastaan kaikessa muussa paitsi sielunhoidossa. Kuulumisten vaihto on ihan jees, mutta jos tarvitsee kuunnella toista, niin siihen kyllä suosittelen tutun nuoren kanssa ensisijaisesti tapaamista, koska tekstiä voi kuulla väärin

#### 7.4.2 Asenteisiin vaikuttaminen ja opettaminen sosiaalisessa mediassa

Asenteisiin vaikuttaminen koetaan tärkeämmäksi kuin opettaminen sosiaalisessa mediassa. Erittäin tai melko tärkeäksi asenteisiin vaikuttamisen kokee 53,68 % vastaajista ja opettamisen 39,39 % vastaajista. Asenteisiin vaikuttamisen vähän tärkeäksi kokee 26,84 % vastaajista ja ei lainkaan tärkeäksi 8,34 %. Opettamisen vähän tärkeäksi kokee 38,10 % ja ei lainkaan tärkeäksi 10,39 %. Kummassakin kysymyksessä hieman yli 10 % vastaajista ei osaa sanoa mielipidettään.

Asenteisiin vaikuttamista ja opettamista sosiaalisen media kautta ei myöskään tehdä paljoa kirkon nuorisotyössä. Kummassakin tapauksessa yli 50 % vastanneista ei ole koskaan tehnyt toimintoa ja noin 30 % tekee sitä harvemmin kuin kerran kuukaudessa. On siis selvästi huomattavissa, että näitä työmuotoja tehdään sosiaalisen median kautta hyvin vähäisesti.

Avoimissa kysymyksissä erityisesti nuorten asenteisiin vaikuttaminen mainitaan useampaan otteeseen. Ilmiö ei saa valtaisaan suosiota vastaajien kesken, mutta se herättää ajatuksia niiden työntekijöiden kesken joille se on tärkeää.

Pääsee mahd. vaikuttamaan ajatusmaailmaan tai ainakin herättämään keskustelua monista aiheista

Aktiivinen osallistuminen keskusteluun voi olla luonteva kanava vaikuttaa mielipiteisiin ja osoittaa, että seurakunnan työntekijä ei ole ihan "pihalla", vaan tietää, mitä nuorten maailmassa tapahtuu.

Suunnittelutyö ja etsivä nuorisotyö sosiaalisessa mediassa koetaan yllättävän tärkeäksi. 70,69 % vastaajista on sitä mieltä, että etsivä työ on erittäin tai melko tärkeää. Suunnittelutyötä erittäin tai melko tärkeänä pitää pienempi joukko eli 35,78 %. Suurin osa vastaajista 45,69 % pitää suunnittelutyötä hieman tärkeänä.

Todellisuudessa etsivää työtä ja suunnittelutyötä tehdään suhteellisen vähän seurakunnissa sosiaalisen median kautta. Kummassakin vastausvaihtoehto harvemmin kuin kuukausittain saa eniten kannattajia. Suunnittelutyössä 49,77 % on tätä mieltä ja etsivässä työssä 36,77 %.

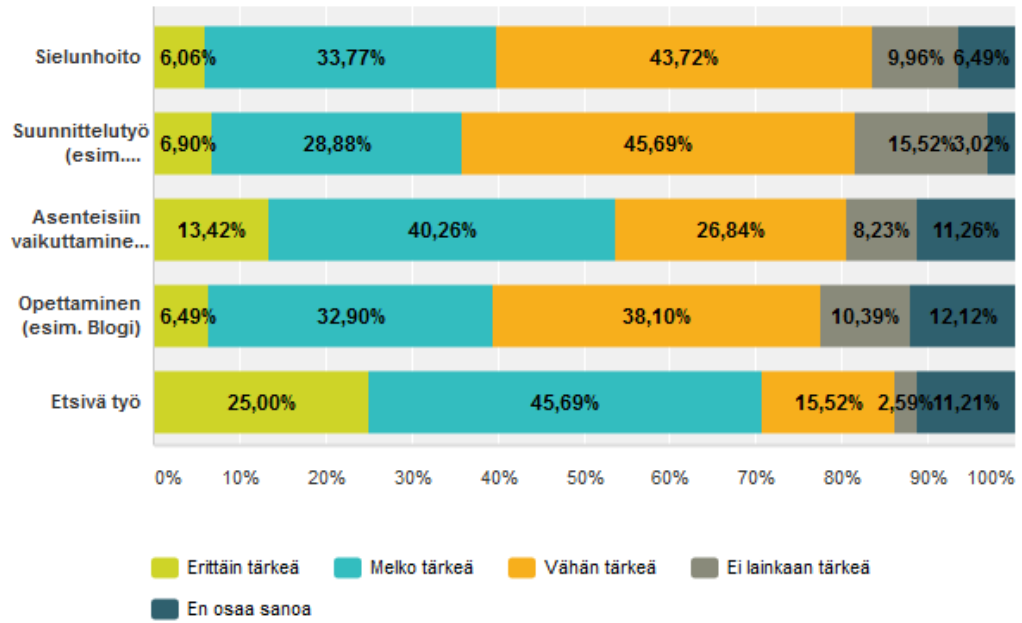
Avoimissa kysymyksissä sosiaalisen median kautta tapahtuva suunnittelutyö mainitaan kuusi kertaa ja etsivä työ myöskin kuusi kertaa. Näissäkin työtehtävissä osa työntekijöistä on selvästi käyttänyt sosiaalista mediaa enemmän ja antavat sen kuulua avointen kysymysten puolella.

Sosiaalinen media on myös etsivän työn kenttä. Tilanteessa, jossa nuorta ei ole tavoitettu vähään aikaan, sosiaalisen median voi olla auttava väylä nuoren ”löytämiseen” ja yhteyden saamiseen uudelleen.

Ryhmissä on helpompi osallistua hankkeiden suunnitteluun, kun viestit jäävät näkyviin ja jokainen voi osallistua omaan tahtiinsa.

## Kuinka tärkeäksi koet sosiaalisen median käytön seuraavissa työtoiminnoissa?

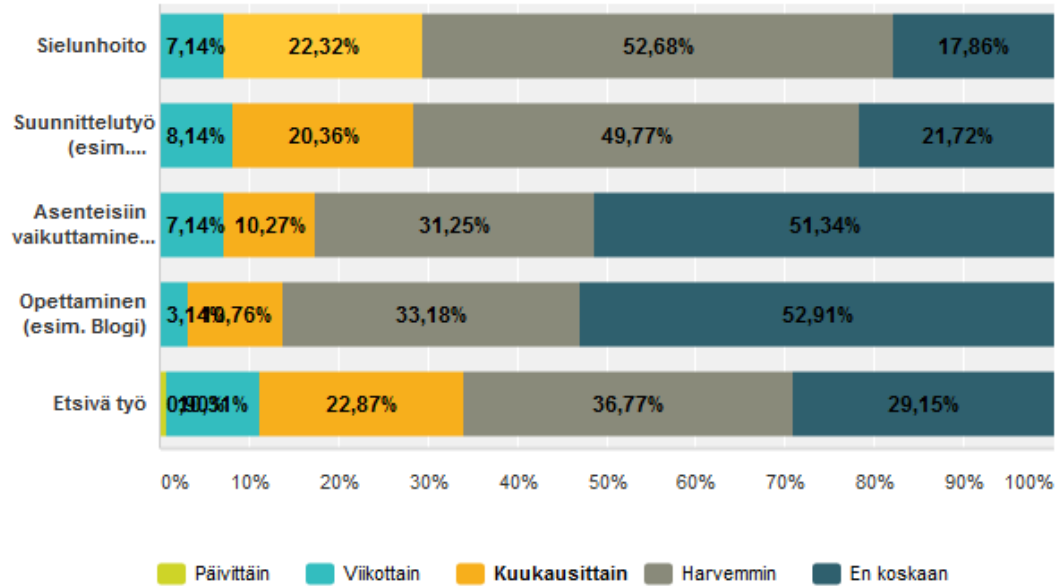
Vastattuja: 232 Ohitettuja: 1



KUVIO 6. Arviointia työtehtävien tärkeydestä sosiaalisessa mediassa

## Arvioi, kuinka usein käytät sosiaalista mediaa seuraaviin tehtäviin.

Vastattuja: 224 Ohitettuja: 9



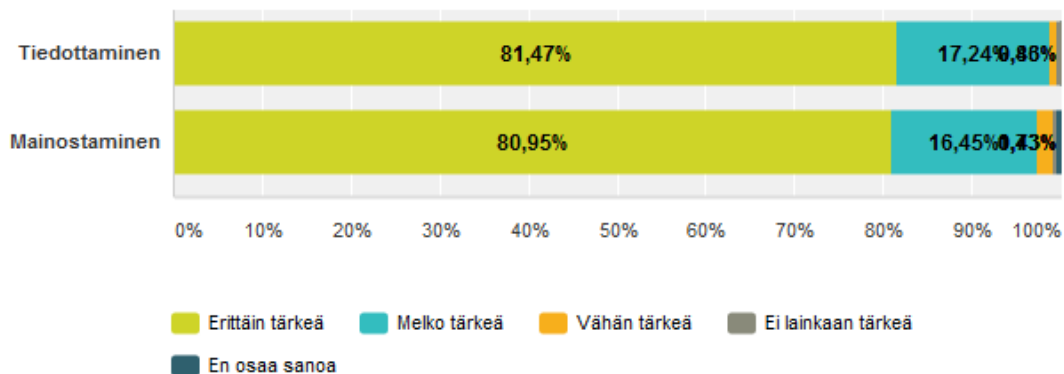
KUVIO 7. Työtehtävät sosiaalisessa mediassa

### 7.5 Tiedottaminen ja mainostaminen sosiaalisessa mediassa

Tiedottaminen ja mainostaminen sosiaalisen median kautta nousevat tutkimustulosten selkeimmiksi voittajiksi. Asenteista lähtien ne koetaan tärkeiksi ja sosiaalista mediaa käytetään paljon näissä työtehtävissä. Tiedottaminen sosiaalisen median kautta koetaan erittäin tärkeäksi 81,47 % puolesta ja melko tärkeäksi 17,25 % puolesta. Samoin mainostamista erityisen tärkeänä pitää 80,95 % vastaajista ja melko tärkeänä 16,45 %.

## Kuinka tärkeäksi koet sosiaalisen median käytön seuraavissa työtoiminnoissa?

Vastattu: 232 Ohitettu: 1

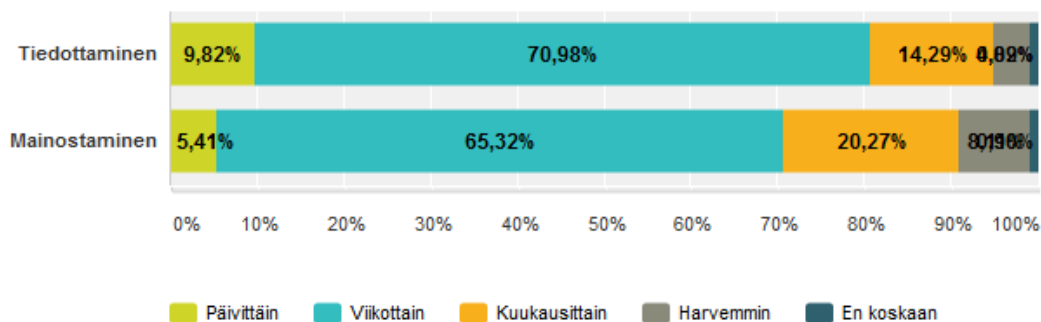


KUVIO 8. Mielenpito tiedottamisen ja mainonnan tärkeydestä

Kirkon nuorisotyössä suurin osa työntekijöistä käyttävät sosiaalista mediaa mainontaan ja tiedottamiseen viikoittain. Lähes kaikki muut käyttävät niitä joko kuukausittain tai päivittäin. Tiedottamista harvemmin käyttää vain 4,02 % ja mainontaa 8,11 %. Työntekijöistä alle yksi prosentti ei käytä sosiaalista mediaa näissä työtehtävissä.

## Arvioi, kuinka usein käytät sosiaalista mediaa seuraaviin tehtäviin.

Vastattu: 224 Ohitettu: 9



KUVIO 9. Tiedotus ja mainonta sosiaalisen median kautta nuorisotyössä

Avoimissa kysymyksissä tiedottaminen ja mainonta mainitaan useaan otteeseen. Kysymyksessä neljätolista 94 vastaajaa kertoo sosiaalisen median hyödyttäneen heitä mainonnassa ja/tai tiedottamisessa eli noin puolet kysymykseen vastanneista nuorisotyönohjaajista. Kysymyksessä viisitoista mainontaa ja/tai tiedottamista sosiaalisen median kautta suosittelee 81 ohjaajaa eli noin 47 % vastaajista. Vastaajat kertovat sosiaalisen median hyödyttävän tiedottamista ja mainontaa monella tavalla. Mainonta ja tiedottaminen sosiaalisessa mediassa toimivat ensinnäkin nopeasti ja viesteihin reagoidaan nopeasti. Mainonta on myös ilmaista sosiaalisessa mediassa ja tästä hyötyvät sekä ohjaajat, että nuoret. Facebookilla on erityinen rooli toimintaympäristönä, jossa mainonta ja tiedottaminen tapahtuvat. Monilla seurakunnilla on esimerkiksi nuorisotyön oma ryhmä, jossa kaikki nuoret ovat. WhatsApp-viestintäpalvelun hyödyt mainittiin myös moneen otteeseen. Palvelu ei sinänsä sisälly sosiaalisen median alaisuuteen, mutta sen käyttö on monella tavalla merkittävää. Myös ryhmäkeskustelujen hyöty nostettiin suulle sijalle. Informoimisen täsmällisesti ryhmien avulla mainitsi 26 vastaajaa.

Tiedottaminen kerhonohjaajille ja isosille nopeaa. Hyvä mainostamisen lisäväline

Tapahtumista ja tilaisuuksista tiedottaminen onnistuu helposti ja tavoittaa hyvin

Valmiiksi luodut ryhmät mahdollistavat nopean täsmäinformoinnin

Isosten ja rippikoululaisten ryhmien kautta tiedottaminen ja ilmoittautuminen esim. leireille

Saman viestin saa ilmaiseksi ja ajantasaisesti isolle ryhmälle yhtäaikaisesti ja esim. facesta näkee, ketkä ovat lukeneet viestini/päivitykseni nuorten ryhmässä

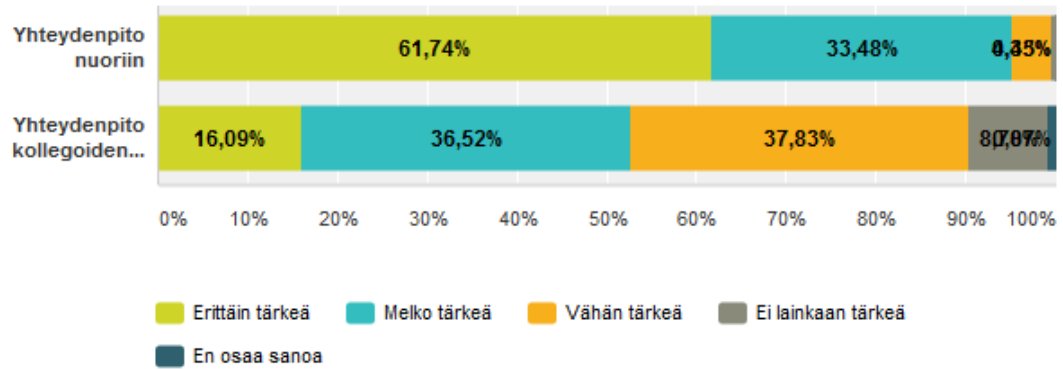
Nuoret lähestyvät rohkeammin livenä, kun olen mainostanut esim. nuorteniltoja ja muuta toimintaa facebookissa

## 7.6 Yhteydenpito sosiaalisen median kautta

Sosiaalisen median kautta käytävät yhteydenpito nuoriin koetaan erityisen tärkeäksi nuorisotyöohjaajien joukossa. Myös yhteydenpito kollegoihin pidetään suhteellisen tärkeässä roolissa. 61,74 % on sitä mieltä, että yhteydenpito nuoriin on erittäin tärkeää ja 16,45 % pitää sitä melko tärkeänä. Yhteydenpitoa kollegoiden kanssa erittäin tärkeänä pitää vain 16,09 % ja melko tärkeänä 36,52 %. Suurin vastaaja määrä 37,83 % pitää sitä vain vähän tärkeänä.

## Kuinka tärkeäksi koet sosiaalisen median käytön seuraavissa työtoiminnoissa?

Vastattuja: 232 Ohitettu: 1



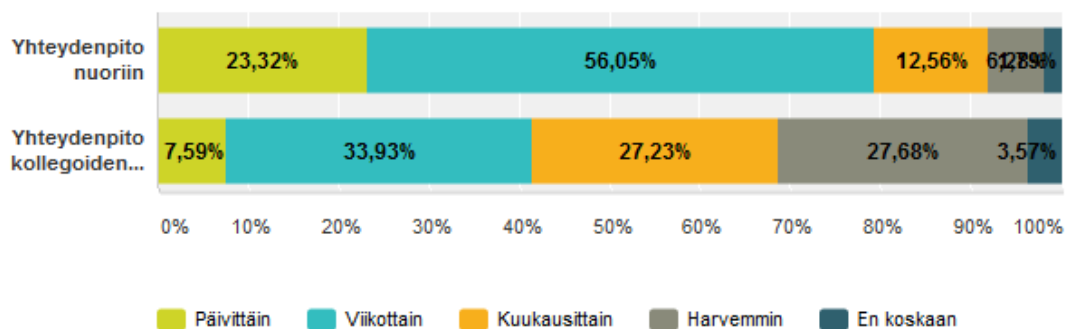
KUVIO 10. Mielipiteitä sosiaalisen median kautta käytävästä yhteydenpidosta

Päivittäin tai viikoittain sosiaalista mediaa käyttää yhteydenpitoon nuorten kanssa 79,37 % vastaajista. 20,27 % käyttää sitä kuukausittain ja 6,23 % harvemmin. Kollegoiden väliseen yhteydenpitoon sitä käyttää päivittäin tai viikoittain 41,25 %. Kuukausittain 27,23 % ja harvemmin 27,68 %. Sosiaalinen media on siis erityisen aktiivisesti käytössä yhteydenpidossa nuorten kanssa.



## Arvioi, kuinka usein käytät sosiaalista mediaa seuraaviin tehtäviin.

Vastattuina: 224 Ohitettuina: 9



KUVIO 11. Yhteydenpito sosiaalisen median kautta

Avoimissa kysymyksissäkin yhteydenpito sosiaalisen median kautta mainitaan monesti. Kysymyksessä neljätoista 99 vastaajaa eli yli puolet vastaajista kertoo hyötyvänsä sosiaalisen median käytöstä yhteydenpidossa nuorten kanssa. Muutamat työntekijät mainitsevat sen käytön myös keskustelussa lasten vanhempien kanssa. Etenkin tyttö- ja poikatyössä suurin osa lapsista ovat liian nuoria sosiaaliseen mediaan käyttöön. Kollegoiden välisestä yhteydenpidosta ei hirveästi puhuta, mutta työntekijän verkostoitumisesta sosiaalisen median kautta puhutaan enemmän. Kysymyksessä viisitoista yhteydenpitoa erityisesti nuoriin suositellaan 44 vastaajan puolesta.

Avoimissa kysymyksissä käsitellään erityisesti yhteydenpitoa nuoriin, mutta myös yhteydenpito kollegoihin ja muihin toimijoihin mainitaan. Nuorisotyönohjaajat kokevatsosiaalisen median olevan nopea ja nykyaikainen tapa kohdata nuoria. Moni vastaaja toteaa, että nuoret ovat sosiaalisessa mediassa, joten nuorisotyönohjaajienkin kuuluu olla siellä. Nuorilta on myös helpompi saada viestejä takaisin, koska keskustelut eivät maksa mitään. Sosiaalisen median kautta on

myös kätevä olla yhteydessä vanhoihin nuoriin ja nuoriin, jotka eivät käy aktiivisesti nuortentoiminnassa. Työntekijät käyttävät viestittelyyn eniten Facebookia ja WhatsAppia.

Pidän suljettua yhteisöä nuorille, joita on nyt siellä yli 150. Koen sen erittäin hyväksi tiedottamispaikaksi, isosten haku kanavaksi sekä yhteydenpitona nuoriin. Myös jo se, että tykkään osasta heidän julkaisustaan on merkki siitä, että heistä välitetään myös omasta seurakunnasta käsin ja ollaan siellä missä hekin

WhatsApp tuntuu olevan nuorille paljon luonnollisempi viestinnän väline kuin puhelut, tekstiviestit tai ylipäänsä mikään muu. Kynnys ottaa yhteyttä puolin ja toisin on matalampi

Työntekijöiden keskinäistä vuorovaikutusta/tiedon siirtoa helpottanut. Mahdollistaa esim. leirillä materiaalin käytön yms. Yhteyden eri järjestöihin ja muihin yhteistyökumppaneihin nopeutuneet ja tehostuneet

Yhteydenpito nuoriin on helpottunut ja nopeutunut. Heidän kuulumisiansa tietää enemmän

Etsivää työtä. Nuoria jotka isokoulutuksen jälkeen ovat jääneet pois toiminnasta. Somen helpottaa kutsun esittämistä eri tehtäviin/toimintoihin ja osa palaa toimintaan takaisin kun on saanut some:ssa henkilökohtaisen kutsun.

Yksi vastaaja kuitenkin kokee, että sosiaalinen media on pikemminkin vienyt nuoret kauemmas hänestä.

Ei paljon hyödyntänyt. Nuoriso etäännyy vaan enempi ja emme koh-  
taa kasvotusten... Mikä on suuri huoli ☹️.

## 7.7 Facebook tunnetaan parhaiten

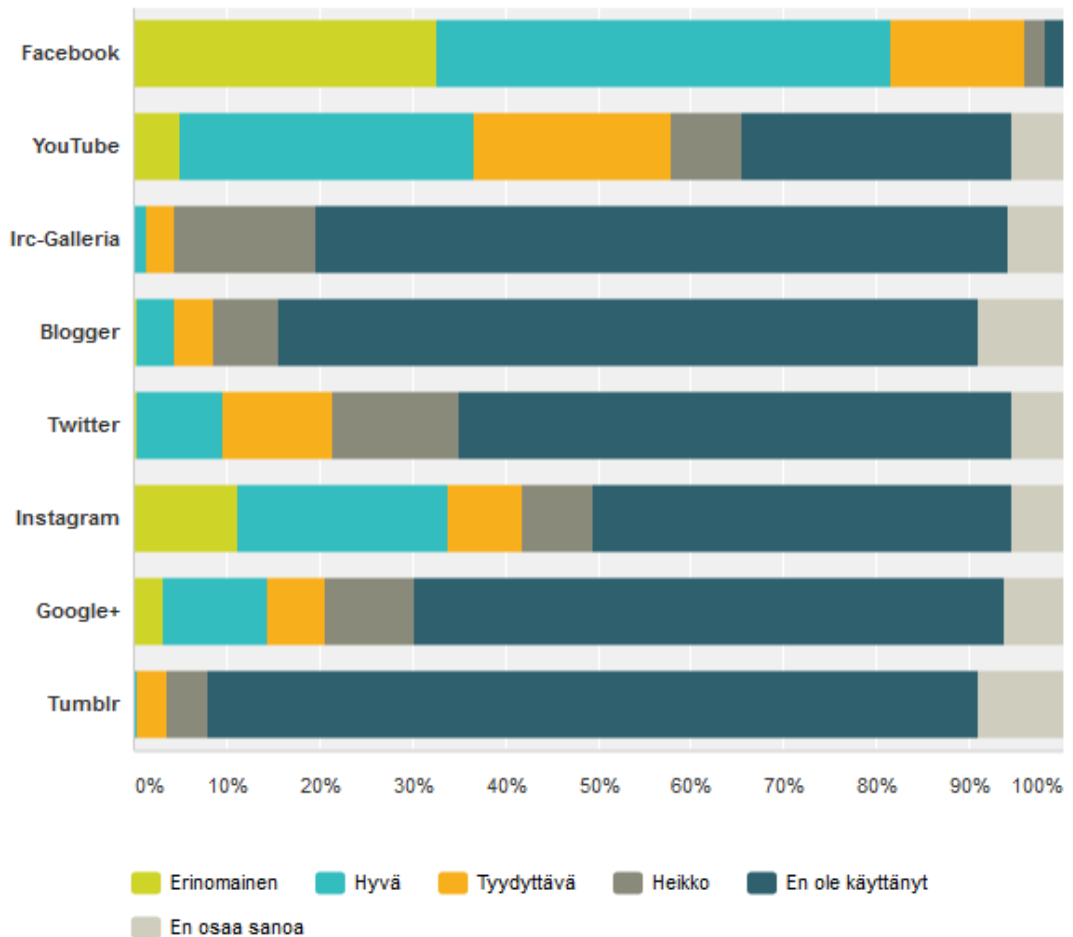
Facebookin toimivuus nuorisotyössä koetaan selvästi parhaimmaksi. Myös Instagramilla on oma käyttäjäkuntansa, mutta monet eivät ole sitä vielä löytäneet. Monet työntekijät halusivat avoimissa kysymyksissä nostaa myös WhatsAppin tähän listaan. Viestittelysovellusta ei kuitenkaan listassa ollut, koska se ei kuulu sosiaalinen media -käsitteen alaisuuteen. Tästä huolimatta on tutkimuksenkin

kannalta hyödyllistä mainita, että sitä käytetään paljon myös työntekijöidenkin toimesta.

Facebookin käytön kokee hyväksi tai erinomaiseksi 81,61 % vastaajista. Vain 1,79 % eli neljä työntekijää ei ole käyttänyt sitä koskaan nuorisotyössä. Kokeemukset YouTuben ja Instagramin käytöstä ovat Facebookin jälkeen positiivisimmat. Kummassakin vaihtoehdossa yli 30 % pitävät palveluita erinomaisina tai hyvinä. Instagramia ei kuitenkaan ole koskaan käytetty 45,05 % puolesta. YouTubea ei ole koskaan käytetty 29,15 % joukossa. Twitter ja Google+ tulevat seuraavina palveluina. Yli puolet vastaajista eivät ole käyttäneet ohjelmia ja kummankin palvelun kohdalla suurempi osa palvelun käyttäjistä arvioi käytön olevan tyydyttävää tai heikkoa. Vähiten työntekijät ovat käyttäneet palveluita Irc-Galleria, Blogger ja Tumblr.

## Arvioi seuraavien sosiaalisen median palveluiden toimivuutta työssäsi.

Vastattuja: 223 Ohitettuja: 10



KUVIO 12. Sosiaalisen median palveluiden toimivuus nuorisotyössä

Avointen kysymysten kohdalla Facebook mainitaan 42 kertaa, YouTube 2 kertaa, Instagram 14 kertaa ja WhatsApp 21 kertaa. Myös listasta WhatsAppin kanssa puuttuvat Ask.fm mainitaan 4 kertaa. Vastausten perusteella Facebook tunnetaan selvästi parhaiten ja sitä käytetään monipuolisesti nuorisotyössä. Myös Instagram tunnetaan selvästi hyvin käyttäjiensä joukossa.

Instagramin ja Facebookin myötä nuoret tutustuvat minuun paremmin ja olen helpommin lähestyttävissä, kun minulla ei ole kummasakaan ns. työprofiilia

Mainostaminen käy huippunopeasti sosiaalisen median kautta ja tavoittaa hetkessä 400+ nuorta Facebookin kautta

WhatsApp on nykyään aivan välttämätön työntekijöille. Meidän tulee käyttää niitä kanavia, joita nuoretkin käyttävät

Nuoret ovat Instagramissa, sitä olisi hyvä opetella hyödyntämään, etenkin mainostamisessa ja tavoittavana välineenä.

Tästä kyselystä puuttuu mm. Ask.fm, jonka olen kokenut hyväksi työssäni. Nuoret kysyvät siellä kysymyksiä sekä tavallisista, että hengellisistä asioista. Myös ev. lut. kirkon yhteinen ask.fm-tili on ollut hyvin suosittu

Moni työntekijä kokee, että sosiaalisen median käytön pitää päivittyä jatkuvasti. Facebook alkaa olla jo liian vanha kanava nuorille, jotka viettävät aikaansa uudemmissa palveluissa mm. Instagramissa ja WhatsAppissa.

Facebookin kulta-aikana tiedottaminen nuorille oli tosi helppoa ja viestit tavoittivat nuoret tosi nopeasti. Nykyään tilanne on huonompi, koska WhatsApp ja Telegram, Snapchatit yms. ovat syrjäyttäneet eivätkä nuoret enää hengaa facessa.

Erityisesti yhteydenpito vanhempiin. Vanhemmat ovat vielä facebookissa ja tiedottaminen on helppoa

## 7.8 Työntekijät kannustavat sosiaalisen median käyttöön

Kysymyksessä kolmesta työssään sosiaalista mediaa käyttävät arvioivat ennalta annettuja väitteitä. Ensimmäinen väite koskee sitä, että onko sosiaalinen media lähentänyt työntekijää joidenkin nuorten kanssa. 82,96 % on väitteen kanssa täysin tai osittain samaa mieltä. Vain 11,21 % on osittain tai täysin eri mieltä. Toisessa väitteessä väitetään, että sosiaalinen median on etäännyttänyt työntekijää joistakin nuorista. Väitteen kanssa täysin tai osittain samaa mieltä on 12,11 % ja osittain tai täysin erimielisiä 72,65 %. Viimeisten kolmen väitteen kohdilla noin 90 % vastaajista ovat väitteiden kanssa täysin tai osittain samaa mieltä. Väite kolme väittää, että sosiaalinen media helpottaa ja nopeuttaa vastaajan työtä. Väite neljä puolestaan väittää sosiaalisen median helpottaneen työntekijän

yhteydenpitoa nuoriin ja viimeinen väite väittää, että sosiaalinen media on korvaamaton väline mainostamisessa.

TAULUKKO 3. Mielenpitoja sosiaalisen median toimivuudesta

	Täysin samaa mieltä tai osittain samaa mieltä	Osittain eri mieltä tai täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Yhteensä	Painotettu keskiarvo
Sosiaalisen median käyttö on lähentänyt minua joidenkin nuorten kanssa.	82,96% 185	11,21% 25	5,83% 13	223	1,24
Sosiaalisen median käyttö on etäännyttänyt minua joistakin nuorista.	12,11% 27	72,65% 162	15,25% 34	223	2,71
Sosiaalinen media helpottaa ja nopeuttaa työtäni.	89,64% 199	8,56% 19	1,80% 4	222	1,17
Sosiaalinen media helpottaa yhteydenpitoani nuoriin.	92,38% 206	4,93% 11	2,69% 6	223	1,10
Sosiaalinen media on korvaamaton väline mainostamisessa.	90,54% 201	8,56% 19	0,90% 2	222	1,17

Avoimissa vastauksissa sosiaalista mediaa käyttävät työntekijät kannustavat muita työntekijöitä käyttämään sosiaalista mediaa erityisesti mainostamisessa, tiedottamisessa, yhteydenpidossa, ryhmäviestinnässä ja läsnä olemisessä nuorten maailmassa. Myös asioista muistuttelu koetaan hyödylliseksi ja sosiaalisen median nopeutta kehitetään valtavasti.

Kun tieto pitää saada pikaisesti liikkeelle, on some varsin toimiva väylä. Ei kannata pelätä, että sosiaalinen media olisi pois kohtaamisesta kasvokkain, nuoret kaipaavat edelleen myös sitä kanssakäymistä, mutta esimerkiksi työntekijää lähestyminen voi olla helpompaa nuorelle juuri somen kautta

Mainostamisessa ehdoton ja lisäksi tietynlainen itsensä julki tuominen sosiaalisessa mediassa saattaa madaltaa joidenkin nuorten kynnystä ottaa yhteyttä kun huomaavat, että mekin olemme tavallisia hassuttelevia ihmisiä, mutta kuitenkin aikuisia

Nuorten parissa toimii melkein missä tahansa tilanteessa. Itse huomannut ainakin, että esim. riparin lähestyessä nuoret kyselevät paljon Facebookissa tietoa leiristä ja kertovat heitä askarruttavista asioista riparia kohtaan.

Riippuu vähän tilanteesta ja aiheesta. Somen välineistä kannattaa valita se, joka itseä jotenkin kiinnostaa ja houkuttelee. Itse en esim. koe Twitteriä houkuttelevaksi, joten en sinne turjaan mene keksimään jotain muka fiksumaa sanottavaa. Somen käyttö tulee mielestäni tulla ”luonnostaan”

Sosiaalisesta mediasta saa selville monia asioita, jotka voivat auttaa työssä: kuka on kenenkin kaveri, kuka liikkuu kenen kanssa, kuka seurustelee, onko riitoja jne. Esim. nähdäkseen ask.fm palveluun kirjoitettuja kysymyksiä tai vastauksia ei tarvitse kirjautua sisälle kyseiseen palveluun

## 7.9 ”En käytä sosiaalista mediaa työssäni”

5,19 % eli kaksitoista henkilöä kyselyyn vastanneista ei käytä sosiaalista mediaa työssään. Kysymyksen kymmenen jälkeen heidät ohjattiin vastaamaan kysymyksiin kuusitoista ja seitsemäntoista. 30 % heistä kokee, että heidän osaamisensa ei riitä sosiaalisen median käytölle. 20 % kokee, ettei sosiaalisen median käyttö ole oikeaa työtä. 50 % vastaajista jaottuvat tasaisesti viiden viimeisen vaihtoehdon ympärille. Kaksi vastaajaa vastasivat jotain muuta ehdotettujen vastausten sijasta. Vastanneista sosiaalista mediaa haluaisi käyttää 25 %, ei halua käyttää 41,67 % ja ei osaa sanoa 33,33 %.

Jos olisi mahdollista vastata, vastaisin useamman vaihtoehdon. Esimieheni ei ole velvoittanut minua käyttämään sosiaalista mediaa työssäni eikä minulla ole aikaa perehtyä asiaa tai olla siellä eikä minulle ole tarjottu sopivia työvälineitä kuten älypuhelin tai enkä välttämättä koe osaavani sosiaalista mediaa omakseni tai että minulla olisi taitoja siihen. Se kuitenkin on mielestäni tätä päivää ja hyvin merkittävä työväline

En koe sitä mielekkääksi välineeksi tyttöjen ja poikien työssä enkä vastualueellani koulutyössä. Olen hieman "somevastustaja" ja vanhanaikainenkin varmaan...

TAULUKKO 4. Syitä siihen miksi ei käytä sosiaalista mediaa

Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
▼ Koen, että osaamiseni ei riitä.	30,00%	3
▼ Koen, ettei se ole oikeaa nuorisotyötä.	20,00%	2
▼ Esimieheni ei ole velvoittanut.	10,00%	1
▼ Se on toisen työntekijän vastuulla.	10,00%	1
▼ Nykyinen työaikani ei riitä.	10,00%	1
▼ Minulla ei ole sopivia työvälineitä tai nettiyhteyttä.	10,00%	1
▼ En ole tullut ajatelleeksi.	10,00%	1
Yhteensä		10
<a href="#">Kommentit (2)</a>		



## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Toiveena on, että opinnäytetyö tulee saavuttamaan tavoitteensa kiitettävästi. Päättävänä oli tehdä kyselytutkimus, joka tukee Sansan työtä, jossa se onnistui. Tämän lisäksi toisena tavoitteena oli tehdä tutkimus, joka tukee kaikkien asiasta kiinnostuneiden toimijoiden työtä. Tällä hetkellä on vielä mahdotonta sanoa saavuttaako opinnäytetyö tätä tavoitetta, mutta se jää nähtäväksi. Yksi opinnäytetyön tavoite oli myös tukea minun oppimistani tutkijana, mikä toteutui hyvin. Kehityin tätä tutkimusta tehdessäni sekä ihmisenä että oppilaana.

### 8.1 Tutkimuksen johtopäätökset

Kyselytutkimuksessa selviää, että sosiaalista mediaa käytetään kirkon nuorisotyössä ahkerasti. Lähes kaikki nuorisotyötä tekevät käyttävät sitä tiedottamisessa, mainonnassa ja yhteydenpidossa nuoriin. Näiden lisäksi se on käytössä myös muissa nuorisotyön työtehtävissä esimerkiksi sielunhoidossa, opettamisessa ja etsivässä työssä. Näiden työtehtävien kohdalla sosiaalisen median käyttö vaihtelee kuitenkin suuresti. Osa käyttää niitä ja osa ei. Tutkimuksessa myös huomaa, että moni työntekijä pitää jotain toimintamuotoa tärkeänä, mutta ei silti tee sitä sosiaalisen median välityksellä. Esimerkiksi sielunhoitoa sosiaalisen median kautta pidetään tärkeänä, mutta silti hyvin harva käyttää sosiaalista mediaa tähän työhön. Tästä voidaan todeta se, että työntekijöillä olisi varmasti tahtoa käyttää sosiaalista mediaa enemmänkin. Jatkokysymykseksi siis jää, miksi he eivät sitä tee. Onko heillä esimerkiksi liian vähän taitoa tai aikaa?

Hengellinen elämä verkossa -hankeen kautta sosiaalinen media on tullut osaksi kirkon nuorisotyötä. Hankkeen kautta myös sosiaalisen median koulutus tuli osaksi seurakuntia. (Sakasti i.a.) Sen faktan edessä, että sosiaalisen median käytön tulisi toimia jokaisessa seurakunnassa, voidaan todeta asian olevan näin ainakin nuorisotyön osalta. On totta, että kaikki tutkimukseen vastaajista eivät

käyttäneet sosiaalista mediaa, mutta heidän prosentti määränsä oli häviävän pieni vain noin 5 % vastaajista.

Vertaillaessa tutkimustuloksia Verken tekemään samantyylliseen tutkimukseen on huomattavaa, miten samanlaisia vastauksia tutkimuksessa saatiin. Verke teki oman tutkimuksensa kunnallisen puolen nuorisotyön parissa toimiville työntekijöille. Heidän tutkimuksensa mukaan lähes kaikki työntekijät käyttävä sosiaalista mediaa ja sitä käytetään eniten tiedottamiseen, markkinoimiseen sekä yhteydenpidossa nuoriin (Hyry 2013,19). Kaikki saadut tulokset täsmäävät näiden tutkimus tulosten kanssa.

Harto Pönkän sosiaalisen median katsauksia vertaillaessa tuloksiin huomaa, että osa työntekijöistä on ajanhermolla. Pönkän (2015) mukaan Facebookin käyttäminen nuorten parissa on vähentynyt viimevuosina ja nuoret käyttävät uudempia sovelluksia. Osa tutkimukseen vastanneista on huomannut, että nuoret käyttävät vähemmän Facebookia ja ovatkin seuranneet heitä uudempiin palveluihin, kuten Instagramiin ja WhatsAppiin. Pönkän (2015) mukaan WhatsApp on kaikkein suosituin kännykkäsovellus ja on hienoa huomata, että tässä tutkimuksessa monet työntekijät mainitsivat WhatsAppin, vaikka se ei ollut osana tätä tutkimusta. Omasta mielestäni WhatsApp ei kuulu sosiaalinen media -termin alle, koska se toimii matkapuhelinviestien tavoin viestimenä, ei sosiaalisena mediana. Harto Pönkä on asiasta kuitenkin eri mieltä. Voi myös olla, että aloittaessani tämän tutkimuksen WhatsAppia ei vielä jaoteltu osaksi sosiaalista mediaa, mutta nyt vuotta myöhemmin se kuuluukin sinne. Tässä huomaa, että sosiaalisen median käsitteestä ollaan edelleen montaa mieltä. (Pönkä 2015)

## 8.2 Medialähetys Sanansaattajien mietteitä

Tutkimus ei suoraan mullista Sansan työtä tulevaisuudessa, mutta se antaa selviä viittoja tulevaisuudelle. Monelle työntekijälle nousi tutkimuksen kautta lisää kysymyksiä ja pohdinnan aiheita. Tutkimus myös osoittaa, että Sansan tulee

hankkia tietoa laadullisen tutkimuksen keinoin, jotta he saisivat tarvittavia vastauksia tukemaan työtään. Selvimpiä tuloksia, jotka hyödyttävät Sansaa on yksinkertaisesti se, että sosiaalista mediaa ylipäätään käytetään. Tämä asettaa myös joitain kysymyksiä Sansan tulevaisuuden työlle. Millä tavalla kirkon nuorisotyötä lähestytään? Millaista sisältöä nuoret kaipaavat?

### 8.3 Tutkimuksen eettisyys ja toimivuus

Eettisyyden takaamiseksi jokainen kysymys oli mahdollista ohittaa ja kysymyksiin pyrittiin upottamaan vaihtoehto, joka antaa mahdollisuuden vastata: ”En osaa sanoa” tai ”jokin muu, mikä”. Vastaajien nimiä tai sähköpostiosoitteita ei kerätty, joten jokaisen vastaajan anonyymisyys on taattu.

Määrällinen tutkimus toimi hyvin tämän kaltaisessa asetelmassa. Jälkeenpäin olisin kuitenkin halunnut palata ajassa taaksepäin kehittämään tutkimuksen kysymyksiä. Vastaukset ovat kattavia, mutta jälkikeskusteluissa nousi monia mielenkiintoisia aiheita, joita olisi voinut kysyä. Näin laajassa tutkimuksessa kaiken tutkiminen olisi kuitenkin ollut mahdotonta. Kysymyksiä oli ehkä hieman liikaa ja niitä olisi voinut hienosäätää. Myös kysymys 9 jäi hieman turhaksi, koska sen funktiona oli selvittää, onko vapaa-ajan sosiaalisen median käytöllä yhteys työajan käyttöön. Tutkimustulokset kuitenkin todistivat, että lähes kaikki käyttävät sosiaalista mediaa, joten vapaa-ajan käyttöä koskeva kysymys jäi hieman turhaksi.

Hiippakuntien välistä tutkimusta varten olisi myös pitänyt valita tarkempi joukko vastaajia. Vastaajien lukumäärän vaihdellessa ryhmien välinen vertailu on mahdotonta. Myös ikäryhmiä oli liikaa ja ne olisi pitänyt valita joidenkin selkeiden mitarien mukaan, jotta niitä olisi voinut käyttää analysoinnissa paremmin. Tuosta syystä yhdistelin ikäryhmiä, jotta pystyin tutkimuksessa tekemään tarkempaa analyysia.

## 8.4 Oma ammatillinen kasvu

Produktion tekeminen olisi ollut minulle luontevampaa, mutta haastaakseni ja kehittääkseni itseäni tulevana ammattilaisena – päätin tehdä opinnäytetyöksi tutkimuksen. Tutkimuksen tekeminen ei missään vaiheessa tuntunut helpolta, mutta se kehitti minun ammatillista kompetenssiani. Teorian kirjoittaminen oli oppimiseni kannalta yksi tärkeimmistä osista opinnäytetyötä. Sitä kirjoittaessa sain laajempaa ymmärrystä erityisesti kristillisen kasvatuksen pedagogisesta ulottuvuuteen sekä lasten ja nuorten psykologisesta ja sosiaalisesta kehityksestä. Tässä osassa opin erityisesti linkittämään sosiaalipuolen opinnot kristillisiin opintoihin.

Itse tutkimuksen tekeminen opetti minua toimimaan ammattimaisesti eri ihmisten kanssa. Yhteyden ottaminen hiippakuntiin kasvatti itsetuntoani ja ymmärrystä itsestäni tulevana ammattilaisena. Opinnäytetyön aikana sain myös harjoitella omien näkemyksieni esiintuomista ja niiden perustelua. En voi kehua, että olisin kehittynyt opinnäytetyötä tehdessä hyväksi tutkijaksi, mutta ainakin olen oppinut tutkimuksen rakenteesta paljon. Uskon, että tulevaisuudessa pystyisin tekemään paljon perustellumman tutkimuksen. En missään nimessä ole kuitenkaan pettynyt tähän tutkimukseen. Monissa kohdissa totean jopa olleeni hyvin ammattimainen. Loppujen lopuksi huomaan Harto Pönkän tutkimuksia lukiessani olevani vielä itsekkin hieman tietämätön sosiaalisesta mediasta kokonaisuutena ja sen tutkimuksista.

## 8.5 Jatkotutkimukset

Tutkimustuloksia analysoidessa nousi monia uusia jatkotutkimusvaihtoehtoja. Tarkempia vastauksia tavoitellessa tutkimusten tulisi olla tarkennettuja ja laadullisia. Tällaisilla tutkimuksilla saataisiin kattavaa tietoa esimerkiksi siitä, millaista sisältöä sosiaaliseen mediaan tuotetaan. Kuinka paljon nuoria kuuluu Facebook-ryhmään? Millaisia julkaisuja työntekijät tekevät sosiaaliseen mediaan? Millaiset kuvat toimivat Instagramissa?

Jatkotutkimuksena voisi tehdä myös tämän tutkimuksen kaltaisen jatkotutkimuksen johonkin muuhun seurakunnan työmuotoon esimerkiksi diakoniatyöhön. Olisi mielenkiintoista tietää miten sosiaalista mediaa voi hyödyntää muissakin työmuodoissa. Erityisen kiinnostavaa olisi tietää pappien sosiaalisen median käytöstä. Voisiko pappi tulevaisuudessa vihkiä esimerkiksi Skypen välityksellä?

## LÄHTEET

- Aalberg, Veikko & Siimes, Martti A. 2007. Lapsesta aikuiseksi: nuoren kypsyminen naiseksi tai mieheksi. Helsinki: Nemo.
- Ahjosaari, Mika 2010. Verkko selväksi: Kirkon nuorisotyönohjaajien käsitykset ja kokemukset verkkonuorisotyöstä Espoon ja Helsingin hiippakuntien alueella. Opinnäytetyö ylempi AMK. Viitattu 1.3.2015.  
[http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/23619/Ahjosaari\\_Mika.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/23619/Ahjosaari_Mika.pdf?sequence=1).
- Ammattinetti 2015. Nuoriso-ohjaaja. Viitattu 22.11.2015.  
[http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/304\\_ammatti](http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/304_ammatti).
- Diakonia-ammattikorkeakoulu 2015. Opetussuunnitelma 2015. Sosionomi (AMK) -kirkon nuorisotyön ohjaaja, 210 op. Viitattu 23.11.2015.  
<http://www.diak.fi/hakijalle/Hakeminen%20koulutukseen/Koulutusohjelmat/sosiaalialanko/Sivut/Sosionomi-AMK-kirkon-nt.aspx>.
- Ebrand Suomi Oy 2013. Suomessa asuvien 13–29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Viitattu 1.3.2015. <http://www.ebrand.fi/somejanuoret2013/>.
- Erkkola, Jussi-Pekka 2008. Sosiaalisen median käsitteet. Lopputyö. Opinnäytetyö taideteollinen korkeakoulu. Viitattu 28.2.2015.  
[https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/12480/optika\\_id\\_989\\_erkkola\\_jussi-pekka\\_2008.pdf?sequence=1](https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/12480/optika_id_989_erkkola_jussi-pekka_2008.pdf?sequence=1).
- Ev.lut. kirkko i.a. Kirkon nuorisotyönohjaaja. Viitattu 23.11.2015.  
<https://evl.fi/EVLfi.nsf/Documents/89817665AEBA5D77C225710E002640F4?OpenDocument&lang=Fi>.
- Harju, Eija 2011. Lasten oma kirkko netissä. Teoksessa Meri-Anna Hintsala, Esko Kähkönen & Teemu Pauha (toim.) Verkkoa kokemassa: Hengellisyys ja vuorovaikutus verkko yhteisöissä. Helsinki. Diakonia-ammatti korkeakoulu, 81–92.
- Hintsala, Anna-Meri 2011. Chatissa sunnuntaina: Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyön uusi ulottuvuus verkossa. Teoksessa Meri-Anna

- Hintsala, Esko Kähkönen & Teemu Pauha (toim.) Verkkoa kokemassa: Hengellisyys ja vuorovaikutus verkkoyhteisöissä. Helsinki. Diakonia-ammatti korkeakoulu, 67–80.
- Hintsala, Meri-Anna & Ketola, Kimmo 2012. Kohtaamista vai oikeaa tietoa? Kirkon työ sosiaalisessa mediassa työntekijöiden kokemuksissa. Viitattu 22.11.2015.  
[http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/A72035B2D2CFC55AC22579FA00453AAD/\\$FILE/HEV-raportti.pdf](http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/A72035B2D2CFC55AC22579FA00453AAD/$FILE/HEV-raportti.pdf).
- Hyyry, Sylvia 2013. Internetin käyttö kunnallisessa nuorisotyössä. Loppuraportti. Viitattu 1.3.2015.  
[https://docs.google.com/file/d/0B7LSQu0Vv3\\_UTGxqTIBWVvg5Rzg/edit](https://docs.google.com/file/d/0B7LSQu0Vv3_UTGxqTIBWVvg5Rzg/edit).
- Kallinen, Eija & Huttunen, Timo 2005. Ennen meitä – 100 vuotta kristillistä nuorisotyötä. Teoksessa Terhi Paananen & Hans Tuominen (toim.) Nuorisotyön käsikirja. Helsinki: Kirjapaja, 295–310.
- Kananen, Jorma 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä: Laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylä: JAMK
- Köykkä, Arto 2005. Rakkaus, Jumala ja kuolema – ehdotus nuorisotyön teologiaksi. Teoksessa Terhi Paananen & Hans Tuominen (toim.) Nuorisotyön käsikirja. Helsinki: Kirjapaja, 21–34.
- Lauha, Heikki 2013. Ajankohtaisia tutkimuksia nuorten netin käytöstä. Viitattu 1.3.2015. <http://www.verke.org/ajankohtaista/uutiset/item/273-ajankohtaisia-tutkimuksia-nuorten-netin-kaytosta>.
- Medialähetys Sanansaattajat - Sansa 2015a. Sansan historia. Viitattu 1.3.2015. <http://www.sansa.fi/sansan-historiaa.html>.
- Medialähetys Sanansaattajat - Sansa 2015b. Nuorten aikuisten toiminta. Viitattu 1.3.2015. <http://www.sansa.fi/uutiset-1/nuorten-aikuisten-toiminta.html>.
- Myllyniemi, Sami & Berg, Päivi 2013. Nuoria Liikkeelle. Nuorten vapaa-aikatutkimus 2013. Viitattu 1.3.2015. [https://tietoanuorista.fi/wp-content/uploads/2014/05/Nuoria\\_liikkeell%C3%A4\\_verkko.pdf](https://tietoanuorista.fi/wp-content/uploads/2014/05/Nuoria_liikkeell%C3%A4_verkko.pdf).

- Nurmi, Jari-Erik; Ahonen, Timo; Lyytinen, Heikki; Lyytinen, Paula; Pulkkinen, Lea & Ruoppila, Isto 2014. Ihmisen psykologinen kehitys. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Poster, Mark 1995. The Second Media Age. Cambridge: Polity Press.
- Pönkä, Harto 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Elisa E-kirja. Jyväskylä: Docendo.
- Pönkä, Harto 2015. Sosiaalisen median katsaus 02/2015. Viitattu 26.10.2015. [http://koulutus.purot.net/sosiaalisen\\_median\\_tilastoja](http://koulutus.purot.net/sosiaalisen_median_tilastoja).
- Räsänen, Antti 2008. Kristillinen kasvatus teoriassa ja käytännössä. Teoksessa Jouko Porkka (toim.) Johdatus kristilliseen kasvatukseen. Helsinki: Lasten Keskus, 287–304.
- Saarikoski, Petri 2013. Vuodatuksia laajakaistoilla. Teoksessa Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen (toim.) Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus Oy, 48–66.
- Sakasti 2010. Kirkon nuorisotyöntekijän ydinosaaminen. Viitattu 23.11.2015. [http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/F69989152F5F3B0AC2257744002BF5ED/\\$FILE/nuorisott\\_yo.pdf](http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/F69989152F5F3B0AC2257744002BF5ED/$FILE/nuorisott_yo.pdf).
- Sakasti i.a. Hankkeesta kirkon yhteiseksi verkkotyöksi. Viitattu 25.2.2015. <http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/sp3?open&cid=Content207EB6>.
- Sanastokeskus TSK 2010. Sosiaalisen median sanasto. TSK 40. Viitattu 28.2.2015. [http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen\\_median\\_sanasto](http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto).
- Statista 2014. Number of social network users worldwide from 2010 to 2018 (in billions) Viitattu 28.2.2015. <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.
- Suominen, Jaakko 2013a. Tyyntä myrskyn edellä. Teoksessa Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen (toim.) Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus Oy, 28–47.
- Suominen, Jaakko 2013b. Verkkovideoita joka tuubista. Teoksessa Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen (toim.)



- Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus Oy, 88–118.
- Suominen, Jaakko 2013c. Facebookin nousu ja surmaajan lataukset. Teoksessa Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen (toim.) Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus Oy, 119–145.
- Takamaa, Reijo; Grönholm, Niklas; Holländer, Ann-Mari; Jokela, Eero; Kähkönen, Noora; Varppula, Katri & Vinko, Tuula 2012. Tytöt & pojat seurakuntalaisina. Helsinki: Kirkkohallitus.
- Tilastokeskus 2014. Puolet suomalaisista yhteisöpalveluissa. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö. Viitattu 28.2.2015.  
[http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi\\_2014\\_2014-11-06\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_tie_001_fi.html).
- Tähkää, Ari; Taavitsalainen, Tiina; Lehtinen, Katja; Kallinen, Eija; Ojala, Sami; Jutila, Juha; Syrjä-Turpeinen, Sirpa; Tukeva, Pekka & Lampenius Simon 2012. Nuoret seurakuntalaisina. Helsinki: Kirkkohallitus.
- Vilkka, Hanna i.a. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Viitattu 30.9.2015. <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>.
- Östman, Sari 2013. Yhteiskunnasta kansalaisjournalismiin. Teoksessa Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski, Riikka Turtiainen (toim.) Sosiaalisen median lyhyt historia. Helsinki: Gaudeamus Oy, 67–87.

## LIITE 1: HIIPPAKUNTIIN LÄHETETTY SÄHKÖPOSTI

Hei olen Petteri Rantamäki sosionomi -kirkon nuorisotyönohjaaja opiskelija Kauniaisten Diakista. Olen valmistumassa syksyllä 2015 ja teen opinnäytetyönä tutkimusta sosiaalisen median käytöstä kirkon nuorisotyössä.

Jos olet kirkon nuorisotyönohjaaja toivon, että sinulla olisi hieman aikaa vastata tähän kyselyyn. Tutkimuksen tavoitteena on tukea erityisesti Medialähetys Sanansaattajien kehittämistyötä ja myös monen muun kirkon nuorisotyötä tukevan tahon työtä. Voit myös itse hyödyntää myöhemmin syksyllä julkaistavia tutkimustuloksia kehittäessäsi omaa työtäsi.

Tässä on linkki tutkimukseen

[https://fi.surveymonkey.com/r/sosiaalisen\\_median\\_tutkimus\\_kirkon\\_nuorisotyossa](https://fi.surveymonkey.com/r/sosiaalisen_median_tutkimus_kirkon_nuorisotyossa)

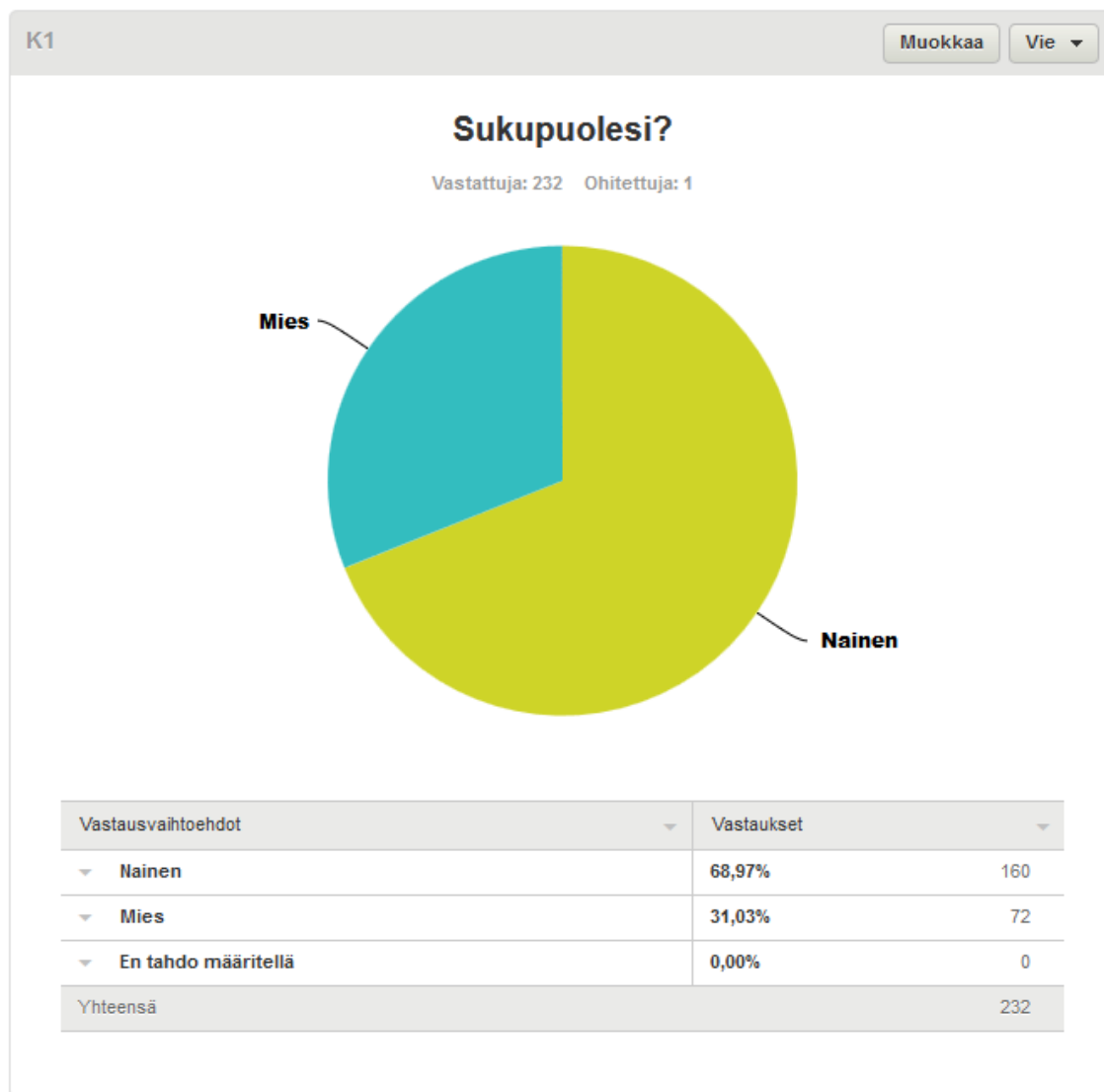
Vastausaikaa on 30.4.2015 asti.

Huomioithan, että jokaisella koneella voi vastata kyselyyn vain kerran. Kaikki vastaukset tulevat nimettöminä. Tutkimusalusta SurveyMonkey ei kerää myöskään vastaajien ip-osoitteita, joten vastaajien jäljittäminen on käytännössä mahdotonta.

Kiitos ajastasi. Kehitetään työtämme yhdessä!

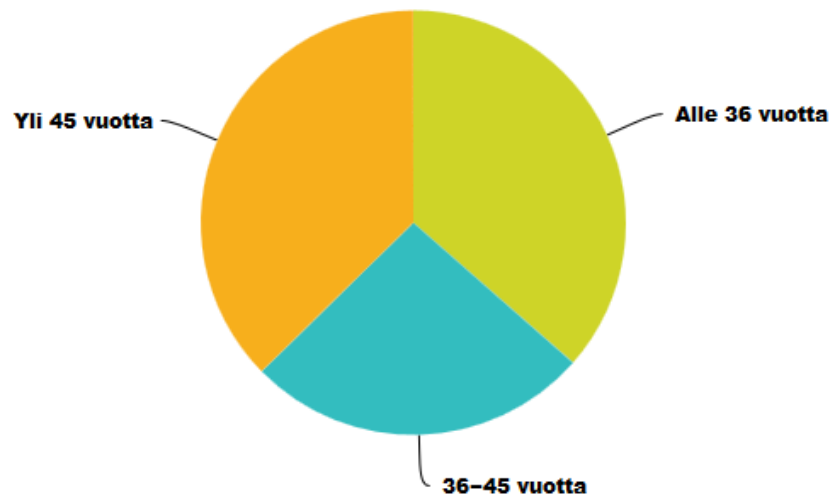
Terveisin Petteri Rantamäki.

## LIITE 2: KYSELYTUTKIMUS JA VASTAUKSET



## Mihin ikäryhmään kuulut?

Vastattuja: 233 Ohitettuja: 0



Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
▾ Alle 36 vuotta	36,48%	85
▾ 36-45 vuotta	26,18%	61
▾ Yli 45 vuotta	37,34%	87
Yhteensä		233

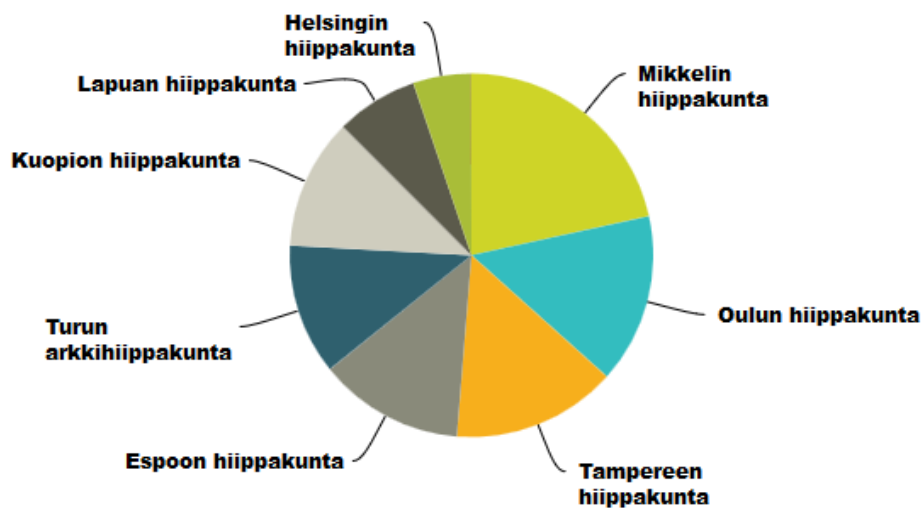
K3

Muokkaa

Vie ▾

## Työskentelyhiippakuntasi?

Vastattuja: 232 Ohitettuja: 1



Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
▼ Mikkelin hiippakunta	21,55%	50
▼ Oulun hiippakunta	15,09%	35
▼ Tampereen hiippakunta	14,66%	34
▼ Espoon hiippakunta	12,93%	30
▼ Turun arkkihiippakunta	11,64%	27
▼ Kuopion hiippakunta	11,64%	27
▼ Lapuan hiippakunta	7,33%	17
▼ Helsingin hiippakunta	5,17%	12
▼ Porvoon hiippakunta	0,00%	0
Yhteensä		232

[Kommentit \(1\)](#)

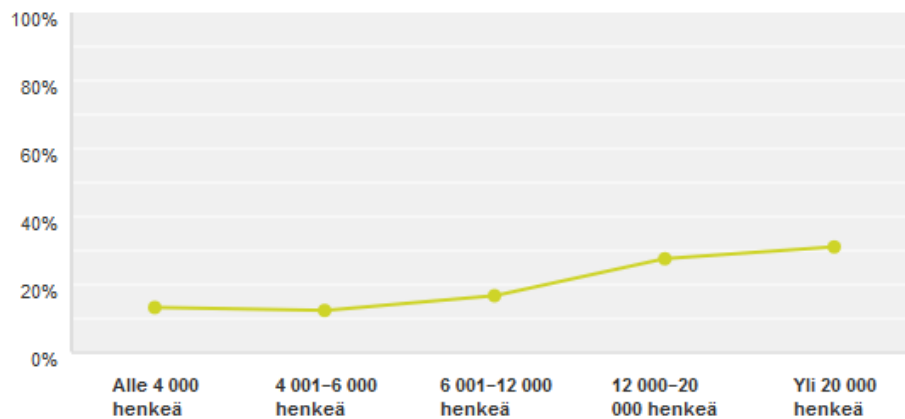
K4

Muokkaa

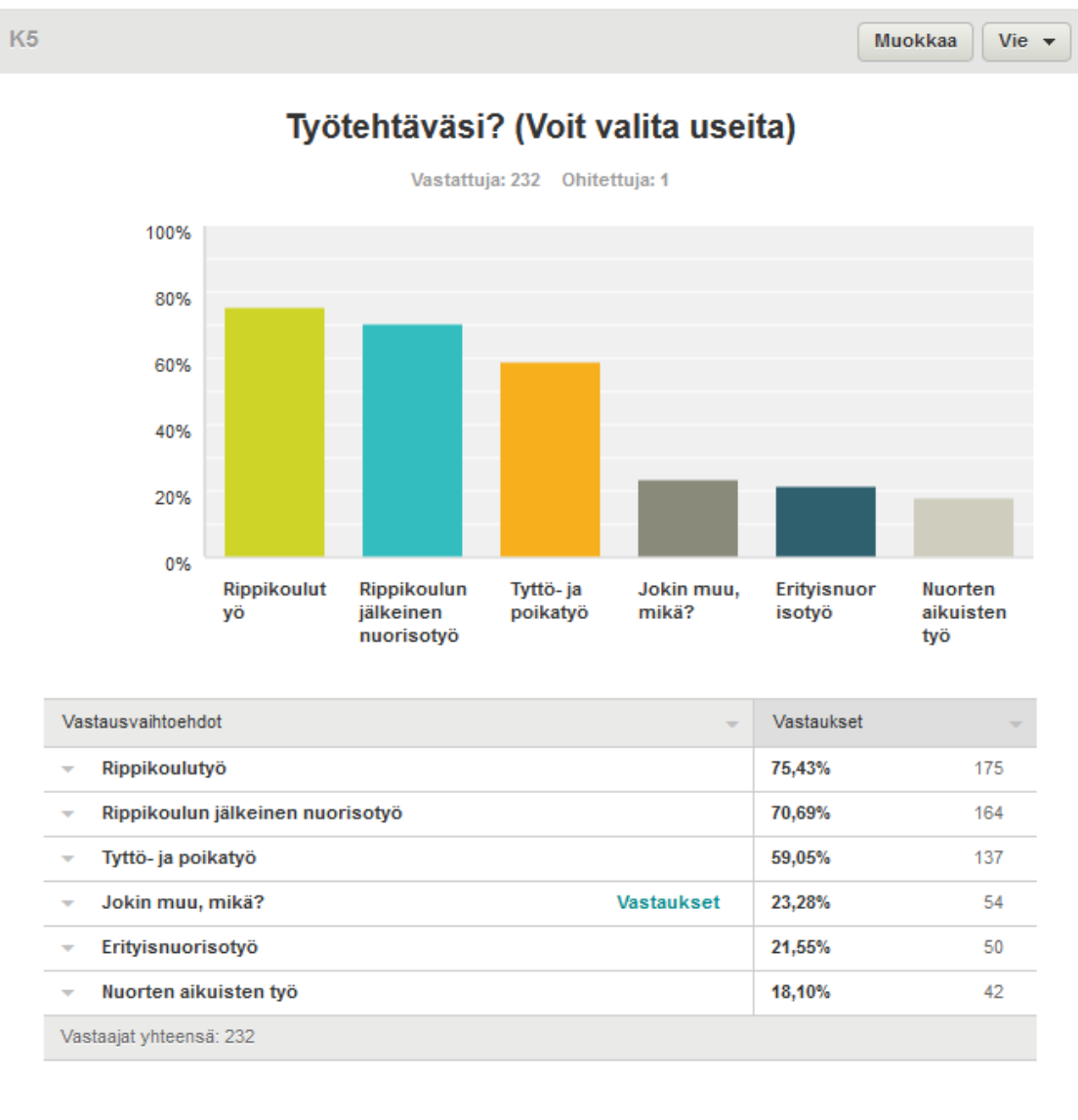
Vie ▾

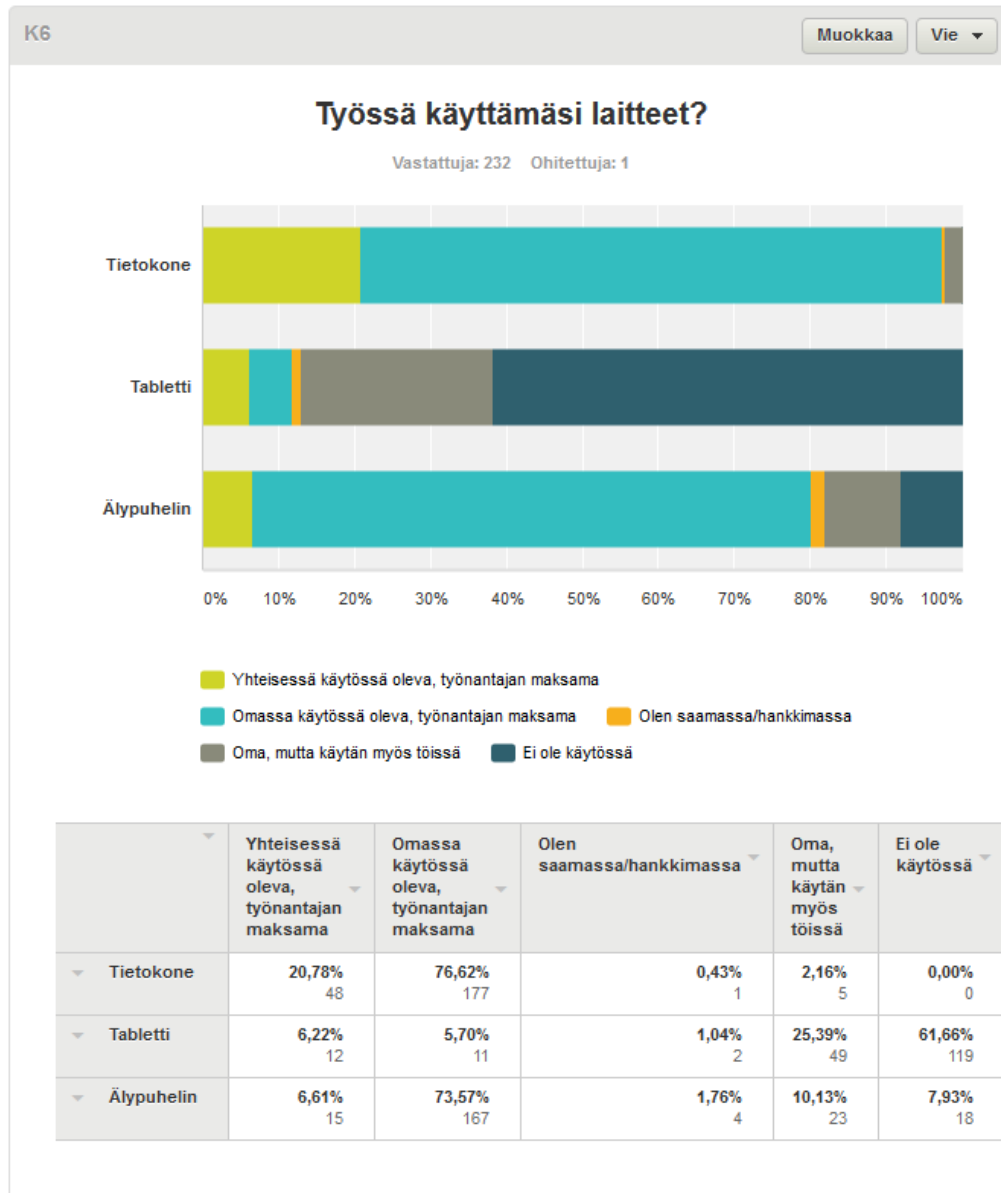
## Mihin kokoluokkaan seurakuntasi kuuluu?

Vastattuja: 230 Ohitettuja: 3



Vastausvaihtoehdot	Vastaukset	
Alle 4 000 henkeä	13,04%	30
4 001-6 000 henkeä	12,17%	28
6 001-12 000 henkeä	16,52%	38
12 000-20 000 henkeä	27,39%	63
Yli 20 000 henkeä	30,87%	71
<b>Yhteensä</b>		<b>230</b>







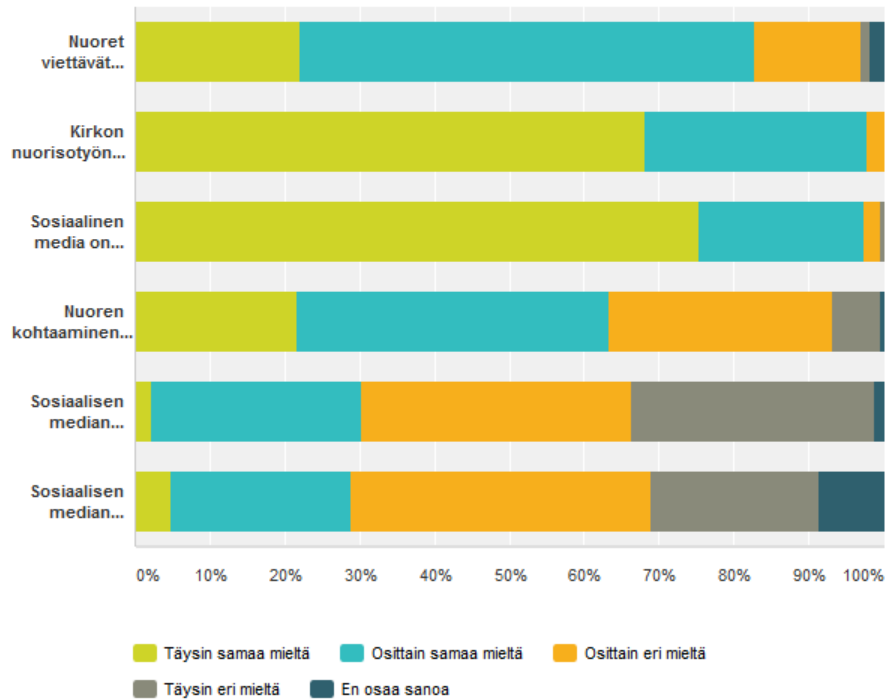
K7

Muokkaa

Vie ▾

## Valitse seuraaviin väittämiin sinulle sopivin vaihtoehto.

Vastattuja: 232 Ohitettuja: 1



	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Yhteensä	Painotettu keskiarvo
▼ Nuoret viettävät liikaa aikaa internetissä.	21,98% 51	60,78% 141	14,22% 33	1,29% 3	1,72% 4	232	1,95
▼ Kirkon nuorisotyön tulee toimia internetissä.	68,10% 158	29,74% 69	2,16% 5	0,00% 0	0,00% 0	232	1,34
▼ Sosiaalinen media on hyödyllinen työväline nuorisotyössä.	75,43% 175	21,98% 51	2,16% 5	0,43% 1	0,00% 0	232	1,28
▼ Nuoren kohtaaminen internetissä on yhtä arvokasta, kuin nuoren kohtaaminen kasvokkain.	21,55% 50	41,81% 97	29,74% 69	6,47% 15	0,43% 1	232	2,21
▼ Sosiaalisen median käyttäminen työvälineenä on hankalaa.	2,16% 5	28,14% 65	35,93% 83	32,47% 75	1,30% 3	231	3,00
▼ Sosiaalisen median koulutusta on tarpeeksi tarjolla seurakunnissa.	4,74% 11	24,14% 56	40,09% 93	22,41% 52	8,62% 20	232	2,88

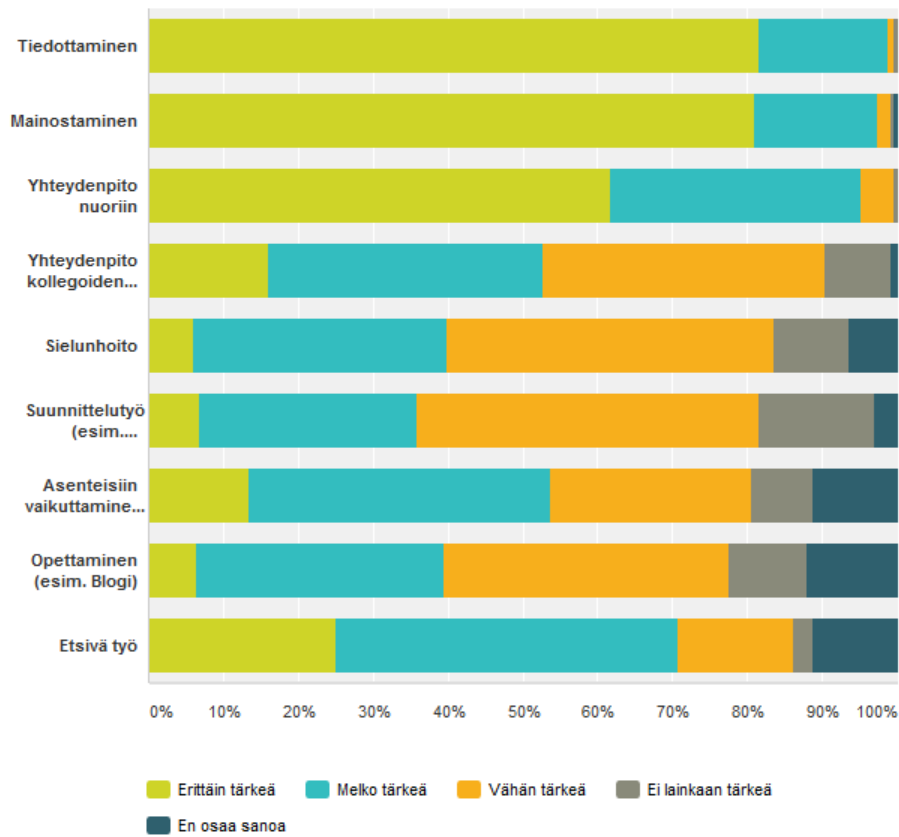
K8

Muokkaa

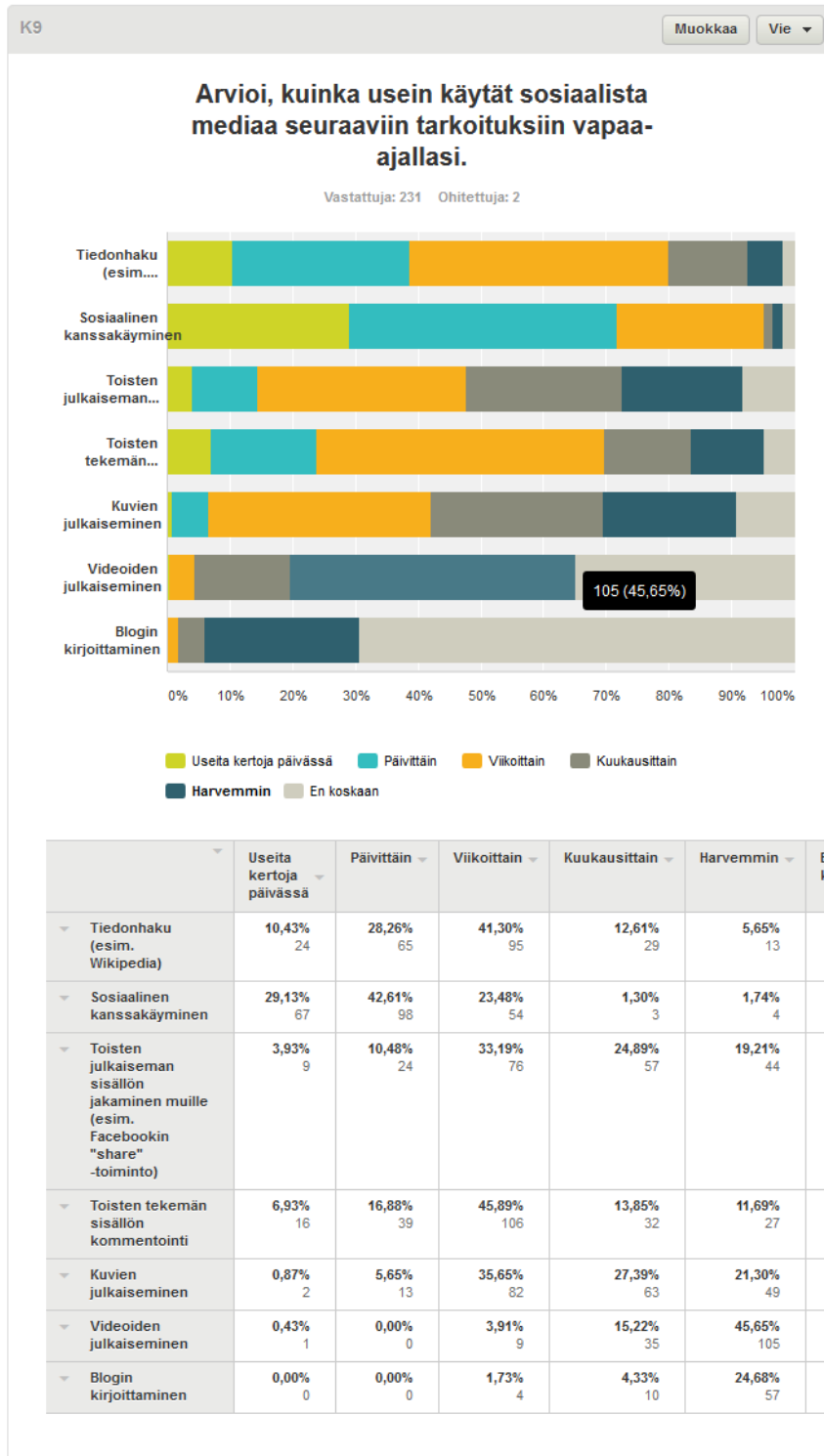
Vie ▾

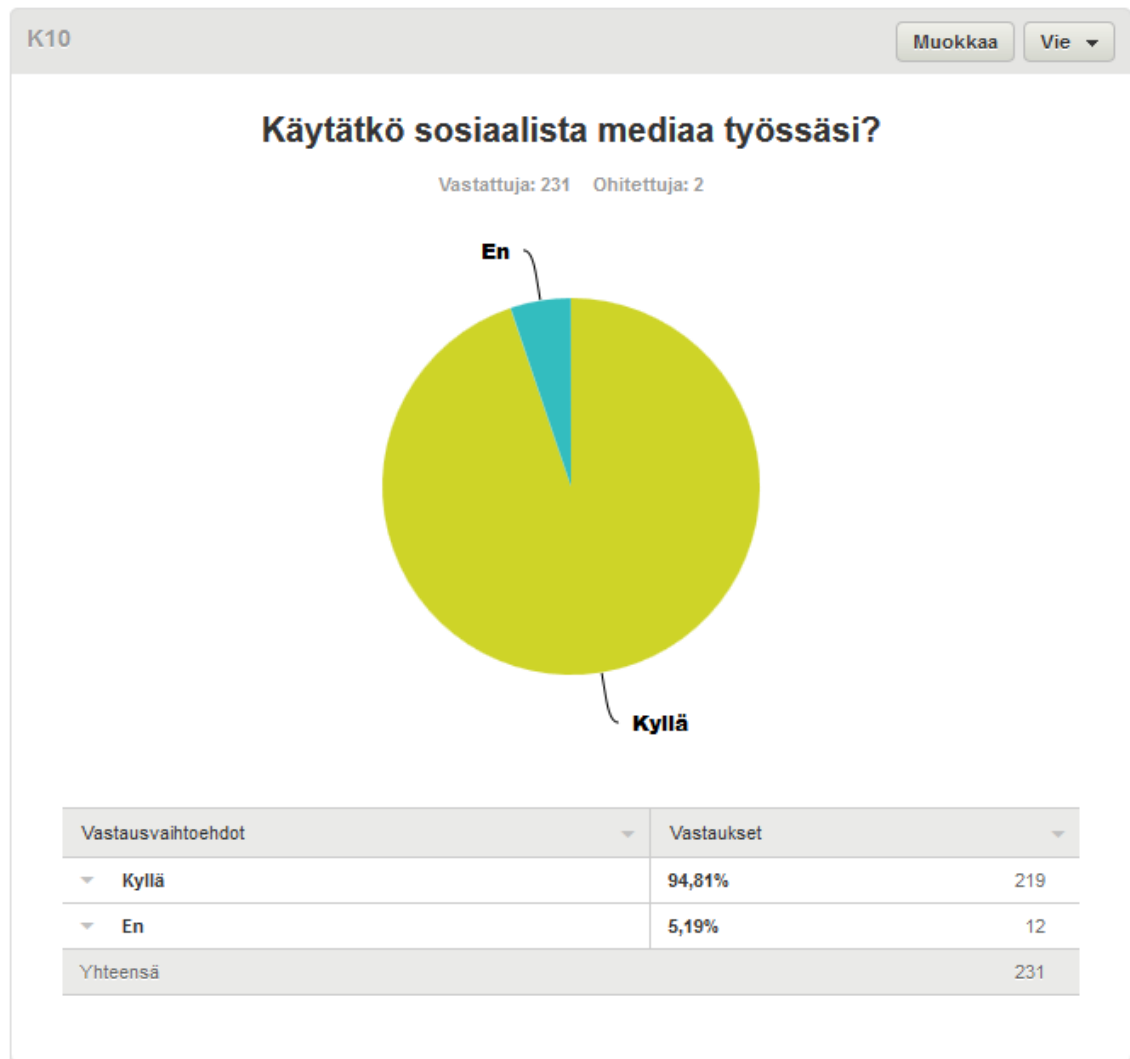
## Kuinka tärkeäksi koet sosiaalisen median käytön seuraavissa työtoiminnoissa?

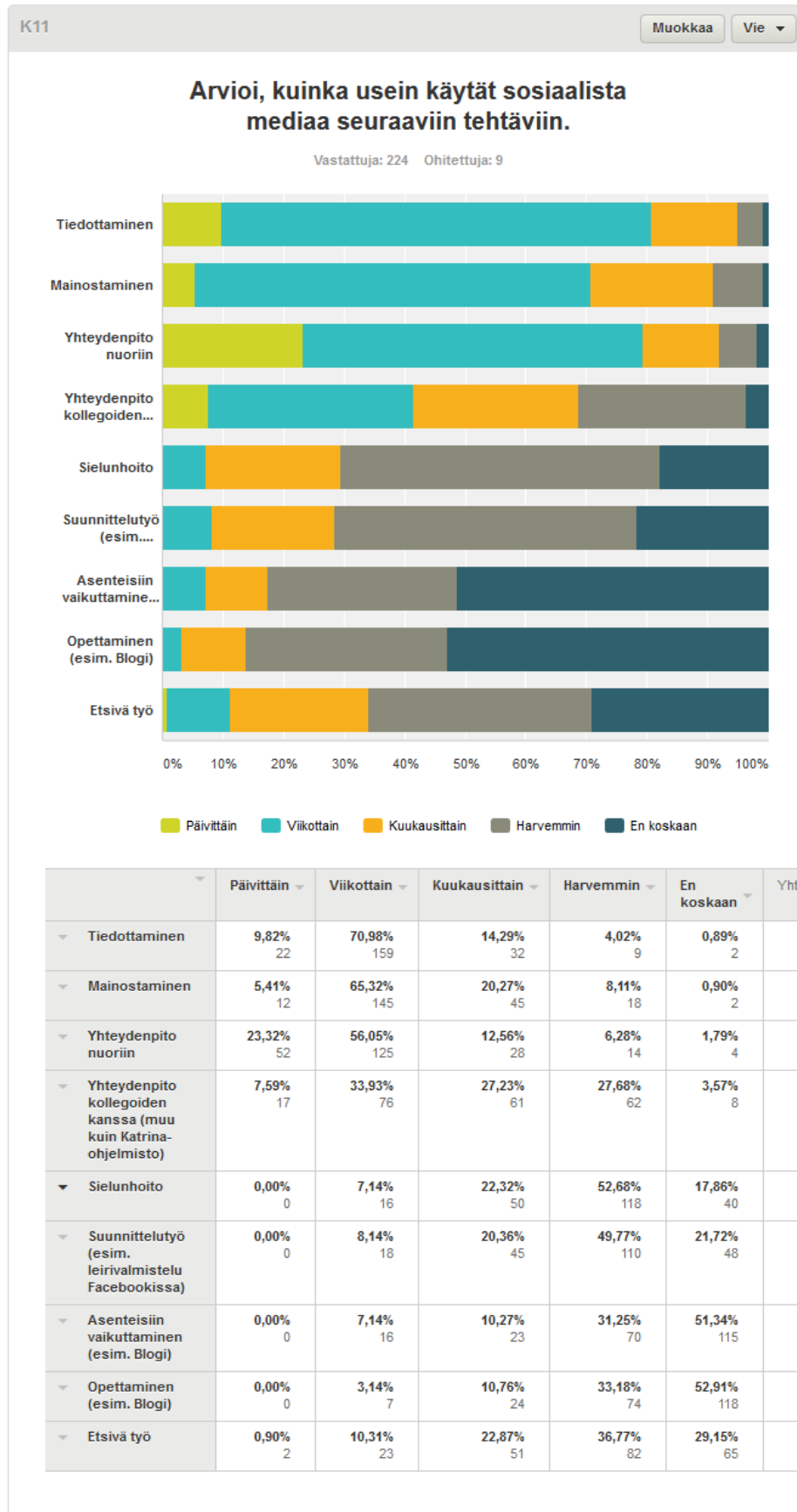
Vastattu: 232 Ohitettu: 1



	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Vähän tärkeä	Ei lainkaan tärkeä	En osaa sanoa	Yhteensä	Painotettu keskiarvo
Tiedottaminen	81,47% 189	17,24% 40	0,86% 2	0,43% 1	0,00% 0	232	1,20
Mainostaminen	80,95% 187	16,45% 38	1,73% 4	0,43% 1	0,43% 1	231	1,21
Yhteydenpito nuoriin	61,74% 142	33,48% 77	4,35% 10	0,43% 1	0,00% 0	230	1,43
Yhteydenpito kollegoiden kanssa (muu kuin Katrina-ohjelmisto)	16,09% 37	36,52% 84	37,83% 87	8,70% 20	0,87% 2	230	2,39
Sielunhoito	6,06% 14	33,77% 78	43,72% 101	9,96% 23	6,49% 15	231	2,62
Suunnittelutyö (esim. leirivalmistelu facebookissa)	6,90% 16	28,88% 67	45,69% 106	15,52% 36	3,02% 7	232	2,72
Asenteisiin vaikuttaminen (esim. Blogi)	13,42% 31	40,26% 93	26,84% 62	8,23% 19	11,26% 26	231	2,34
Opettaminen (esim. Blogi)	6,49% 15	32,90% 76	38,10% 88	10,39% 24	12,12% 28	231	2,60
Etsivä työ	25,00% 58	45,69% 106	15,52% 36	2,59% 6	11,21% 26	232	1,95







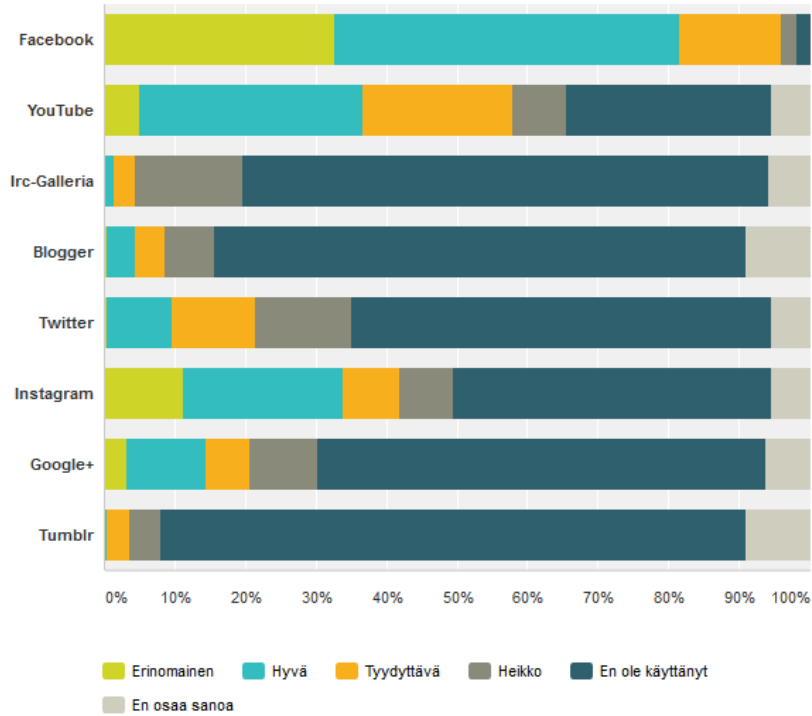
K12

Muokkaa

Vie ▾

## Arvioi seuraavien sosiaalisen median palveluiden toimivuutta työssäsi.

Vastattu: 223 Ohitettu: 10



	Erinomainen	Hyvä	Tyydyttävä	Heikko	En ole käyttänyt	En osaa sanoa	Yhteensä	Painotettu keskiarvo
Facebook	32,74% 73	48,88% 109	14,35% 32	2,24% 5	1,79% 4	0,00% 0	223	1,91
YouTube	4,93% 11	31,84% 71	21,08% 47	7,62% 17	29,15% 65	5,38% 12	223	3,26
Irc-Galleria	0,00% 0	1,35% 3	3,14% 7	15,25% 34	74,44% 166	5,83% 13	223	4,73
Blogger	0,45% 1	4,04% 9	4,04% 9	7,17% 16	75,34% 168	8,97% 20	223	4,68
Twitter	0,45% 1	9,09% 20	11,82% 26	13,64% 30	59,55% 131	5,45% 12	220	4,30
Instagram	11,26% 25	22,52% 50	8,11% 18	7,66% 17	45,05% 100	5,41% 12	222	3,56
Google+	3,15% 7	11,26% 25	6,31% 14	9,46% 21	63,51% 141	6,31% 14	222	4,27
Tumblr	0,00% 0	0,45% 1	3,15% 7	4,50% 10	82,88% 184	9,01% 20	222	4,87

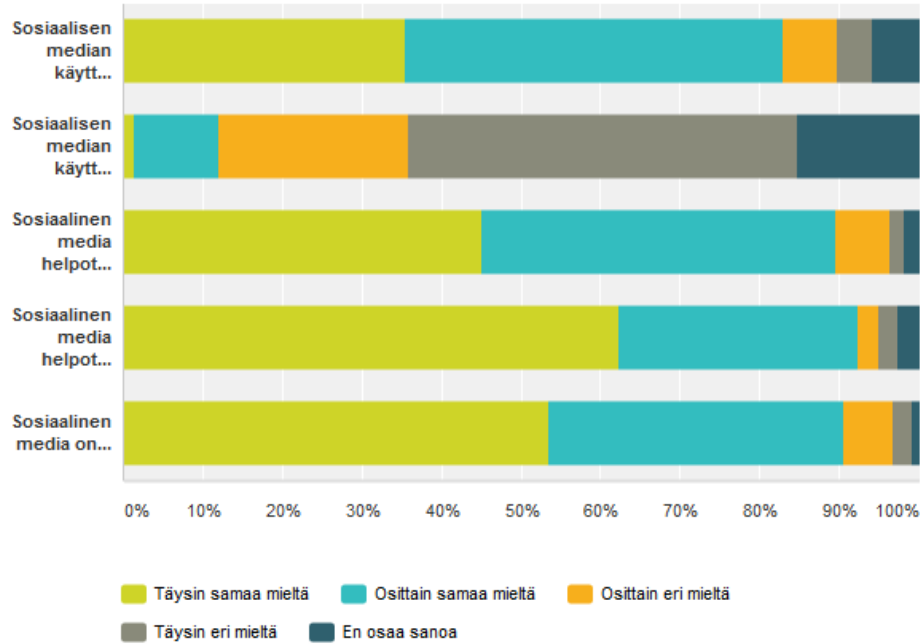
K13

Muokkaa

Vie ▾

## Arvioi seuraavien väitteiden paikkansapitävyyttä työssäsi.

Vastattuja: 223 Ohitettuja: 10



	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Yhteensä	Painotettu keskiarvo
▼ Sosiaalisen median käyttö on lähentänyt minua joidenkin nuorten kanssa.	35,43% 79	47,53% 106	6,73% 15	4,48% 10	5,83% 13	223	1,79
▼ Sosiaalisen median käyttö on etäännyttänyt minua joistakin nuorista.	1,35% 3	10,76% 24	23,77% 53	48,88% 109	15,25% 34	223	3,42
▼ Sosiaalinen media helpottaa ja nopeuttaa työtäni.	45,05% 100	44,59% 99	6,76% 15	1,80% 4	1,80% 4	222	1,65
▼ Sosiaalinen media helpottaa yhteydenpitoani nuoriin.	62,33% 139	30,04% 67	2,69% 6	2,24% 5	2,69% 6	223	1,43
▼ Sosiaalinen media on korvaamaton väline mainostamisessa.	53,60% 119	36,94% 82	6,31% 14	2,25% 5	0,90% 2	222	1,57

K14

Vie ▾

**Kuvaile 1-3 lauseella, miten sosiaalinen media on hyödyttänyt työskentelyäsi.**

Vastattu: 184 Ohitettu: 49

K15

Vie ▾

**Missä asioissa/tilanteissa suosittelisit sosiaalisen median käyttöä muille kirkon nuorisotyönohjaajille?**

Vastattu: 169 Ohitettu: 64



