

Satu Aulén-Kujala ja Minna Dahlbacka

# **Sosiaalisen median vaikutus nuorten vuorovaikutukseen, itsetuntoon ja tunteisiin**

Opinnäytetyö

Kevät 2018

SeAMK Sosiaali- ja terveysala

Sosionomi AMK

**SeAMK** 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU  
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Sosiaali- ja terveysala

Tutkinto-ohjelma: Sosionomi

Tekijä: Aulén-Kujala Satu, Dahlbacka Minna

Työn nimi: Sosiaalisen median vaikutus nuorten vuorovaikutukseen, itsetuntoon ja tunteisiin.

Ohjaaja: Rinne Päivi

Vuosi: 2018

Sivumäärä : 82

Liitteiden lukumäärä: 5

---

Tämä opinnäytetyö on laadullinen tutkimus, jonka tarkoituksena on selvittää, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren vuorovaikutukseen, itsetuntoon ja tunteisiin nuoren näkökulmasta. Opinnäytetyön aineiston hankinta toteutettiin teemahaastatteluilta, jotka toteutettiin 8 henkilön ryhmähaastatteluna, sekä 3 haastattelua pareittain ja/tai kolmen hengen ryhmissä. Kohderyhmänä oli 13–14-vuotiaat, seinäjokelainen yläkoulun 7. luokan oppilaat. Tutkimukseen osallistui viisi tyttöä ja kolme poikaa. Haastattelut suoritettiin koulussa, koulupäivän aikana.

Tutkimuksen lähtökohdissa esitellään tutkimuksen taustat ja tavoitteet, käytetyt menetelmät, tutkimuskysymykset sekä kerrotaan tutkimuksen eettisyydestä ja luotettavuudesta. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään sosiaalisen median historiaa ja nykytilaa sekä sosiaaliseen mediaan liittyviä alustoja ja sanastoa. Lisäksi teoriaosuudessa tuodaan esiin varhaisnuoruuden kehitysvaihetta, minäkuvaa ja itsetuntoa. Teoriaosuudessa käsitellään myös sosiaalista ja digitaalista vuorovaikutusta sekä tunteisiin liittyvää teoriaa.

Tutkimustuloksissa tulee esiin sosiaalisen median tärkeys nuorten keskuudessa. Sosiaalinen media koettiin kohtaamispaikkana ja yhteydenpidon väylänä ystäviin ja läheisiin. Sosiaalinen media koettiin paikkana, jossa on helpompaa puhua vaikeista asioista kuin kasvotusten, vaikka toisaalta kasvotusten tapahtuva kommunikointi koettiin luontevammaksi. Haastatteluun osallistuneet nuoret jakavat sosiaalisessa mediassa erilaista sisältöä, kuten kuvia itsestään. Näin ollen he ovat jatkuvan arvostelun kohteena, mutta eivät kokeneet sosiaalisen median suoranaisesti vaikuttavan itsetuntoon. Tuloksissa kuitenkin tuli esiin, että seuraajien kommentointi ja reagointi jaettuun sisältöön vaikutti ajatuksiin omasta itsestään, varsinkin tytöillä. Tutkimus osoitti, että sosiaalinen media herättää nuorissa paljon erilaisia tunteita; vahvoja, suuria ja myös vähäpätöisempiä tunteita.

Avainsanat: nuoret, sosiaalinen media, itsetunto, minäkuva, vuorovaikutus, tunteet

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Faculty: School of Health Care and Social Work

Degree programme: Degree Programme in Social Services

Author/s: Aulén-Kujala Satu, Dahlbacka Minna

Title of thesis: What kind of effects does social media have on the communication, self-esteem and feelings of youth?

Supervisor(s): Rinne Päivi

Year: 2018

Number of pages: 82

Number of appendices: 5

---

This thesis is a qualitative research with the purpose to investigate which kind of effect social media has on the communication, self-esteem and feelings of youth. We collected the information needed for this thesis by organizing 1 group interview with 8 persons and 3 interviews in groups of 2-3 persons. The information was collected by dividing the subjects in themes and using the themes as the basis for the questions asked. Our target group were 13-14 year old youngsters studying the seventh grade in a high school in the area of Seinäjoki. We had 8 participants in our study, out of which 5 were girls and 3 were boys. We carried out our study in the school environment during school time.

In the first chapter of this thesis there are an introduction to the context and frame of this study, an explanation of the method used, the research questions, as well as the ethical point of view and liability of this thesis. The theoretical part of this thesis investigates the theory of social media which includes its history and present, along with applications and vocabulary used nowadays. The theoretical part also brings up the development phase of early youth, self-image and self-esteem. Moreover, there is reference to the theory of social and digital communication and the theory of feelings.

The research results highlight the importance of social media among youth. Social media was seen to be the meeting place and a communication link between friends and close ones. The youth experienced social media as a place where it is easier to speak about complicated issues, than to do it face to face, although face to face communication was seen more natural in general. The youth that participated in this study were all used to share different types of content through social media, such as photos of themselves. By sharing content and photos they expose themselves to constant evaluation by others. Regardless of this the participants didn't feel that social media had direct effect on their self-esteem. The results of the study, nevertheless, told us that the comments and reactions to the shared content did have an effect on how they thought about themselves, and this came out especially from interviewing the girls. The study has shown that social media brings up many kind of feelings in youth such as strong, big and minor feelings.

Keywords: youth, social media, communication, self-esteem, self-image, feelings

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ .....	4
1 JOHDANTO.....	6
2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA SUUNNITTELU .....	8
2.1 Tutkimusaiheen tausta, valinta ja tavoite.....	8
2.2 Tutkimuskysymykset ja aiheen rajaus .....	9
2.3 Tutkimuksen aikataulu ja kulku .....	10
2.4 Tutkimusotteen valinta ja perustelu .....	11
2.5 Teemahaastattelu .....	12
2.6 Aineiston hankinta.....	13
2.7 Teemahaastattelun suunnittelu .....	14
2.8 Aineiston analysointi .....	16
2.9 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus .....	17
3 NUORI SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÄJÄNÄ.....	20
3.1 Sosiaalisen median määritelmä ja sen aikaisemmat muodot.....	20
3.2 Sosiaalinen media tänä päivänä .....	21
3.3 Sanasto ja sanojen määritelmät .....	22
3.4 Kanavat ja niiden määritelmät .....	23
3.5 Nykynuori sosiaalisen median käyttäjänä.....	26
4 NUOREN KEHITYS MATKALLA AIKUISUUTEEN.....	28
4.1 Nuoruus kehitysvaiheena .....	28
4.2 Nuoruus ja kaverisuhteet .....	29
4.3 Minäkuva .....	29
4.4 Itsetunto .....	31
5 NUORET VUOROVAIKUTUKSESSA SOMESSA .....	33
5.1 Sosiaalinen vuorovaikutus.....	33
5.2 Digitaalinen vuorovaikutus .....	33
5.3 Kiusaaminen verkossa .....	35

6	TUNTEET NUORUUDEN MYLLERRYKSESSÄ.....	37
6.1	Tunteiden määritelmä .....	37
6.2	Tunteet.....	37
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	40
7.1	Taustatiedot.....	40
7.2	Ryhmäkeskustelun toteutus .....	41
7.3	Parihaastatteluiden toteutus .....	42
8	TUTKIMUSTULOKSET .....	45
8.1	Käytetyimmät sosiaalisen median kanavat ja niiden tarkoitus .....	45
8.2	Sosiaalisen median tuottamat myönteiset ja kielteiset asiat .....	47
8.3	Sosiaalisen median vaikutus vuorovaikutukseen.....	48
8.4	Sosiaalisen median vaikutus nuoren itsetuntoon.....	50
8.5	Sosiaalisen median vaikutus nuoren tunteisiin .....	54
9	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	61
9.1	Vuorovaikutus .....	61
9.2	Itsetunto .....	63
9.3	Tunteet.....	65
10	POHDINTA .....	69
	LÄHTEET .....	71
	LIITTEET .....	76

## 1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on nykypäivänä iso osa arkielämäämme, varsinkin nuorten keskuudessa. Viestintäliigan (2017) tutkimuksen mukaan nuoret käyttävät keskimäärin kahdeksan tuntia vuorokaudesta sosiaalisessa mediassa. Tämän vuoksi tutkimusaiheemme on ajankohtainen. Sosiaalisessa mediassa tuotetaan, jaetaan ja kommentoidaan sisältöä. Sosiaalisessa mediassa ollaan siis jatkuvan arvostelun kohteena (Viljamaa 2017, 50). Yksi tutkimuskysymyksemme onkin, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren itsetuntoon ja ajatuksiin omasta itsestään.

Sosiaalinen media on kohtaamispaikka, jossa ollaan vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Tämä on myös nuorille luonnollinen tapa kommunikoida, koska he ovat kasvaneet suoraan digiaikaan. Yksi opinnäytetyömme tavoitteista on selvittää, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten vuorovaikutukseen, ja onko kasvotusten tapahtuvassa kommunikoinnissa eroa verkossa tapahtuvaan kommunikointiin. Opinnäytetyömme tavoitteena on myös selvittää, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten itsetuntoon ja minäkuvaan, mitä tunteita sosiaalisessa mediassa koetaan, sekä millaisia tunteita siellä herää.

Kohderyhmämme ovat iältään 13–14-vuotiaita, ja he elävät varhaisnuoruuttaan. Nämä nuoret kuuluvat myös sukupolveen, joita kutsutaan diginatiiveiksi (Torsti 2012; Suominen ym. 2013, 11–12). Tätä ikäluokkaa on tutkittu hyvin vähän aiheemme tiimoilta, ja tämä oli myös yksi syy kohderyhmämme valintaan.

Tutkimuksemme on laadullinen tutkimus ja haluamme tuottaa tutkimuksellamme tietoa nuorten kokemuksista sosiaalisesta mediasta ja sen vaikutuksesta vuorovaikutukseen, itsetuntoon ja tunteisiin. Emme pyri kuitenkaan yleistämään, vaan tuomaan esiin yksilöllisiä kokemuksia näistä aiheista. Todellisen elämän kuvaaminen on yksi lähtökohta laadullisessa tutkimuksessa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161). Opinnäytetyön tutkimusosassa esittelemme tutkimuksemme toteutusta, kuten tutkimusmenetelmän, tutkimuksemme taustan sekä kerromme tutkimuksemme eettisyydestä ja luotettavuudesta. Tutkimuksemme teoreettisessa viitekehyksessä olemme paneutuneet kohderyhmämme, eli varhaisnuorten kehitysvaiheeseen, minäkuvan

muodostumiseen ja itsetuntoon. Tarkastelemme teoriaosassa myös sosiaalisen median historiaa ja nykytilannetta, vuorovaikutusta ja tunteisiin liittyvää teoriaa. Tutkimustuloksissa tuomme esiin ryhmäkeskusteluissa ja teemahaastatteluissa saamamme tulokset, joita tarkastelemme johtopäätöksissä teoreettisen viitekehyksen avulla.

Koemme tutkimuksemme tarpeelliseksi nuorten kanssa toimiville sosiaalialan ammattilaisille sekä vanhemmille. Pyrimme tuomaan esiin nuoren kokemusta siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa heihin. Tämä ajankohtainen tieto auttaa meitä ammattilaisia, sekä muita aikuisia, ymmärtämään nuoren näkökulmaa sosiaaliseen mediaan. Tutkimuksemme tuottaa myös tietoa siitä, miksi sosiaalinen media koetaan tärkeäksi ja mikä siellä on tärkeää nuoren näkökulmasta.

## 2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT JA SUUNNITTELU

### 2.1 Tutkimusaiheen tausta, valinta ja tavoite

Tutkimuksen toteuttamiseen tarvitaan tutkimusongelma, joka usein muutetaan tutkimuskysymykseksi (Kananen 2014, 43). Tutkimuksemme tavoitteena on selvittää miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten tunteisiin, itsetuntoon ja kykyyn olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Vastauksia kysymyksiin haetaan aiheen teemoittelun avulla. Aihealueiksi olemme valinneet: sosiaalisen median käytön, vuorovaikutuksen, itsetunnon ja tunteet.

Kiinnostuksemme aiheeseen lähti liikkeelle Etelä-Pohjanmaan alueella työskentelevän kuraattorin pohdinnasta aiheen ympärillä kysyessämme häneltä toiveita tai ideoita tarpeellisesta tutkimuksesta. Kuraattori oli jo aikaisemmin miettinyt, että olisi mielenkiintoista saada tutkittua tietoa siitä, mitä tunteita nuorten sosiaalisen median käyttöön liittyy. Satu Aulén-Kujala toi asian julki opiskeluiden yhteydessä, ja kyseli muiden kiinnostusta aiheeseen. Tästä hetkestä yhteinen taipaleemme ja kiinnostuksemme aiheeseen alkoi kasvamaan, ja päätimme toteuttaa tutkimuksen opinnäytetyönä. Yhdessä pohdiskellessa saamamme idea syveni ja muotoutui tarkemmin, ja tunteiden lisäksi aiheeseen tulivat oleellisesti mukaan myös vuorovaikutus ja itsetunto. Sosiaalisen median runsaan käytön vuoksi meitä myös kiinnosti selvittää, miten se vaikuttaa nuorten kykyyn olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Itsetunnon rakentuminen kuuluu olennaisesti varhaisnuoruuden kehitysvaiheeseen ja me haluamme selvittää kuinka nämä yhdessä, sosiaalinen media ja nuoruuden kehitysvaihe, vaikuttavat itsetuntoon ja sen kehitykseen.

Tutkimuksemme kohderyhmäksi muotoutui 13–14 vuotiaat nuoret. Tutkimuskohteemme oli seinäjokelainen yläkoulu. Tutkimuksen mahdollistajana ja suurena apuna toimi 7:n luokan opettaja, johon saimme yhteyden edellä mainitun kuraattorin kautta. Haastattelut sovittiin toteutettavaksi kouluympäristössä, ja aikaa haastatetuille saimme koulupäivän aikana. Yläkoulu mahdollisti tarvittavat tilat haastatteluiden tekemistä varten. Haastateltaviksi pyrittiin saamaan sekä tyttöjä että poikia. Tut-



kimuksemme tavoite on saada lisätietoa nuorten sosiaalisen median käyttöön liittyvistä tunteista ja näiden tunteiden vaikutuksesta nuoren itsetuntoon sekä vuorovaikutukseen.

Aihe kiinnosti meitä molempia, koska tiesimme, että saisimme paneutua syvällisesti tunteiden kiehtovaan maailmaan ja samalla ottavamme suuren haasteen niitä tutkiesamme, koska aihe ei ollut helposti toteutettava.

Henkilökohtaisella tasolla halusimme haastaa oman sosiaalisen median kriittisyytemme sekä kerätä lisää tietoa, jotta voimme toimia paremmin nuorten kanssa tulevissa töissämme. Halusimme tietoa myös sosiaalisessa mediassa, eli somessa kohdattavista ongelmatilanteista. Tärkeänä pidämme nuoren omaa näkemystä sosiaalisessa mediassa toimimisesta ja siellä kohdattavista hankaluuksista sekä sen vaikutuksesta tunteisiin ja sitä kautta itsetuntoon.

Tämän lisäksi tiedossamme on, että tuleva työalamme on vahvasti sidottu teknologiaan ja sen ymmärtämiseen. Teknologia on osana kohtaamiemme ihmisten päivittäistä elämää, ja suuri osa väestöstä käyttää sosiaaliseen kanssakäymiseen apuna sosiaalista mediaa, varsinkin nuoret. Olemme sitä mieltä, että meidän sosionomien on oltava ajan tasalla ja ymmärrettävä sosiaalisen median vaikutuksia ihmisten elämään ja tunteisiin sekä itsetuntoon.

Tutkimuksella haluamme auttaa koulujen opetushenkilökuntaa, nuorten vanhempia ja tulevia ammattilaisia ymmärtämään lasten ja nuorten sosiaalisen median käyttöä, ja sitä, miksi se on tärkeää. Tutkimus antaa mahdollisesti myös lisätietoa sosiaalisessa mediassa tapahtuvasta kiusaamisesta ja sen yleisyydestä. Toivomme tutkimuksemme olevan jatkossa apuna, kun opettajat kohtaavat koulussa ongelmia jotka liittyvät sosiaalisen median käyttöön

## **2.2 Tutkimuskysymykset ja aiheen rajaus**

Päätutkimuskysymykset

Mitä sosiaalisen median kanavia nuoret käyttävät, ja mihin tarkoitukseen?

Miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten itsetuntoon, vuorovaikutukseen ja tunteisiin?

Alakysymykset

Mitä yhtäläisyyksiä tai eroja nuorten reaali- ja virtuaalimaailman vuorovaikutuksessa on?

Miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren käsitykseen omasta itsestään?

Millaisia tunteita nuoren sosiaalisen median käyttöön liittyy?

Selvitimme tutkimuksessamme pinnallisesti erilaiset nuorten käytössä olevat sosiaalisen median alustat ja kanavat. Rajasimme kuitenkin selvitystyön käytössä oleviin kanaviin, emmekä tutkineet syvemmin sitä, kuinka paljon aikaa nuoret viettävät sosiaalisessa mediassa. Perustelemme valintamme sillä, että ajankäyttöön liittyviä tutkimuksia on tehty jo useita, kuten SoMe ja Nuoret 2016 sekä Nyt-tutkimus.

Pysyimme tutkimuksessamme tunteisiin ja itsetuntoon vaikuttavien tekijöiden sekä vuorovaikutustaitojen sen hetkellisessä tilassa, emmekä analysoineet sitä, millaisena niiden vaikutukset näyttäytyvät varhaisaikuisuudessa ja aikuisiällä. Päädyimme rajaamaan tutkimusaiheemme pääkohdat niin, että käsittelemme sosiaalisen median kautta itsetuntoon vaikuttavia tekijöitä, mutta rajasimme aiheemme niin, ettemme analysoineet tekijöiden vaikuttavuutta itsetunnon kokonaisuuteen ja pysyvyyteen tai identiteettiin.

Toteutimme tutkimuksen peruskoulussa, koska siellä käy jokainen nuori, elämäntilanteesta riippumatta, eikä sinne valikoiduta kiinnostusten tai käytettävien resurssien mukaan.

### **2.3 Tutkimuksen aikataulu ja kulku**

Opinnäytetyömme suunnittelu alkoi kesällä 2017. Työstimme tutkimusta koko syksyn ja talven 2017–2018 saaden opinnäytetyön valmiiksi keväällä 2018.

Kevät 2017: Opinnäytetyön aiheen syntyminen ja hyväksyttämien

Kesä 2017: Opinnäytetyön suunnitelman teko

Syksy 2017: Suunnitelman esitys ja teoreettisen viitekehyksen rakentaminen

Talvi/Kevät 2017: Tutkimuslupa koululta, suostumuslomake oppilaiden vanhemmilta ja oppilailta, haastattelurungon rakentaminen

Helmikuu 2018: Seminaari 1.

Maaliskuu 2018: Empiirisen aineiston keruu

Huhtikuu 2018: Seminaari 2.

Huhtikuu 2018: Työn loppuun saattaminen ja raportointi

Laadimme yhteistyötahoa varten tutkimuslupalomakkeen, jossa pyysimme suostumusta tutkimuksen tekemiseen heidän yksikössään. Tutkimusluvan tuli olla varmistettu ennen tutkimuspäivän päättämistä ja opiskelijoiden suostumuslomakkeiden lähettämistä. Tämän lisäksi teimme yhteistyösopimuksen yhteistyötahon kanssa.

Veimme koululle tutkimuslupalomakkeet, jotka jaettiin luokanohjaajan toimesta oppilaiden vanhemmille. Suostumuslomakkeessa pyysimme suostumusta nuoren osallistumisesta tutkimukseemme. Kerroimme suostumuslomakkeessa, että tulemme tekemään ryhmähaastattelun sekä satunnaisen määrän parihaastatteluja.

## **2.4 Tutkimusotteen valinta ja perustelu**

Opinnäytetyömme on laadullinen tutkimus. Haluamme tuoda tutkimuksellamme esiin nuorten kokemuksen sosiaalisen median vaikutuksesta tunteisiin ja myös ymmärtää sitä syvällisesti. Todellisen elämän kuvaaminen on yksi lähtökohta laadullisessa tutkimuksessa. Pyrimme tutkimaan tätä ilmiötä kokonaisvaltaisesti, kuitenkin yleistämättä. (Hirsjärvi ym. 2009, 161.)

Sosiaalisen median vaikutuksesta nuoren tunteisiin ja itsetuntoon ei juurikaan ole tutkittua tietoa, myös sen vuoksi valitsimme kvalitatiivisen tutkimusotteen. Kvalitatiivista tutkimusta käytetään silloin, kun ilmiöstä ei ole teorioita (Kananen 2014, 16.). Trochim (2006) mukaan myös yksi tärkeä syy laadullisen tutkimuksen tekemiseen

on saada enemmän tietoa ja kokemusta ilmiöstä, josta olemme kiinnostuneita. Ennen tutkimusta tuli tutustua syvemmin ilmiöön sekä havainnoida ympäristömme nuoria, heidän sosiaalisen median käyttöään sekä tutustua käytettyihin alustoihin. Kvalitatiiviselle tutkimukselle tyypillisiä tiedonkeruumenetelmiä ovat havainnointit, haastattelut, teemahaastattelut ja erilaiset dokumentit (Kananen 2014, 42). Me käytimme opinnäytetyössämme tiedonkeruumenetelmänä teemahaastattelua.

## 2.5 Teemahaastattelu

Käytimme aineistonkeruumenetelmänä teemahaastattelua, jonka teemat vakiintuivat ryhmäkeskustelun perusteella. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Tällöin haastattelukysymykset ovat kaikille samat, mutta haastateltavat vastaavat kysymyksiin omin sanoin (Eskola ja Suoranta 1998; Hirsjärven & Hurmeen 2008, 47 mukaan). Kysymykset voivat olla ennalta tehtyjä, mutta haastattelija voi muuttaa niiden muotoja tarvittaessa ja esittää lisäkysymyksiä. Teemahaastattelussa edetään keskustellen asioista teemoittain yksityiskohtaisten kysymysten sijaan (Hirsjärvi & Hurme 2015, 47–48). Puolistrukturoitu haastattelu ei ole lainkaan kankea menetelmä; siinä on runko, mutta haastattelussa edetään kuitenkin haastateltavan tuottaman tuotoksen mukaan. Runko suunniteltiin teemoittain, runkomme koostui ryhmäkeskusteluissa nousseista seikoista sekä aiheista, jotka olimme teemoitelleet etukäteen. Teemoinamme ovat käytetyimmät sosiaalisen median kanavat, sosiaalisen median tuottamat positiiviset vaikutukset ja tunteet, kielteiset vaikutukset ja tunteet, kuvien julkaisu ja jakaminen, vuorovaikutus ja kohtaaminen verkossa vs. kasvotusten. Teemahaastattelun avulla tavoitteenamme oli päästä kiinni nuoren tuottamaan kokemustietoon, jota strukturoidulla kyselylomakkeilla emme olisi saaneet esille.

Keräsimme empiirisen osan teemahaastatteluilla. Näin pystyimme samalla havainnoimaan tutkittavia. Kvalitatiivisen tutkimuksen piirteisiin kuuluu, että pyritään keräämään tieto mieluummin keskustelemalla kuin mittausvälineillä (Hirsjärvi ym. 2009, 164). Lähestymistapamme valitsimme siitä syystä, että halusimme saada syvennettyä ja yksityiskohtaista tietoa siitä, minkälaisia tunteita sosiaalisen median käyttö he-

rättää nuorissa. Tähän koimme haastattelun ja ryhmässä toteutetun keskustelun olevan sovelias tapa tuottaa kokemustietoa. Haastattelemalla saimme myös motivoitua osallistujia ja tämän vuoksi emme käytä varsinaisen tiedon keruuseen kyselylomaketta.

## 2.6 Aineiston hankinta

Primääristä aineistonkeruuta ovat muun muassa havainnoinnit, haastattelut ja kyselyt (Kananen 2014, 42). Keräämme työn empiirisen aineiston teemahaastatteluilla, jotka toteutamme ryhmäkeskustelulla ja parihaastatteluilla. Haastattelu mahdollistaa haastateltavan tuomaan oma kokemus esiin avoimesti ja samalla saadaan myös tarvittaessa selvennystä ja syvyyttä asiaan (Hirsjärvi & Hurme 2015, 35). Haastattelussa ollaan konkreettisesti vuorovaikutuksessa haastateltavien kanssa, jolloin pystyimme samalla havainnoimaan heitä. Kvalitatiivisen tutkimuksen piirteisiin kuuluu, että pyritään keräämään tieto mieluummin keskustelemalla kuin mittausvälineillä. (Hirsjärvi ym. 2009, 164).

Saimme tutkimuskohteeksemme seinäjokelaisen yläkoulun 7-luokan oppilaat, josta pyrimme saamaan koko luokan ryhmähaastatteluun ja vapaaehtoisia parihaastatteluihin. Tutkimukseen ei kuitenkaan ollut halukas osallistumaan koko luokka. Osallistujia oli lopulta yhteensä kahdeksan, 3 poikaa ja viisi tyttöä. Koska kyseessä on alaikäisiä, tuli asiasta tiedottaa myös heidän vanhempiaan sekä saada heiltä lupa haastatteluun. Tutkittaville annettiin mahdollisuus myös perääntyä tutkimuksesta, jos heistä siltä tuntui. Kukaan ei kuitenkaan halunnut perääntyä. Aineiston keruu vaati kaksi tapaamiskertaa oppilaiden kanssa, ensimmäisellä kerralla toteutettiin osallistujien kanssa ryhmäkeskustelu ja seuraavalla kerralla parihaastattelut. Ryhmähaastattelun toteutimme haastattelemalla tyttöjä ja poikia samalla kertaa. Haastateltavien määrään vaikuttaa opiskelijoiden halukkuus osallistua parihaastatteluihin, sekä käytössä oleva aika. Tiedostimme, että haastattelu on aikaa vievä prosessi, jonka vuoksi emme voineet ottaa parihaastatteluihin koko ryhmää. Pyrimme kuitenkin innostamaan mukaan puolet ryhmän oppilaista, jotta saisimme kerättyä tietoa mahdollisimman laajasti.

Jos aineisto ei tuota vielä teoreettisia ja tarpeeksi merkittäviä tuloksia, olisi tullut pohtia tuleeko aineistoa hankkia lisää. Oli kuitenkin huomioitava, että aiheemme on laaja ja siitä voi olla paljon erilaisia tuntemuksia ja kokemuksia, jolloin saturaation tavoittelu voi olla turhaa. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 60.)

Tarkoituksenamme oli saada monipuolinen otanta ryhmästä, jotta se kuvaisi mahdollisimman hyvin koko luokkaa. Tämä tarkoittaa, että haastateltavilla saisi olla erilaisia kokemuksia ja tunteita sosiaalisesta mediasta. Otantamme olisi harkinnanvarainen, tai pikemminkin kyse on Hirsjärven ja Hurmeen (2015) mukaan ”harkinnanvaraisesta näytteestä, koska tilastollisten yleistysten sijasta pyritään ymmärtämään jotain tapahtumaa syvällisemmin, saamaan tietoa jostakin paikallisesta ilmiöstä tai etsimään uusia teoreettisia näkökulmia tapahtumiin ja ilmiöihin”. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 58–59).

Tämän lähestymistapamme valitsimme siitä syystä, että halusimme saada syvennettyä ja yksityiskohtaista tietoa siitä, minkälaisia tunteita sosiaalisen median käyttö herättää nuorissa, miten vuorovaikutus verkossa ja reaali maailmassa linkittyvät toisiinsa sekä miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren itsetuntoon ja ajatuksiin itseltään. Tutkimuskohteenamme ovat nuoret ja haluamme ymmärtää heitä, joten koimme, että parihaastattelu ja keskustelumuotoinen ryhmätapaaminen olivat sovelias tapa tuottaa kokemustietoa ja työskennellä nuorten kanssa. Päädyimme parihaastatteluun yksilöhaastattelun sijaan, koska tiesimme nuorten olevan rohkeampia ja avoimimpia yhdessä kaverin kanssa.

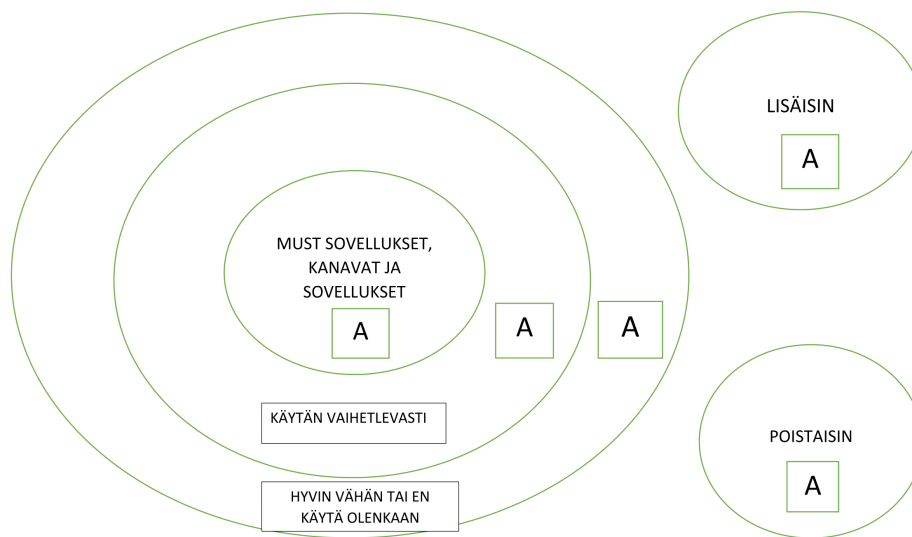
## **2.7 Teemahaastattelun suunnittelu**

Teemahaastattelu aineistomme koostuu kahdesta eri osasta, ja kahtena eri päivänä. Ensimmäisenä päivänä toteutettiin ryhmähaastattelu, joka tehtiin koko ryhmän kanssa, kahdeksan oppilaan ryhmässä. Toisena haastattelupäivänä toteutimme parihaastattelut, joiden tavoitteena on syventää ryhmähaastatteluista saatua tietoa. Pareja tuli lopulta 3, nuoria oli yhteensä 8.

Olimme varanneet ryhmähaastattelua varten 60 minuuttia, joka olikin riittävä aika ryhmähaastatteluun. Alun perin haastattelu oli tarkoitus toteuttaa kahdessa erässä, jakaen tytöt ja pojat eri ryhmiin. Toive ryhmiin jaosta tuli luokan opettajalta. Hän perusteli ehdotuksensa sillä, että saamme näin rehellisempiä vastauksia, ja keskustelu on avoimempaa. Koska osallistumishalukkuutta oli vain kahdeksalla oppilaalla, ja haastatteluryhmä koostuikin kahden eri luokan oppilaista, niin päädyimme lopulta opettajan kanssa siihen, että toteutamme keskustelun yhdessä ryhmässä ja kaikki samalla kertaa.

Ryhmähaastattelussa avasimme ensiksi aiheemme yleisellä tasolla, jonka jälkeen pyrimme motivoimaan ryhmää miettimään aiheitamme syvemmin. Tämän jälkeen teimme yhteistehtävän, jonka kautta pyrimme saamaan yleistä tietoa sosiaalisessa mediassa käytössä olevista kanavista ja niiden käyttötarkoituksista. Tämän toteutimme antaen kaikille mahdollisuuden vastata kysymyksiin suoraan ryhmäkeskustelussa tai anonyymisti tarrakiinnityslapuille lisäämällä näitä asioita kanavapohjalle (KUVIO 1). Tällä pyrimme siihen, että jokainen uskaltaisi vastata rehellisesti ja aidosti aiheisiin. Ryhmäkeskustelussa selvitimme sosiaalisessa mediassa käytössä olevat kanavat, ja kysyimme kanavista tarkentavia kysymyksiä. Pyrimme saamaan vastauksia myös siihen, mikä sosiaalisessa mediassa on hyvää, mikä huonoa, sekä mitä pitäisi lisätä tai poistaa. Lopuksi purimme tehtävän yhdessä ryhmän kanssa, ja esitimme lisäkysymyksiä aukko kohtiin, jotta saimme täydennystä vielä askarruttamaan jääneisiin kohtiin. Tulevia parihaastatteluja varten annoimme vielä nuorille kotitehtävän, jossa heidän tuli seuraavien päivien aikana, kiinnittää huomiota omiin tunteisiinsa sosiaalisen median käytön yhteydessä. Esiin tulleita ajatuksia oli tarkoitus käyttää tutkimustiedon tukena parihaastatteluissa.

Parihaastatteluissa syvensimme itsetuntoon, tunteisiin ja vuorovaikutuksesta saatua tietoa. Parihaastatteluissa oli tärkeää luoda luottamuksellinen ilmapiiri, jotta nuoret uskalsivat puhua avoimesti ja rehellisesti. Nuoret saivat itse päättää parit ja pienryhmänsä. Parihaastattelumme etenivät valittujen aiheiden ja teemojen mukaan, mutta kuitenkin niin, että keskustelun määrittäjänä ja eteenpäin viejänä toimii nuori itse. Halusimme edetä haastattelussa heidän lähtökohdistaan, ja ohjailimme aihetta vain, jos se poikkesi liikaa tarkoitetusta suunnasta



KUVIO 1. Ryhmähaastattelun kanavapohja

## 2.8 Aineiston analysointi

Kanasen teoksessa (2014, 18) mainitaan Creswellin (2007) mukaan tyypillisiä ominaisuuksia laadulliselle tutkimukselle. Tässä kerrottiin, että kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston analyysi on induktiivista, rekursiivista ja interaktiivista. Induktiivinen aineiston analyysi on aineistolähtöistä, eli lähdetään haastateltavien tuottamista kokemuksista teoriaan. Rekursiivinen tarkoittaa palautuvaa ja interaktiivinen vuorovaikutteista. (Kananen 2014, 18.)

Hirsijärven ym. (2009, 224) mukaan aineiston analyysitavat voidaan jakaa karkeasti kahteen tapaan: selittämiseen ja ymmärtämiseen, joka on yleinen laadullisissa tutkimuksissa. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa analysoidaan jatkuvasti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on vaikeaa määritellä, mitä tietoa ja paljonko tietoa tarvitaan, tämän vuoksi tiedonkeruu ja analyysi vuorottelevat useamman kerran (Kananen 2014, 99). Toteutimme ryhmäkeskustelun ja haastattelut eri päivinä, joka mahdollistaa meille ryhmäkeskustelun purkamisen ja analyysin aloituksen ennen varsinaisia haastatteluja.



Kerätty aineisto, eli teemahaastattelusta saatu aineisto litteroitiin tekstimuotoon. Haastattelu tulee käydä läpi tarkasti. Sen jälkeen on koodausvaihe, jolloin tekstiä tarkastellaan tutkimusongelman ja – kysymysten näkökulmasta ja pyritään löytämään sellaiset kokonaisuudet, jotka liittyvät ilmiöön. Aineistoa jäsennellään ja järjestellään. Koodauksen jälkeen ne luokitellaan vielä omiin ryhmiinsä, jolloin on hyvä pitää mielessä tutkimusongelma ja – kysymykset. (Kananen 2014, 100.)

Käytimme analyysiin triangulaatiota. Tämä tarkoittaa useamman menetelmän käyttöä (Metsämuuronen 2006, 254) Luokittelimme ja listasimme ensin ryhmäkeskustelusta saadun informaation. Sen jälkeen kuvailimme haastattelujen perusteella nuorten kokemuksia aiheista. Huomioimme, että jokaisen nuoren vastaus perustuu heidän omaan subjektiiviseen kokemukseensa. Pelkän haastattelun perusteella emme kuitenkaan pysty tutkimusongelmaamme selvittämään, joten meidän tuli perehtyä aiheeseen liittyviin teorioihin sekä tutkimuksiin. Lopuksi analysoimme ja tulkitsimme saamaamme tietoa teoreettisen viitekehyksen avulla. Analysoimme teoriaa suhteessa saatuun tietoon käymällä läpi teoriaa yksityiskohtaisesti nostamalla sieltä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia esiin.

## **2.9 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus**

Eettiset kysymykset liittyvät kaikkiin tutkimusprosessin vaiheisiin, aihe, strategia ja valittu menetelmä määrittävät sen, mitkä eettiset kysymykset ovat erityisen tärkeitä. Tutkijan on noudatettava koko prosessin ajan hyvän tieteellisen käytännön tapoja, riippumatta tutkimuksen aiheesta tai menetelmästä. (Jyväskylän yliopisto 2009.) Tutkijoina meillä on eettinen velvollisuus esittää mahdollisimman varmaa ja todennettua tietoa. Tutkijan on annettava tutkittaville tarpeellinen informaatio tutkimuksesta, jotta tutkittava tietää mihin on osallistumassa ja mitä se häneltä vaatii. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 20.). On kuitenkin vältettävä johdattelemasta osallistujaa. Haastattelutilanteessa on vältettävä ehdottomasti haastattelun "saastuttamista". Tällä tarkoitetaan, että tutkijan läsnäolo aiheuttaa tilanteen, jossa haastateltava voi yrittää miellyttää tutkijaa vastauksillaan. (Kananen 2014, 85.)

Kun tutkimus kohdistuu ihmisiin, on tärkeää huomioida eettiset periaatteet. Kunnioitamme tutkimuksessamme ihmisarvoa, joka kuuluu myös sosiaalialan arvoihin (Hallikainen, Ikonen & Järveläinen 2017, 11). Tämän vuoksi korostimme osallistujille, että tutkimukseen ja haastatteluun osallistuminen on vapaaehtoista. Toivoimme myös, että tämä kasvattaisi luottamusta välillämme. Anonymiteetti on iso osa luotettavuutta. Tutkijan luotettavuus korostuu siinä, miten hän käsittelee saatua tietoa ja aineistoa. Meidän tutkijoiden on kyettävä pitämään lupauksemme muun muassa anonymiteetistä ja vapaaehtoisuudesta. Näin ansaitsemme tutkittavien ja tulevien lukijoiden luottamuksen. Anonyymiuden varmistamiseksi emme mainitse haastatteluvien nimiä tai koulua. Litteroinnin jälkeen äänitteet poistettiin ja tulostetut versiot hävitettiin.

Tutkimukseen osallistuvat nuoret ovat alaikäisiä, joten meidän tuli hankkia lupa nuorten vanhemmilta osallistua tutkimukseen. Lähettämissämme lupalomakkeissa informoimme vanhempia ja oppilaita tutkimuksen aiheesta sekä mitä vaiheita tutkimukseemme liittyy (ryhmä- ja parihaastattelu).

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida erilaisilla mittaus- ja tutkimustavoilla. Tutkimuksen luotettavuutta lisää tutkijan oikeanlaisesti valitut ja perustellut menetelmät sekä tarkka kerronta tutkimuksen toteuttamisesta ja sen kaikista vaiheista. Meidän tutkijoiden tulee kuvata aineistonkeruupaikat sekä kaikki haastattelussa tapahtunut ja siihen kulunut aika sekä oma arvio kyseisestä tilanteesta ja sen onnistumisesta. Myös tuloksia tulkitessa on tärkeää tuoda esiin, mihin tutkija nämä päätelmät perustaa. Luotettavuutta luo myös se, että tutkijat tuovat suoria lainauksia haastatteluista tutkimustuloksiinsa. (Hirsjärvi ym. 2009, 232–233.)

Tutkijoiden ajatuksia tutkimuksen tähänastisesta taipaleesta ja tutkimuksesta kumpuavia ajatuksia kuvaa seuraava runo:

*Olinko minä juuri tällainen syntyessäni ja oliko kaikki jo ennalta päätettyä?*

*Vai vaikutatko sinä minuun ja siihen millainen minusta tulee. . . .*

*Entä vaikutanko minä sitten myöskjn sinuun. . .*

*Jos näin on, niin kuinka suuri vaikutus minulla ja sanomisillain on sinuun,*

*ja siihen, mitä sinusta tulee. . . .*

(Dahlbacka, M. 1.9.2017)

## 3 NUORI SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÄJÄNÄ

### 3.1 Sosiaalisen median määritelmä ja sen aikaisemmat muodot

Sosiaalisella medialla on keskeinen rooli tutkimuksessamme, koska tutkimme sen suoraa vaikutusta nuorten tunteisiin. Tästä syystä koemme että on tärkeää määrittää kunnolla, mitä sosiaalinen media on. Käytämme tutkimuksessamme sosiaalisesta mediasta arkikielistä lyhennettä some. Tämä kyseinen määritelmä on muuttuva ja seuraa vahvasti ajan sekä kehityksen kulkua. Tästä syystä olemme yhdistäneet määritelmän ja sosiaalisen median aikaisemmat muodot yhden otsikon alle. Käsittelemme sosiaalisen median syntyä vain suppeasti ja kiinnittämämme suurempaa huomiota sosiaalisen median määrittämiseen. Tämän näkökulman perustelemme sillä, että työemme liittyy olennaisesti sosiaalisen median nykypäivään, emmekä koe että laajalla historian tuntemuksella olisi oleellista vaikutusta tutkimuksemme laatuun tai lopputulokseen.

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan digitaalista kommunikaatiota ja sisällön tuottamista, joka tapahtuu internetin ja sen eri sovellusten avulla. Ero perinteiseen viestintään näkyy siinä, että käyttäjät eivät ainoastaan vastaanota viestejä, vaan voivat myös tuottaa, tehdä, kommentoida, jakaa ja merkitä asioita. (Hintikka [viitattu 25.10.2017].)

Ashlee Humphreys toteaa teoksessaan, että internetin ja sosiaalisen median virallinen historia alkoi vuosina 1991–1992, kun World Wide Web mahdollisti eri verkkopalveluiden linkittymisen yhden sateenkaarijärjestelmän alle. Yhdistymisestä lähtien internet on ollut yksi sosiaalisen median väline sekä alkuaskel maailmanlaajuiseen teknologia-avusteiseen tiedon välittämiseen. Internetyhteyden käyttö ulottui alussa ainoastaan tietokoneisiin, kunnes 2000-luvulla Blackberry ja iPhone puhelimet tulivat markkinoille. Nämä olivat älypuhelimia jotka mahdollistivat internetin käytön puhelimen välityksellä. Vuonna 2014 älypuhelimien omisti jo 77 % USA:n kansalaisista. (Humphreys 2016, 30–31.) Suomalaisia älypuhelimien käyttäjiä oli vuonna 2014 vastaavasti 60 %, kertoo Aalto Yliopiston professori Heikki Hämmäinen (2015).

On tärkeää huomata että määritelmät sosiaalisesta mediasta muuttuvat ajan saatossa, ja niiden suurina määrittäjinä ovat eri sukupolvet sekä sen hetkinen teknologinen kehitys. Historiantutkija Pilvi Torsti on *Historiantietoisuus Suomessa* -hankkeen kyselyn vastausten perusteella todennut seuraavasti. Vuonna 1970 tai myöhemmin syntyneillä, sosiaalisen median vaikuttavina tekijöinä ovat olleet lehdet, elokuvat, televisio ja radio. Seuraavilla sukupolvilla merkittävinä vaikuttajina ovat olleet tietokoneet, kännykät, verkkopalvelut, digitaaliset pelit ja erilaiset jaetut viihdemuodot. Tätä kyseistä, ja myöhempää sukupolvea nimitetäänkin diginatiiveiksi, eli suoraan digitaaliseen aikaan syntyneiksi. (Torsti; Suominen 2013, 11–12.)

Työ- ja elinkeinoministeriön Ilmiöitä raportin (2013) mukaan, digitalisaatio ja sosiaalinen media kehittyvät huimaa vauhtia, ja uusia tapoja toimia syntyy nopeasti. Jokainen uusi sukupolvi kehittää uusia tapoja käyttää erilaisia palveluita ja hyödyntää sosiaalista mediaa arjessa. Voidaan siis ongelmitta todeta, että digitalisaatio on jo edennyt pitkälle lyhyen historiansa aikana. On kuitenkin muistettava, että ihminen ei muuta arvojaan, elämäntapojaan ja yhteisöjen normeja yhtä nopeasti kuin digitalisaation kehitys kulkee. Tämä saattaa aiheuttaa ristiriitoja sukupolvien, yhteisöjen ja toimintojen välille. (Suominen 2013, 12.)

Kun puhutaan sosiaalisesta mediasta, sillä voidaan tarkoittaa monta eri asiaa. Yhdistävänä tekijänä ja avainsanana on kuitenkin sisällön jakaminen. Tällä tarkoitetaan netinkäyttöön liittyvää aktiivista ajatusten, kuvien ja muun sisällön jakamista. Sosiaalista mediaa kuvaillaan myös ihmisen laajentuneena todellisuutena, jonka kautta yksilö oppii näkemän oman elämänsä ja paikkansa yhteiskunnassa uusin silmin. (Suominen 2013, 13.) Tätä samaa ajatusta tukee Netikäs-lehden artikkeli joka kuvailee sosiaalista mediaa torinomaisena kohtaamispaikkana, jonka kautta ihmiset saavat ja jakavat tietoa yhteisöllisesti (Nordlund, Stenberg & Lempola 2014, 6).

### **3.2 Sosiaalinen media tänä päivänä**

Tilastokeskuksen vuoden 2016 tilastojen mukaan, 88 % suomalaisista 16–89 vuotiaista, käytti Internetiä. Heistä 65 % käytti Internetiä älylaitteen kautta liikkuen kodin ulkopuolella. Vuonna 2016 yhteisöpalvelujen seuraaminen laski neljä prosent-

tiyksikköä 16–24- vuotiaiden keskuudessa, kun verrantona olivat 2015 vuoden tilastot. Yhteisöpalveluja seurasi ja käytti vuonna 2016 kuitenkin vielä 89 % 16–24- vuotiaista. (Tilastokeskus 2016).

Sosiaalisen median eri sovellusten käyttö vaihtelee trendeittäin ja vuosittain. Maaliskuussa 2017 julkaistun tutkimuksen perusteella suomalaisten eri sovellusten ja kanavien kuukausikäyttö näyttäytyi seuraavalla tavalla. Aktiivisia käyttäjiä Facebookilla oli 2,6 milj., YouTubella 2,4 milj., WhatsAppilla 2,3 milj., Instagramilla 1,1 milj., Twitterillä ja LinkedIn palveluilla 700 000 tuhatta, Snapchattillä ja Periscopella 480 000 tuhatta. (Pönkä [viitattu 25.10.2017].) Näiden alustojen ja kanavien tarkemmat määritelmit löytyvät tutkimuksen luvusta 3.4.

### 3.3 Sanasto ja sanojen määritelmät

Tutkimuksemme edetessä olemme todenneet että sosiaalisen median maailma on monille arkikäytössä tuttu. Sosiaalisessa mediassa pärjää usein käsitteistön perustiedolla. Aktiivisimmilla käyttäjillä, kuten nuorilla, on kuitenkin oma sosiaalisen median kieli, jota täytyy ymmärtää, jotta aktiivinen käyttö ja navigointi eri kanavien viidakossa onnistuvat. Meille tutkijoina on tärkeää saada selville mistä nuoret puhuvat, jotta voimme paremmin ymmärtää tutkittavien näkökulmia ja ajattelutapoja.

**Blogit** – Henkilön tai organisaation tekstien julkaisupaikka verkossa.

**Chat** – Pikaviestit joita lähetetään keskustelualustalle.

(Netikäs 2 – sosiaalinen media 2015, 7).

**Emojit** – Pieniä kuvia joita voi liittää viesteihin. Kuvilla ilmaistaan tunnetiloja tai asioita (Huttunen & Härkönen 2016).

**Gif** – Pieniä kuvatiedostoja- ja animaatiotiedostoja joita voi lähettää kommentteina tai viesteinä muille (Huttunen & Härkönen 2016).

**Jakaja** – Henkilö joka jakaa muiden linkkejä, videoita ja tekstejä eteenpäin (Netikäs 5 – identiteetti, roolit ja vaikuttaminen 2015, 7).

**Kuvapuhelu** – Yhdistetty puhelu ja videokuva.

**Käyttäjä** – Henkilö, joka luo tunnukset sosiaalisen median palveluun.

(Netikäs 2 – sosiaalinen media 2015, 7).

**Linkittäminen** – Jonkun muun tekemään materiaaliin tai sivuun viittaaminen (Netikäs 3 – tietoturva 2015, 7).

**Nimimerkki** – Itse keksitty nimi jota käytetään erilaisilla keskustelualustoilla tunnistautumiseen, kuitenkin kertomatta oikeaa nimeään

**Profiili** – Osaan sosiaalisen median palveluista pitää luoda itsestään käyttäjätili jolla palveluun tunnustaudutaan ja jolla muut tunnistavat käyttäjän

**Seuraaja** – Käyttäjä voi tilata toisen tekemät päivitykset omaan uutisvirtaan (Netikäs 2 – sosiaalinen media 2015, 7).

**Sovellus** – Tietokoneohjelma älypuhelimessa joka toteuttaa ennalta määritetyn tehtävän (Netikäs 3 – tietoturva 2015, 7).

**Sovelluskauppa** – Verkkokauppa josta saa ostaa tai ladata ilmaiseksi erilaisia tietokoneohjelmia älypuhelimeen (Netikäs 6 – digitaalinen pelaaminen 2015, 7).

**Tili** – Palvelu joka avaamiseen tarvitaan käyttäjätunnus ja salasana (Netikäs 3 – tietoturva 2015, 7).

**Trolli** – Käyttäjä, joka häiritsee toisia sosiaalisen median välityksellä ja käyttäytyy siellä asiattomasti.

**Twiiitti** – Twitterissä kirjoitettava viesti joka on pituudeltaan enintään 140 merkkiä

**Tykkäys** – Painike, jota painamalla voi kertoa pitävänsä toisen päivityksestä.

**Tägätä** – määritellään asiaa avainsanoja apuna käyttäen (Suominen 2013, 15.)

**Verkkoalusta** – pilvipalvelu jonne voi esim. luoda oman sivuston

**Vlogit** – Videoinnin välityksellä tuotettu blogi.

**#Hashtag** – Kuvailtavan aiheen avainsana joka merkitään risuaita-merkin kanssa julkaisun

(Netikäs 2 – sosiaalinen media 2015, 7).

**Pränkki videot** – Pränkki sana on muunnos englanninkielisestä sanasta prank, ja tarkoittaa pilaa tai kepposta. Pränkkivideot ovat videoituja kepposia (Karttunen 2016).

### 3.4 Kanavat ja niiden määritelmät

Sosiaalisen median palvelut voidaan jaotella erilaisiin ryhmiin, ja ne voivat olla erilaisia. Seuravan määritelmän ovat tehneet Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen vuonna 2008

ilmestyneessä raportissaan (Suominen 2013, 15 mukaan), joka käsitteli sosiaalisen median palveluiden ominaisuuksia. Heidän mukaansa palvelut jakaantuvat seuraaviin osa-alueisiin; sisällöntuotanto, julkaisemispalvelut, sosiaaliset verkostopalvelut, yhteisötuotannot ja virtuaalimaailmat. Julkaisemispalveluja ovat erilaiset blogit, video-blogit ja podcastit, jossa yksityisesti henkilöt julkaisevat ajatuksia ja tietoa. Sisällönjakopalvelut ovat alustoja joissa käyttäjät voivat jakaa haluamaansa sisältöä muille. Sisältöä voi jakaa yleisesti tai rajatuille henkilöille tai ryhmille. Tunnetumpia sisällönjakopalveluita on YouTube. Sosiaaliset verkostopalvelut ovat seuraava ryhmä, ja niistä tunnetuimpia ovat LinkedIn, Facebook ja Twitter. Yhteisötuotantopalveluihin kuuluvat alustat joihin yksityiset henkilöt voivat tuottaa tietoa muiden luettavaksi ja käytettäväksi, näistä tunnetuin on tällä hetkellä Wikipedia. Virtuaalimaailmoista tunnettuja ovat Habbo ja Second Life. (Lietsala & Sirkkunen 2008; Suominen 2013, 15.)

**Facebook** – Alusta jossa luoda profiili yksityishenkilönä tai yrityksenä. Omaan profiiliin saa lisättyä ystäviä. Palvelussa voi ”tykätä” toisen kommentista, kuvasta tai muusta julkaisusta. (Kelly 2016, 45.)

**Instagram**- Ilmainen palvelu, jonka kautta voi löytää kuvia ja videoita. Palveluun luodaan oma profiili. (Kelly 2016, 75.)

**LinkedIn** – Palvelu perustettiin yritysten sosiaalisten yhteistyöverkostojen luomista varten. Palveluun luodaan profiili, joka voi olla yrityksen tai yksityisen henkilön luoma. (Kelly 2016, 103.)

**Messenger** – Palvelu, jonka kautta voi keskustella suoraan muiden palvelun käyttäjien kanssa. Keskusteluita voi käydä kahden kesken tai ryhmässä. (Netikäs 2 – sosiaalinen media 2015).

**Periscope** - Sosiaalinen suoratoistopalvelu, jolla voi lähettää puhelimestaan video-ohjelmaa, jota muut voivat kommentoida reaaliajassa. Periscope on Twitterin omistama palvelu. (Viestintä-Piritta 2016.)

**Pinterest** – Palvelu, jolla voi kerätä Internetistä löytyvien kuvia ja linkkejä. Palvelun kautta voi löytää kuvia itseä kiinnostavista aiheista (Pinterest [viitattu 20.11.2017].)



**Snapchat** - Pikaviestipalvelu, jossa käyttäjä voi lähettää kuvia, videoita tai tekstejä. Lähetettyjä kuvia ja videoita kutsutaan snapeiksi. Lähetetyt viestit, videot ja kuvat katoavat 1-10 sekunnin päästä. (Kelly 2016, 87.)

**Spotify** – Digitaalinen musiikkipalvelu, jonka kautta voi kuunnella musiikkia ja katsoa videoita (Spotify [viitattu 20.11.2017].)

**Twitter** – Palvelu, jossa julkaistaan viestejä, eli twiittejä. Twiitit voivat olla 140 merkin pitkiä. Muut käyttäjät voivat lukea toisten päivityksiä. Palveluun luodaan profiili. (Kelly 2016, 63.)

**WhatsApp** – Reaaliaikainen viestintäkanava, jolla voi soittaa tai lähettää viestejä ilmaiseksi. Käytetään yksittäisten viestien lähettämiseen sekä viestien lähettämiseen kootuille ryhmille. (WhatsApp, [viitattu 15.11.2017].)

**YouTube** – Googlen omistama palvelu, jossa voi katsoa erialaisia videoita ja kuunnella musiikkia, sekä itse julkaista omia videoita. (Kelly 2016, 129.)

**Steam** – Valve Corporationin kehittämä ladattava pelialusta, jossa laaja pelivalikoima eri aihepiireistä. Steamissa voi tavata muita pelaajia, liittyä peliryhmiin sekä muodostaa klaaneja. (Steam 2018.)

**Origin** – Alusta, jonka avulla voi ladata ja pelata maksullisia PC-pelejä. Origin mahdollistaa pelaamisen joukkueissa sekä pelinaikaisen keskustelun joukkuekaverin tai vastustajan kanssa. (Origin 2018).

**Jodel** – Mobiilisovellus, joka kertoo reaaliajassa, mitä tapahtuu omalla alueella. Jodelissa voi jakaa anonyymisti uutisia, tapahtumia ja omia kokemuksia reaaliajassa. (Jodel 2018).

**Sarahah (suom. Rehellisyys)** – Ilmaiseksi mobiilisovellukseksi muutettu nettipalvelu, joka mahdollistaa anonyymien viestittelyn ja palautteen antamisen. Apple- ja Google-kaupat poistivat sovelluksen valikoimista vakavien kiusaamistapausten vuoksi. (Cassin/BBC 26.2.2018).

**Reddit** - Sosiaalinen verkkosivusto, jossa voidaan luoda yhteisöjä ja jakaa sisältöä. (Reddit 2016).

**Ylilauta** – Keskustelufoorumi, jossa voidaan viestitellä ja käydä keskustelua täysin anonyymina eri aihealueista. (Ylilauta, [viitattu 2.4.2018]).

**Deezer** – Maksullinen palvelu, jossa voi kuunnella ladattua musiikkia myös ilman nettiyhteyttä ( Deezer, [viitattu 2.4.2018]).

### 3.5 Nykynuori sosiaalisen median käyttäjänä

Isossa Britanniassa tuotettu *Growing up online* –kirja (Webber & Dixon 2010, 1) tuo esiin tutkimustuloksia siitä, millaista on syntyä ja kasvaa teknologian ympäröimänä. Tutkimuksessa oli haastateltu nuoria, ja keskiössä ovat olleet heidän näkökulmansa sosiaalisesta mediasta. Tavoitteina oli ollut selvittää miten nuori kokee sosiaalisen median ja millä tavalla he käyttävät siitä. Lisäksi oli tutkittu sitä, mitä on olla ”online” eli olla tavoitettavissa koko ajan, ja mitä sen toteuttaminen vaatii nuorelta. Tutkimuksen tuloksissa todetaan, että suurin osa nuorista ovat sosiaalisen median aktiivisia käyttäjiä. (Webber & Dixon 2010, 1.) Elämä on niin sanotusti siirtynyt sosiaaliseen mediaan ja matkapuhelimeen; on oltava koko ajan tietoinen tykkäyksistä ja missä kaverit menevät. Viljamaa (2017) toteaaakin, että ”näy somessa tai sinua ei ole olemassa”. (Viljamaa 2017, 45.) Tämän lisäksi tutkimus kertoo että nuoret ovat sosiaalisen median kehittäjiä ja heillä on aito kiinnostus ja halu osallistua digitaaliseen kulttuuriin luomiseen. Tässä laadullisessa tutkimuksessa nousi esiin, että osa haastateltavista tytöistä peilasi itseään sosiaalisen median kautta. (Webber & Dixon 2010, 249–250.) Viljamaa (2017) tuo esiin teoksessaan sosiaalisessa mediassa tapahtuvan jatkuvan arvostelun kohteena olemisen; sosiaalisessa mediassa nuori hakee hyväksyntää ja pyrkii sopeuttamaan itsensä kaveripiirin arvoihin. Tähän pyrkiminen ja oman itsensä kriittinen arvioiminen voi aiheuttaa ahdistusta. Mitä tapahtuu, jos tykkäyksiä ei tule usein tai ei koskaan? Se ei ainakaan paranna nuoren itsetuntoa. (Viljamaa 2017, 50.) Teknologiaa käytettiin arkiasioiden helpottamiseen ja sen kautta myös elettiin. Marginalisaatiossa elävien tyttöjen tutkimustulosten perusteella todettiin, että he käyttivät sosiaalista mediaa itseilmaisuuksiin, jonka muotoina he käyttivät kuvia, runoutta ja kirjoituksia. Ilmaisutavat olivat usein provosoivia, paljastavia ja sanontatavoiltaan kärkkäitä. Tutkimus kertoo myös, että nuoret ovat avain- ja johtoasemassa

sosiaalisen median ja nettipelaamisen suhteen. Nuoret ottavat uudet teknologiat helposti haltuun ja vievät niitä eteenpäin uudelle tasolle. (Webber & Dixon, 2010, 249–250.)

Viestintätoimisto Viestintäliigan (2017) tuoreen kyselyn mukaan nuori käyttää sosiaalisessa mediassa aikaa keskimäärin kahdeksan tuntia vuorokaudessa. Maija Saanio (Ilkka 2018) haastatteli seinäjokelaisia nuoria teeman puitteissa. Haastatteluissa ilmeni, että nuoret itse tiedostivat, että somessa vietetty aika on suuri osa hereillä olosta ja eivätkä he pysty, eivätkä halua vähentää somessa vietettyä aikaa.

Käytetyin kanava 13–15-vuotiailla oli kyselyn (Viestintäliiga 2017) mukaan *Instagram* ja tärkein kanava oli *Snapchat*. Haastatteluissa (Ilkka 2018) *Snapchat* koettiin käteväksi yhteydenpitovälineeksi, koska "kaikki kaverit on siellä". *Snapchatin* hyviksi puoleiksi mainittiin myös se, että näkee toisen kasvot hänelle jutellessa, tämän mukaan kyse ei ole kasvottomasta vuorovaikutuksesta. *Instagramissa* taas erään haastateltavan mielestä saa muita palveluita enemmän huomiota, minkä vuoksi kokee tämän palvelun tärkeäksi. (Saanio 2018.)

## 4 NUOREN KEHITYS MATKALLA AIKUISUUTEEN

### 4.1 Nuoruus kehitysvaiheena

Opinnäytetyöhömmme osallistujat ovat 13-vuotiaita. Teoksessa Ihmisen psykologinen kehitys todetaan, että nuoruuden nähdään alkavan nykyään jo toisen elinvuosikymmenen ensimmäisinä vuosina ( Nurmi ym. 2008, 125.) Sen vuoksi katsomme tutkimukseen osallistuvien olevan nuoruuden kehitysvaiheessa ja tarkastelemme kehitystä nuoruuden näkökulmasta.

Tutkimukseemme osallistuvat henkilöt elävät siis siirtymäaikaan lapsuudesta nuoruuteen ja kuuluvat nuoruuden vaiheessa varhaisnuoruuteen (Himberg ym. 2003, 90.) Tämä on kehitysvaihe, jossa koetaan paljon muutoksia niin fyysisesti kuin psyykkisesti; vartalo muuttuu ja ajattelu kehittyy. Myös nuoren sosiaalinen kenttä laajenee ja sosiaalis-kulttuurinen ympäristö muuttuu. Nuori tutustuu uusiin, erilaisiin ihmisiin ja kaveriporukka laajenee siirryttäessä yläkouluun. (Nurmi ym. 2008, 126.) Psykoanalytikko E. H. Eriksonin mukaan nuoruusiän tärkein kehitystehtävä on oman identiteetin rakentaminen ja sen muodostaminen kehityshaasteiden kautta (Himberg ym. 2003, 98.) Eriksonin mukaan aiempien kehitysvaiheiden onnistuminen auttaa myöhemmissä kehityshaasteissa. Jotta minuuteen sisältyvän jatkuvuuden tunne toteutuisi, edellyttää se Eriksonin mukaan kokonaisuudeksi eheytymistä, jäsentymistä aikaan ja ympäristöön (Nurmiranta Leppämäki & Horppu 2009, 76). Tähän nuoruuden kehitysvaiheeseen kuuluu myös ystäväpiirin vakiintuminen sekä oman kehonkuvan käsityksen selkiytyminen.

Pohdimmekin, mahdollistaako sosiaalinen media ystävyysuhteiden ylläpidon ja vakiintumisen tai asettaako sosiaalinen media ulkonäköpaineita. Meille tutkijoille heräsi myös ajatuksia, voiko sosiaalisessa mediassa esiintyä kehonkuvaan ja sen selkiytymiseen vaikuttavia haasteita.

## 4.2 Nuoruus ja kaverisuhteet

Nuoren ensisijaiset sosiaaliset ympäristöt ovat perhe ja kaveripiirit, mutta siirtymävaiheessa nuoruuteen kaverien ja ystävyysyden merkitys korostuvat, kun suhde vanhempiin taas etäännyttyy. Vanhempiin aletaan tehdä irtautumista ja ystävästä tulee siinä tärkeämpiä. Vaikka tämä näyttäytyy myös vanhemmille siten, että nuori etäännyttyy ja kyseenalaistaa rajoituksia, tarvitsee tämä nuori vielä vanhempien neuvontaa, ohjausta ja tukea. Nuorten ajatteluun ja toimintatapoihin vaikuttavat kasvatuksen ja vanhempien lisäksi nuoruusvaiheessa myös kavereiden ajatusmaailmat ja tavat toimia. Nuori hakeutuu itsensä kanssa samankaltaiseen seuraan ja valikoi kaveripiirinsä sen mukaan. (Nurmi ym. 2008, 130.)

Nuoren psyykkiselle ja sosiaaliselle kehitykselle on erityisen tärkeää ystävyysuhteiden pysyvyys ja tiiviys. Nuori saa ystäviltaan seuraa, läheisyyttä, ymmärrystä, vertaistukea ja neuvoja. Nuorena onkin helpompaa kääntyä ikätoverin puoleen niin murheissa kuin myös ilon aiheissa. Nuori voi kokea, että aikuinen ei ymmärrä samalla tavalla, miltä hänestä tuntuu. (Nurmiranta ym. 2009, 87.) Kehityspsykologiassa yksi keskeisimmistä tutkimusaiheista on ollut ystävien ja ikätovereiden merkitys nuoruuden kehitysvaiheessa, esimerkiksi kuinka paljon kaveriporukassa ja erilaisissa ryhmissä saatu suosio vaikuttaa sosiaalisiin taitoihin ja hyvinvointiin (Salmivalli 2005; Nurmen ym. 2008, 147 mukaan). Usein kaveriporukan suositulla henkilöllä onkin loistavat sosiaaliset taidot ja pitää huomion keskipisteenä olosta. Kun nuori saa hyvää palautetta, se tuo nuorelle hyvän olon tunnetta ja vahvistaa minäkuvaakin sekä itsetuntoa.

## 4.3 Minäkuva

Nuoruudessa minäkuvan määrittymiseen vaikuttavat fyysiset muutokset sekä muiden ihmisten palaute muun muassa ulkonäöstä sekä ystävien ja kavereiden hyväksyntä. Myös koulumenestys ja siitä saatu palaute vaikuttaa minäkuvaan. Nuoren minäkuvaan vaikuttavat stressaavat elämäntilanteet ja siirtymätilanteet, esimerkiksi

alakoulusta yläkouluun siirtyminen. Ajattelu muuttuu abstraktimmaksi ja yleistävämmäksi esimerkiksi minäkuvan suhteen, ennen nuoruuden kehitysvaihetta minäkuva on paljon konkreettisempi, kuten "olen hyvä jääkiekossa" (Nurmi ym. 2008, 128). Nuoruusiän muutostilanteissa minäkuva muuttuu usein kielteiseen suuntaan, mutta palautuu, kun siirtymästä kuluu aikaa ja asiat tasaantuvat. (Nurmi ym. 2008, 143.) Tämä vaihe elämässä on jännittävää aikaa nuorelle, ja sitä on usein odotettu sekä pelätty pitkään. Tässä kehitysvaiheessa muutokset ja kehityshaasteet ovat suuria. Lapsuudessa kehittyneet ajatukset itsestä muokkautuvat uudestaan. Nuoruusiässä minäkuva monipuolistuu, nuori kykenee näkemään itsensä monipuolisesti; fyysisesti, sosiaalisesti, emotionaalisesti ja kongitiivisesti. (Nurmiranta ym. 2009, 75–76.) Minäkuvaa muokatessa ja ihanneminää rakentaessa, "nuori muodostaa käsityksen siitä, minkälainen hänen tulisi ympäristönsä mielestä olla ja minkälainen itse haluaisi olla?" (Nurmiranta ym. 2009, 76). Nuoruusvaiheessa minäkuvalle luovat pohjaa palautteet, joita nuori saa (Nurmi ym. 2008, 142). Kun nuori saa positiivista palautetta ja tuntee itsensä hyväksytyksi, edistää se positiivisen minäkuvan saavuttamista. Aikuisten tulisi myös pyrkiä hyväksymään nuoren joskus erikoinenkin pukeutuminen ja osoittaa, että rakkaus nuoreen tai välittäminen nuoresta eivät riipu tämän ulkonäöstä. Kun nuori saavuttaa eheän ja positiivisen minäkuvan, auttaa se tulevaisuudessa rakentamaan ihmissuhteita ja kohtaamaan pettymyksiä. (Aaltonen ym. 2003, 154–155.)

Nuoren aika – kirjassa (Aaltonen, ym. 2003, 155) kerrotaan, että määrätysssä vaiheessa nuori alkaa opettelemaan hyväksymään itsensä ilman muiden ihmisten jatkuvaa kehumista ja todistelua siitä kuinka hyvä hän on. Voisimme kuvitella, että sosiaalinen media on muuttanut tätä kehitysvaihetta hieman. Tarvitaanko nykyään, iästä riippumatta, jatkuvaa kehumista ja tykkäyksiä, jotta voi hyväksyä itsensä? Sosiaalisessa mediassa jaetaan kuvia sekä ajatuksia ja mielipiteitä, siellä myös annetaan palautetta näistä kärkkäästi, joskus jopa ajattelemattomasti. Pohdimme tutkijoina, miten nämä palautteet minäkuvaan. Miten sosiaalinen media ja siellä tapahtuva vuorovaikutus ja kuvien jakaminen vaikuttavat näihin moniin puoliin? Ja miten se vaikuttaa myös ihanneminään ja sen rakentumiselle?

Media luo usein epärealistisia minäihanteita ja roolimalleja, jotka eivät ole suotuisia nuoren minäkuvan ja identiteetin rakentumiselle. Nuoret vertaavat näihin itseään ja

tavoittelevat niitä. (Huntemann & Morgan 2001; Mustonen & Salokoski 2007, 60) Nuori saattaa olla nuoruuden kehitysvaiheessa epävarma ja herkkä, jolloin sosiaalisessa mediassa (esimerkiksi Instagram) näkyvät kauneushanteet saattavat luoda paineita ja nuoret kokevat tyytymättömyyttä omaan kehonkuvaansa.

#### 4.4 Itsetunto

Itsetunto rakentuu ihmisen myönteisistä ja kielteisistä tunteista itseään kohtaan, sekä omanarvontunnosta. Sanotaan, että kun ihmisellä on itsestään pääosin myönteinen kuva, on itsetunto hyvä. Itsetunnolla on vaikutus eri osa-alueisiin, kuten mielenterveyteen, hyvinvointiin ja muiden ihmisten kohtaamisiin. Hyvä itsetunto tuo onnellisuutta, kun taas huono itsetunto voi alentaa mielialaa ja aiheuttaa masennusta. (Helkama ym. 2015, 179) Itsetunnon vahvistamiseen auttaa positiiviset palautteet ja teot, sekä itsensä ja erilaisuuden hyväksyminen.

Itsetuntoon vaikuttavat myös ne asiat, jotka henkilö kokee tärkeäksi. Nuori painii usein oman, muuttuvan ulkomuotonsa sekä median luomien ulkonäköpaineiden kanssa ja ulkonäkö on olennaisessa osassa heidän elämää. (Helkama ym. 2015, 179). Koska itsetunto voi vaihdella jokapäiväisten kokemusten ja palautteiden myötä, pohdimmekin työssämme sitä, vaikuttavatko sosiaalisessa mediassa saadut palautteet nuoren itsetuntoon ja kuinka paljon niillä on merkitystä. Pohdimme myös sitä, tiedostaako nuori itse merkityksen laajuuden nykyhetkessä, vai näkyykö se vasta myöhemmin.

Yleinen itsetunto syntyy minäkäsityksen, millainen todella uskon olevani, ja ihanneminän, millainen haluaisin olla, välisestä erosta. Jos nuori kokee varsinaisen minän ja ihanneminän poikkeavan toisistaan paljonkin, se voi aiheuttaa surua tai masennusta. (Helkama ym. 2015, 179-180.) Tämän voimme nähdä tapahtuvan pahimmassa tapauksessa, jos nuori rakentaa ihanneminäänsä sosiaalisessa mediassa näkyvien kauneushanteiden mukaan, mutta varsinainen minäkäsitys taas rakentuu mahdollisten negatiivisten palautteiden mukaisesti. Viljamaa (2017) tuo tekstissään esiin, kuinka sosiaalisessa mediassa ollaan jatkuvan arvostelun kohteena (Viljamaa 2017, 50).

Sosiaalisessa mediassa on helpompaa luoda itsestään tietynlainen todellisuutta vastaamaton kuva. Osa nuorista kokee virtuaalisen itsetuntonsa paremmaksi, kuin verkon ulkopuolella. Heidän on helpompaa kommunikoida verkon vuorovaikutustilanteissa ja he kokevat itsensä viehättävämmäksi verkkomaailmassa. (Noppanen & Uusitalo 2011, 146.)



## 5 NUORET VUOROVAIKUTUKSESSA SOMESSA

### 5.1 Sosiaalinen vuorovaikutus

Mistä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa on kyse? Puhutaanko sosiaalisen vuorovaikutuksen yhteydessä ryhmästä vai yksilöstä? Vaikuttaako yksilön vuorovaikutustapa ryhmään, ja vaikuttaako ryhmän tapa yksilöön. Näihin asioihin pyrimme saamaan vastauksen teoriatiedon ja laadullisen tutkimuksemme kautta.

Kun puhutaan vuorovaikutuksesta, sillä viitataan englanninkieliseen sanaan, *interaction*. Sanalla tarkoitetaan kahden tai useamman henkilön yhdessä tuottamaa keskustelun sisältöä, jonka lopputulos ei ole ennalta määritetty tai päätetty. Vuorovaikutustilanteessa olevat henkilöt tuottavat yhteisen sisällön ja merkityksen keskustelulle, eli ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. (Helkama ym. 2015, 226.)

Sosiaalinen vuorovaikutus liittyy yksilön tapaan tulkita muiden viestejä sekä tilannetta, jossa hän on. Tulkintoihin vaikuttavat yksilön omat uskomukset, kokemukset ja tuntemukset, jotka liittyvät niin häneen itseensä kuin muihinkin ryhmässä oleviin. Yksilön sosiaaliset kyvyt vaikuttavat olennaisesti siihen, miten hän tulkitsee muiden viestejä. Sosiaalista vuorovaikutusta pidetään yksilön minuuden muokkautumisen ja muovautumisen tärkeänä tekijänä, koska ihminen oppii itsestään ollessaan vuorovaikutuksessa muihin. (Helkama ym. 2015, 225.)

Sosiaalinen vuorovaikutus on kasvokaista viestintää, jossa mukana olijat näkevät toistensa eleet, ilmeet, kehon asennot ja reaktiot. Voidaan siis sanoa, että SoMen kautta tapahtuva videon välityksellä tai reaaliajassa tapahtuva videoviestintä, on myös sosiaalista vuorovaikutusta.

### 5.2 Digitaalinen vuorovaikutus

Nuoret eivät käytä viestintään sähköpostia tai perinteisiä tekstiviestejä, vaan turvautuvat pikaviestintään. Kirjoitettu teksti saattaa kuitenkin aiheuttaa väärinymmärryksiä, koska vuorovaikutus on suorasanaisempaa digitaalisissa ympäristöissä ja viesteissä,

kuin kasvotusten. (Kupiainen, Uusitalo & Vehmas, 2011 92.) Toisaalta, paljon käyetyt hymiöt ja GIF:it pehmentävät ja tuovat huumoria viestintään. Nämä mahdollistavat sen, ettei viestiin vastata juurikaan tekstillä, vaan vastauksena voi tulla pelkkä peukku tai itkevä hymiö. Verkossa tapahtuva vuorovaikutus on myös jaetun sisällön kommentoimista.

Osallistuminen verkkoyhteisöihin on nykypäivänä nuorelle lähes sosiaalinen välttämättömyys. Jos nykyajan nuori ei kuulu verkkoyhteisöön tai käytä sosiaalista mediaa, hän voi joutua kaveripiirien ulkopuolelle. Nuorten keskuudessa verkkoyhteisöihin kuulumisen koetaan yhtä tärkeäksi kuin perheeseen kuulumisen. Internet ja sosiaalinen media mahdollistaa vertaisryhmiin kuulumisen ja vanhemmista vapaan vyöhykkeen. (Noppari & Uusitalo 2011, 143.)

Verkkoyhteisöissä ja sosiaalisessa mediassa tehdään samoja asioita kuin reaali maailmassa. Suurelle osalle nuorista internetyhteisöt ovat paikkoja, joissa vietetään aikaa samojen kavereiden kanssa kuin reaali maailmassa (Noppari & Uusitalo 2011, 154). Verkossa voi myös ystäväystyä, kertoa omista asioistaan, jopa henkilökohtaisistakin sekä osallistua erilaisiin ryhmiin ja toimintoihin. Sosiaalisessa mediassa käytetään erilaisia viestinnän muotoja perinteisen tekstin lisäksi, kuten ikoneita, kuvia, ääntä ja liikettä. Käyttäjältä vaaditaan monipuolista medialukutaitoa ja kielitaitoa, koska soveluksen kielenä tai kommunikointikielenä voi usein olla englanti. (Thomas 2007; Kupiainen, Uusitalo & Vehmas 2011, 90). Vuorovaikutus verkossa voi olla myös ongelmallista ja vaarallistakin; kommunikoidessa verkossa voi törmätä epäsoviviin mediasisältöihin, kiusaajiin tai epäilyttäviin ihmisiin. Näitä on varsinkin lapsen ja nuoren vaikea ennakoida.

Kun halutaan ylläpitää kaverisuhteita ja pitää yhteyttä, esiinnyttään omalla, tunnistettavalla profiililla. Kuvien ja tekstien jakamisella nuori viestittää ystävilleen kuka ja millainen hän on tai millainen haluaisi olla. Usein verkossa annettua kuvaa itsestään parannellaan ja siloitellaan. Noppanen ja Uusitalo (2011) toivatkin artikkelissaan esiin Oksasen ym. (2006) näkemyksen, että nuori brändää itsensä ja tuo minänsä esiin mahdollisimman edullisella tavalla. (Noppanen & Uusitalo 2011, 143-144.) Tähän ystävät vastaavat kommentoimalla ja "reagoimalla".

Verkossa voi kommunikoida myös anonyymisti, jolloin se mahdollistaa irrottautumisen lähipiiristä, etsimään uusia vuorovaikutustilanteita sekä sellaisten asioiden ilmaisemisen, joita ei reaalimaailmassa uskalla tai halua tuoda julki. Silloin nuori voi myös testata mielipiteitään ja rajojaan rohkeammin osallistumalla erilaisiin keskusteluihin ja yhteisöihin. Kasvoton vuorovaikutus ja anonyymiteetti yhdessä mahdollistavat valitettavasti myös kiusaamisen, lyttäämisen sekä johtaa myös harhaan uusien tuttavuuksien kanssa. Se myös nähdään näiden lisäksi toimivan kasvualustana epäsosiaalisuudelle, tyllylle ja tunneköyhälle puhettavalle. (Noppanen & Uusitalo 2011, 146–148.)

Voiko siis verkossa tapahtuva kommunikointi olla hyvä itsensä etsimisen kanava, jota kautta ei leimaannu? Voisiko esim. seksuaalista identiteettiään etsivä nuori saada keskustelutovereita ja luvan tuntea todelliset tunteensa, anonyymin verkkokeskustelun kautta? Ja mitä nuoren tulisi tietää, jotta hän ei asettaisi itseään vaaraan, etsiesäänsä identiteettiään?

### 5.3 Kiusaaminen verkossa

Verkkokiusaaminen on sähköisissä viestimissä tapahtuvaa kiusaamista. Sitä voi tapahtua esimerkiksi kännykän tai internetin välityksellä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Verkkokiusaaminen on helppoa, koska sitä voi aiheuttaa yhden napin painalluksella. Kiusaamista internetissä helpottaa se, että harvemmin aikuinen on näissä tilanteissa läsnä, kiusaaminen tapahtuu niin sanotusti piilossa. Verkossa kiusaaja voi esiintyä myös anonyymisti. Anonyymisti tai valheellisella profiililla voidaan tuottaa erittäin raakaakin tekstiä kohteelle luullen, ettei häntä voi jäljittää. Usein kirjoittaen kielenkäyttö on loukkaavampaa kuin kasvotusten tuotettu. (Hamarus 2012, 39.) Verkkokiusaamisen piirteitä ovat anonyymiuden lisäksi kasvottomuus, ajan ja paikan rajattomuus ja toistuvuus (MLL 2017).

Usein verkkokiusaamista ja perinteistä kiusaamista tapahtuu samanaikaisesti, mutta kiusaaminen voi tapahtua myös ainoastaan internetissä. Verkkokiusaaminen voi olla monenlaista, esimerkiksi sosiaalisista yhteisöistä ulosjättämistä, uhkailua ja loukkavien viestien lähettelyä. Kiusaamista voidaan toteuttaa myös levittämällä kiusatusta henkilökohtaista tietoa tai kuvia, joita on saatettu muokata. (Hamarus 2012, 40.) Nykyisin yleisessä käytössä oleva *Snapchat* on oiva alusta tähän, koska siellä jaetut

sisällöt katoavat tietyn ajan kuluessa ja oletus on, että niitä ei löydä tämän jälkeen mistään. Nuoret ovat kuitenkin valveutuneita ja tietoisia, että tästä (kuvasta tai muusta sisällöstä) voi ottaa screen shotin, eli oman puhelimen näytöstä otetun kuvan, joka mahdollistaa kuvan jakamisen uudestaan tai hyvässä tapauksessa myös ilmiannon kiusaajasta. Tarkoitus kiusaamisessa on tuottaa kiusatulle paha olo ja toisarvoisuuden tunnetta, vaikka kiusaamisen muodot saattavatkin vaihdella (Hamarus 2012, 40).

Verkkokiusaamisen kuten muidenkin kiusaamismuotojen esiintyessä tulee asiaan puuttua heti. Yleinen oletus on, ettei internetissä tapahtuvaa kiusaamista ja sen tekijää pystytä jäljittämään. Tämä ei kuitenkaan pidä paikkaansa, sillä kiusaaja pystytään tunnistamaan viime kädessä poliisin ja palvelun ylläpitäjän yhteistyöllä. Kaiken lisäksi internetissä tapahtuvasta kiusaamisesta jää jälki, IP-osoite. On muistutettava lapsia ja nuoria, että aina, kun he kohtaavat, näkevät tai kokevat kiusaamista tai muuta epäilyttävää viestimistä, tulee siitä kertoa aikuiselle. (Hamarus 2012, 64-65.) Internetissä tapahtuvaa kiusaamista ei tule vähätellä, se on yhtä vakavaa ja haavoittavaa, tapah-  
tuipa se sitten kasvokkain tai internetin ihmeellisessä maailmassa.

## 6 TUNTEET NUORUUDEN MYLLERRYKSESSÄ

### 6.1 Tunteiden määritelmä

Jääskeläinen ja Pelliccioni (2017) määrittelevät tunteet kehon kautta purkautuviksi aistimuksiksi, jotka liittyvät niin ajatteluun, toimintaan ja alitajuntaan. Ihmisten ajatukset, tunteet ja toiminta ovat kokoaikaisessa yhteydessä, ja ne vaikuttavat toisiinsa tajunnan- sekä alitajunnan tasolla. Puolimatka taas toteaa kirjassaan (2011), ettei tunteita voi määritellä pelkän aistimuksen kautta. Hän perustelee ajatuksensa sillä, että tunteeseen vaikuttavat osittain myös kulttuuri- ja tilannesidonnaiset näkökulmat, henkilökohtaisen kokemuksen taso sekä maailmankatsomukseen liittyvä ajatukset. Henkilön arvot ja ihmiskäsitys vaikuttaa myös siihen, miten koemme tai näemme tietyn tunteen. Jokainen ihminen ymmärtää ja kokee samaksi nimetyn tunteen eri tavalla. Ne tunteet joille ihmisen antaa enemmän arvoa, saavat myös tärkeämmän roolin hänen elämässään, sekä enemmän huomiota kuin toiset, vähemmän arvossa pidetyt tunteet. (Puolimatka 2011, 325.)

Tunteiden määrittelyssä voidaan mainita vähintään viisi eri teoriaa, jotka eroavat toisistaan lähestymistavoiltaan. Tuntemusteoria määrittää tunteet tuntemuksina, jotka liittyvät kehoon tai kohteeseen. Behavioristisen määritelmän mukaan tunteet liittyvät käyttäytymiseen ja oletukseen siitä, miten eri tilanteissa tulisi käyttäytyä. Konatiivisen teorian pohjalta tunteiden kautta ilmaistaan sitä, mitä ihminen haluaa ja toivoo. Kognitiivisen määritelmän mukaan ihminen käyttää tunteitaan arvioidakseen ja tietoa kerätäkseen. Kiistanalaista on kuitenkin se, onko kerätty tieto käyttökelpoista vai ei. Viimeisimpänä teoriana viidestä mainitaan yhdistelmäteoria. Tämän teorian mukaan tunteet ovat kognition, tuntemusten ja halun yhdistelmää, joiden kombinaatiosta tunteet koostuvat. (Puolimatka 2011, 326–327.)

### 6.2 Tunteet

Tunteiden alkukantainen tarkoitus on auttaa meitä reagoimaan eri tilanteisiin oikealla tavalla sekä suojaamaan itseämme. Tunteen vahvuus kertoo meille, kuinka tärkeästä asiasta on kyse. (Jääskeläinen & Pelliccioni 2017, 12.) Ihminen havainnoi eri

tilanteita kuulo- ja näköaistin avulla, niiden tulos vuorostaan vaikuttavat siihen, mikä tunne kyseisestä asiasta meille välittyy. Ihminen tekee usein valintansa tunteiden perusteella. Päätöstä tehdessään ihminen aistii tunteiden kautta oliko valinta hänen kannaltaan hyvä vai vähemmän onnistunut. Hyviä päätöksiä ja valintoja tehdessään ihmiselle syntyy hyvä tunne, mikä on suorassa yhteydessään hänen hyvinvointiinsa. Tunteiden tarkoitus on ohjata valintojamme oikeaa suuntaan ja sitä kautta edistää sisäistä hyvinvointia. (Jääskeläinen & Pellicconi 2017, 14.)

Tunteilla on omat tärkeät tehtävänsä, ja perustunteet erottuvat helpoiten toisistaan. Pelko varmistaa valppauden vaaratilanteissa. Viha kasvattaa rohkeutta ja auttaa toimimaan. Suru mahdollistaa asioista luopumisen. Syyllisyys luo pohjan vääryyden korjaamiselle. Häpeä auttaa näkemään asiat toisen ihmisen näkökulmasta. Jännitys valpastuttaa ja auttaa keskittymään tilanteeseen. Ahdistus antaa ymmärryksen siitä että asioiden on muututtava. Ilo ja mielihyvä luovat hyvää oloa, ja kannustavat hyvän olon jakamiseen. (Jääskeläinen & Pellicconi 2017, 15.)

Nuoruuden kehitysvaihe on nuoren tunne-elämässä suurien murrosten aikaa; nuori on herkkä vaikutteille. Nuoret myös tuntevat voimakkaasti ja etsivät elämyksiä. (Nurmiranta 2009, 77–78.) Avaako sosiaalinen media ovia myös suurille tunteille ja elämyksille? Joitain tunteita on kuitenkin vaikeaa sanoittaa tai erotella toisistaan ja tämä luo haastetta opinnäytetyöhömmme. Ihmisen on hyvä oppia sanoittamaan tunteitaan, mutta se ei aina ole helppoa. Pohdimmekin tätä opinnäytetyötä tehdesämme, osaavatko 13-vuotiaat nuoret sanoittaa omia sosiaaliseen mediaan liittyviä tunteitaan. Tämä loi haasteita tuleville haastatteluille, koska tutkijoina meidän oli löydettävä tapa viedä tutkimusta eteenpäin niin, että nuoret itse sanoittavat tunteensa ilman, että tutkija johdattelee tai antaa esimerkkejä. Uskomme kuitenkin vahvasti siihen, että löysimme ratkaisun hyvän vuorovaikutuksen, rennon ilmapiirin ja avoimuuden kautta.

Tutkijoiden ajatuksia ja mietteitä, opinnäytetyöprosessin teoriaosuuden ollessa valmis, ja käytännön osuuden lähestyessä. Ajatukset on kuvattu runona, jonka tarkoituksena on välittää lukijalle ajatus siitä, mitä pohdintoja tutkimuksen tässä vaiheessa käytiin.

*Saanko minä olla minä, vai pitäisikö minun olla jotain muuta. . .*

*Pitäisikö meidän olla samanlaisia, vai saanko olla omanlaiseni?*

*Hyväksytkö sinä minut sellaisena kuin olen, vai tuleeeko minun tekeytyä muuksi?*

*Uskallanko minä, olla oma aito itseni, ja oletko sinä edelleen silloin ystäväni?*

(Dahlbacka, M. 1.2.2018.)

## 7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 7.1 Taustatiedot

Yhteyshenkilölle toimitettiin ryhmäkeskustelua ja parihaastattelua koskevat tutkimusluvut. Palautusaikaa annettiin kaksi viikkoa ja paperit noudettiin reilun kahden viikon kuluttua. Palautuneita lupalappuja oli kuusi. Luokassa kokonaisuudessaan on 16 oppilasta. Tämän vuoksi yhteyshenkilö koululla ehdotti aiheen esittelyä myös toiselle luokalle. Täältä toiselta luokalta lähti mukaan kolme innokasta oppilasta ja heidän kanssaan sovittiin, että he palauttavat lupalaput hiihtoloman jälkeisenä maanantaina. Lopulta osallistujia oli yhdeksän ja tämä koettiin sopivaksi määräksi. Tämä mahdollisti tutkimuksen ensimmäisen empiirisen osan toteuttamisen yhdellä ryhmällä. Yksi osallistujista oli sairastunut, joten haastattelupäivänä ryhmä koostui 8 nuoresta.

Ryhmäkeskustelun puitteissa saatiin paljon tietoa, osa oli ihan uutta, ja osa ennestään tuttua. Asiaa tuli paljon ja sitä tuli hajanaisesti. Oli asioita, joihin olisi halunnut tarttua syvemmin, mutta siihen ei ollut mahdollisuutta näin suuren ryhmän kanssa. Tarkoitus olikin tässä ryhmäkeskustelussa viritellä nuoria haastatteluihin sekä saada ennakkotietoa käytetyistä kanavista.

Sovelluksia ja alustoja olisi tullut enemmän, jos niistä olisi kysely syvemmin, mutta tarkoituksena olikin löytää yleisimmät ja käytetyimmät sekä vähiten käytetyt alustat. Liiallinen kaivelu olisi ehkä vääristänyt tulosta, koska vastaukset olisivat olleet niin sanotusti yli ajateltuja. Tavoitteena oli kuitenkin tuoda nuoren näkökulma aidosti esiin.

Tytöt toimivat oletetusti, eli keskustelivat asiallisemmin ja asioita selkeämmin selittäen. Yllättävää kuitenkin oli, että pojat avasivat hyvin asioita, jotka koskettivat heitä, vaikka välillä meno alkoi poikien osalta ollakin melkoisen villiä. Pojat toivat esiin alustoja ja asioita tarkasti sekä selittivät niiden käyttötarkoitukset hyvin.

Tutkimusta tehdessä nuoria kannustettiin rohkeasti vastaamaan aiheisiin ja muistutettiin, että vääriä vastauksia ei ole. He saattoivat keskustelun ohessa kertoa tai vastata jotain todella olennaista, jolloin heitä pyydettiin kirjoittamaan asia ylös ja liittämään sen kanavapohjalle.



Keskustelussa käytettiin eniten aikaa kanavista puhumiseen, selvittäen niiden käyttötarkoituksia. Tämä oli kuitenkin tärkeä osa tutkimusta, koska sen kautta pystyi paremmin ymmärtämään heitä. Tunnelma ryhmässä oli hyvä ja nuoret puhuivat avoimesti. Hieman rehvastelua tuli myös, mutta ei liaksi.

## 7.2 Ryhmäkeskustelun toteutus

Ryhmäkeskustelun toteutettiin 6.3.2018. Tutkimustilaksi saatiin kotitalousluokan, jossa pystyi yhdistelemään pöytiä yhdeksi isoksi pöydäksi. Tällä haluttiin luoda yhteenkuuluvuuden ja tasa-arvoisen tunnelman, jonka koettiin tärkeäksi. Oppilaat olivat sovitussa paikassa ajallaan. Nuoret saivat itse valita paikkansa pöydän ääressä. Yksi nuorista oli sairaana, joten osallistujia oli vain kahdeksan, eli kolme poikaa ja viisi tyttöä.

Alkuun tervehdittiin ja esittäydettiin, niin itsemme kuin myös tutkimuksen aiheen. Kerrottiin että tarkoituksena on hankkia heiltä kallisarvoista tietoa asiasta, josta meillä ei tietoa juurikaan ole. Tämän jälkeen jokainen sai kertoa nimensä, sekä sen, kokeeko hän somen käytön tärkeäksi ja millainen somen käyttäjä on. Usea kertoi olevansa aktiivinen käyttäjä ja viettävänsä paljon aikaa somessa.

Ryhmähaastattelun alkaessa levitettiin pöydälle iso paperirulla, josta avautui ensimmäinen tehtävä eli kanavapohja. Jaettiin jokaiselle oma tarramuistilappu nippu, ja ohjeistettiin tehtävän. Kerrottiin, että jokainen saa kirjoittaa lapuille alustoja, jotka ovat välttämättömiä ja päivittäin käytössä, vaihtelevasti käytössä ja ei ollenkaan tai vähän. Nuorilla oli mahdollisuus halutessaan myös vastata anonyymisti tarramuistilapun paperin kääntöpuolelle. Päivittäisiä ja niin sanotusti must-alustoja löytyi selkeästi eniten. Keskustelua käytiin tehtävän aikana ja välillä saatiin kannustaa heitä rohkeasti kirjoittamaan asiat, koska ryhmätilanteessa ei käytetty nauhoitusta.

Tämän jälkeen käsiteltiin sitä, mihin he käyttävät näitä mainitsemiaan alustoja. Paneuduttiin lähinnä aktiivisesti käytössä oleviin sekä niihin, jotka eivät olleet käytössä, mutta otettiin esiin myös vaihtelevasti käytössä olevia alustoja ja niiden käyttötarkoituksia. Alustoja kerättiin alustoja ja jokainen sai kirjoittaa tarramuistilapulle, mihin

käyttää alustaa ja liimata sen alustan alle. Myös tässä, niin kuin kaikissa muissakin tehtävissä, oli mahdollisuus vastata anonyymisti.

Seuraavaksi pohdittiin sitä, mitä hyvää sosiaalinen media tuo elämään yleisesti ja mitä hyvää sosiaalinen media on tuonut kyseisen nuoren elämään. Samoja asioita pohdittiin myös negatiiviselta kannalta; mitä huonoa sosiaalinen media tuo. Nuoret kirjoittivat asioita, välillä he tuottivat näitä keskustelun ohessa, jolloin heitä kannustettiin kirjoittamaan asian ylös ja kiinnittämään paperiin.

Jokaiseen aiheeseen ja kysymykseen oli oman väriset tarramuistilaput, joka mahdollisti aihealueiden ja kanavapohjan helpomman purkamisen. Anonyymivastauksia ei juurikaan tullut.

Aika meni nopeasti ja koulupäivä alkoi olla loppuillaan. Lopuksi kiitettiin oppilaita päivästä ja sovittiin vielä haastatteluajat sitä seuraavalle päivälle. Lähtiessä ohjeistettiin vielä oppilaita valmistautumaan haastatteluihin miettimällä, mitä tunteita some herättää ja mitä tunteita he siellä kokevat. Tässä vaiheessa oppilailla oli jo kova kiire kotiin, joten odotukset ennakkotehtävän perusteellisesta toteuttamisesta eivät olleet suuret. Kaikki kuitenkin lähtivät hyvillä mielin luokasta.

### **7.3 Parihaastatteluiden toteutus**

Haastattelut toteutettiin pareittain ja kolmen hengen ryhmissä. Parit ja ryhmät valikoituivat ryhmäkeskustelupäivänä. Nuoret saivat itse valita kokoonpanot, joiden toimivuus varmistettiin vielä yhteyshenkilön kanssa. Tärkeää oli, että haastattelutilanteista tulisi nuorille luonnollisia ja mukavia keskusteluhetkiä aiheen äärellä. Jokaista haastattelua varten varattiin aikaa yhden oppitunnin. Ajankohdat valittiin siten, että ne tapahtuivat koulupäivän aikana. Nuorten toiveet huomioitiin muun muassa sen suhteen, että he eivät halunneet olla liikunnan tunnilta pois. Opettajille ilmoitettiin, miltä tunneilta nuoret olisivat poissa.

Haastatteluun saapuneet oppilaat tavattiin opettajan huoneen edessä, josta siirryttiin yhdessä luokkaan, koska ryhmäkeskustelupäivänä ei ollut vielä tietoa käytössä olevista luokista. Jokainen haastattelu toteutettiin eri tilassa, mutta se ei tuottanut vaikeuksia. Luokat saatiin järjestettyä haastatteluille sopivaksi järjestämällä pulpeteista isomman pöydän, jonka ympärille asettauduttiin.

Nauhuri aiheutti alkuun hämmennystä, mutta nuorille kerrottiin, että kukaan muu ei tule tätä kuulemaan, vaan käytämme sitä, jotta voimme keskittyä keskusteluun ja sen jälkeen kirjoittaa haastattelu kirjalliseen muotoon. Haastateltaville kerrottiin myös, että äänitteet hävitettäisiin litteroinnin jälkeen. Haastateltaville annettiin mahdollisuuden vastata esitettyihin kysymyksiin myös anonymisti tarramuistilapuille, jotka jaettiin haastattelun alussa. Tätä vaihtoehto ei kuitenkaan käytetty, koska ryhmässä vallitsi luottamus toisiin oppilaisiin.

Alkuun ryhmältä kysyttiin, olivatko he miettineet someen liittyviä tunteita. Oletetusti he eivät olleet näitä juurikaan miettineet tai kirjoittaneet ylös, mutta heille kerrottiin, ettei se haittaa, koska tehtävä oli vapaaehtoinen. Tämän jälkeen haastatteluissa edettiin teemoittain käyttäen apukysymyksiä. Haastattelut päädyttiin toteuttamaan siten, että toinen oli päähaastattelija ja toinen havainnoi sekä esitti tarvittaessa tarkentavia kysymyksiä. Tämän koettiin olevan onnistunut metodi. Teemahaastattelurunko toimi keskustelun selkärankana, kuitenkin poistamatta mahdollisuutta tarttua nuorten tuottamiin puheisiin.

Haastattelun teemoina olivat vuorovaikutus, itsetunto ja tunteet. Haastatteluissa edettiin kyseisessä järjestyksessä, aihe kerrallaan, ensimmäisenä aiheena vuorovaikutus. Alkuun varmistettiin, tietävätkö nuoret, mitä vuorovaikutus oli. Käsitettä avattiin, varmistaen että nuoret ymmärtävä sen tarkoituksen. Asia pyrittiin selittämään haastateltaville, tavalla joka huomioi heidän ikä- ja kehitysvaiheensa. Selittäessä käytettiin selkeitä esimerkkejä vuorovaikutuksesta, kuten *keskustelua tai viestittelyä toisen kanssa*. Tässä osiossa selvitettiin, linkittyivätkö reaali maailmassa tapahtuva vuorovaikutus ja somessa tapahtuva vuorovaikutus toisiinsa ja miten. Nuoret kertoivat, keitä he kohtaavat vain somessa tai vain kasvotusten ja voiko näitä erotella. Käytiin myös läpi, kummanko kommunikointitavan he kokevat luontevammaksi. Pohdittiin myös, onko somessa "pakko" olla ja voiko jäädä jostain paitsi, jos ei ole.

Toisena teemana oli itsetunto. Apukysymyksien avulla pyrittiin selvittämään, miten nuorten jakamat kuvat ja sisällöt, niiden seuraajat sekä seuraajien kommentoinnit ja reagoinnit vaikuttavat nuoren ajatuksiin omasta itsestään sekä mikä on niiden vaikutus itsetuntoon. Alkuun tuli kuitenkin selvittää, julkaisevatko he mitään sosiaalisessa mediassa. Koska vastaajista jokainen jakoi kuvia tai muuta sisältöä, jatkettiin asian selvittämistä. Seuraavaksi syvennettiin kysymystä, mikä vaikutus seuraajien määrällä on. Haluttiin myös selvittää, kuinka heidän seuraamansa henkilöt vaikuttavat heidän ajatuksiin itsestään tai siihen, millainen haluaisi olla vai vaikuttavatko ne edes.

Kolmantena teemana oli tutkijoiden näkökulmasta vaikein aihe; tunteet. Haluttiin selvittää, millaisia tunteita sosiaalinen media herättää nuorissa ja mitä tunteita siellä koetaan. Alkuun keskusteltiin yleisesti tunteista, mitä ne ovat ja mihin tunteita tarvitaan heidän mielestään. Nuoret osasivat hienosti määritellä erilaisia tunteita. Käytiin myös läpi, millainen tunne heille päällimmäisenä tulee mieleen sosiaalisesta mediasta. Tämän jälkeen pöydälle levitettiin kortteja erilaisin kuvin, joiden avulla pyrittiin selvittämään eri alustoihin liittyviä tunteita. Käytiin läpi alustoja, joita tuli esiin ryhmäkeskusteluissa. Nuoret saivat jokaisen alustan kohdalla valita yhden tai useamman kuvan, joka kuvastaa koettua tunnetta kyseisessä alustassa tai sovelluksessa. Tämän jälkeen he saivat sanottaa kuvassa olevan tunteen ja kertoa, miksi valitsivat sen kuvan. Alustojen läpikäynnin jälkeen nuorilta kysyttiin vielä, mikä tekee sosiaalisessa mediassa vihaiseksi, iloiseksi, mikä turhauttaa, ärsyttää ja naurattaa, pelottaa ja saa kauteelliseksi.

Lopuksi nuorilta kysyttiin vielä, olisiko heillä jotain lisättävää aiheeseen liittyen tai sen vierestä. Haastateltaville annettiin positiivista palautetta ja kiitettiin aktiivisesta osallistumisesta.

## 8 TUTKIMUSTULOKSET

### 8.1 Käytetyimmät sosiaalisen median kanavat ja niiden tarkoitus

Käytetyimmät ja tärkeiksi koetut alustat, olivat tutkimuksen mukaan seuraavat. Kaikki tutkimukseemme osallistuneet nuoret käyttivät *Snapchattia*. Sovellusta käytetään kavereiden kanssa jutteluun joko viestitellen tai videopuheluiden kautta. Eräs nuori kertoi myös jakavansa alustan avulla kuvia kavereilleen. *Instagram* oli yli puolelle osallistujista tärkeä ja paljon käytetty alusta. *Instagramissa* nuoret kertoivat jakavansa kuvia sekä seuraavansa myös muita käyttäjiä ja heidän jakamiaan sisältöjä. Yksi nuorista kertoi selailevansa erilaisia meemejä *Instagramista*. Noin puolet käyttivät myös *Spotifya* aktiivisesti. *Spotifyssa* he kuuntelevat musiikkia ja tekevät soittolistoja, joita voi halutessaan jakaa kavereilleen. *Youtubea* käytti alle puolet osallistujista katsoen erilaisia videoita. *Youtubessa* he seuraavat tubettajia eri kategorioissa, pelivideoita ja tutorialvideoita, jotka mahdollistavat uusien asioiden oppimisen. *Whatsappia* käytti aktiivisesti vain alle puolet. Nuoret kokivat, että *Snapchat* on tullut tämän yhteydenpitoalustan tilalle. *Whatsappia* käytetään kuitenkin erilaisissa perheryhmissä ja kaveriporukoissa jutteluun ja viestittelyyn. Suosituimmissa alustoissa käyttö on siis yhteydenpitoa ystäviin ja kavereihin sekä sisältöjen, lähinnä kuvien julkaisuja ja muiden julkaisujen seuraamista. Pojat tuntuivat käyttävän eri sovelluksia laajemmin kuin tytöt. Tyttöillä käyttö oli aktiivista, mutta se kohdistui 2-3 sovellukseen tai kanavaan.

Yksittäisiä alustoja, jotka koettiin tärkeiksi, olivat *Steam*, *Twitch*, *Ylilauta*, *Deezer* ja *Twitter*. *Steamissa* pelataan ja ladataan erilaisia pelejä. Tämä oli meille täysin uusi alusta, koska olemme rajanneet pelit tutkimuksestamme pois. Myös *Twitch*, *Ylilauta* ja *Deezer* tulivat meille tutkijoille uusina tuttavuuksina.

Vaihtelevasti tai vähän käytettyjä sosiaalisen median kanavia olivat *Sarahah*, *Jodel*, *Facebook*, *Reddit*, *Twitter* ja *Pinterest*. *Sarahah* ja *Jodel* ovat kanavia, joissa käyttäjät voivat kommentoida ja julkaista asioita anonyymisti. Tarkemmin kysyttäessä nuoret kertovat, että siellä voidaan viestitellä hyvin ikävästi ihmisille, koska anonyymius mahdollistaa sen.

*Facebookin* käyttö nuorten keskuudessa on lähes mitätön, eräs nuori käyttää sitä vain seuratessaan harrastukseensa liittyvää tiedotusta. Osa käytti silloin tällöin myös *Facebookin* messengeriä. *Redditin* käyttö rajoittui lähinnä meemien selailuun. Twitteriä käytti pieni osa osallistujista muun muassa Trumpin julkaisujen seuraamiseen, ja *Pinterestistä* taas haettiin inspiraatiota ja ideoita sisustukseen sekä kuvamataidon töihin.

Haastatteluissa kysyttiin myös somessa olon välttämättömyydestä, ja kysyttiin, onko siellä pakko olla. Suurin osa vastasi välittömästi ei, jos ei itse halua. Hetken mietittyään tuottivat kuitenkin ajatuksia, että varsinkin heidän ikäluokkansa voi jäädä paljosta paitsi, jos ei ole missään sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa käydään paljon keskusteluja sekä seurataan tubettajia ja vloggaajia, joten nuoret kokivat, että ilman sosiaalista mediaa näihin keskusteluihin sosiaalisen median ulkopuolella ei voi osallistua. Eräs mainitsi myös, että siitä voi joutua jopa kiusatuksi.

Mut nykyään, kun kaikki on siellä, niin sit ne olis, että mikset sä ny oo siellä? Siinä saattaa tulla kiusaamista, jos sä et oo siellä. (H2b.)

Jos jotkut puhuu jostaki tietystä vaikka Youtube-videosta, niin jos joku ei oo millään tavalla sosiaalisessa mediassa, niin kyllähän siinä tulee vähä ulkopuolinen olo jos ei tiä yhtään mistä muut puhuu. (H3b.)

Eräs nuorista toi esiin, että sosiaalinen media mahdollistaa tutustumisen ja yhteydenpidon uusiin ihmisiin. Hän toi kuitenkin esiin, ettei häntä itseään haittaa, jos joku toinen ei ole somessa.

No mut se on ny niinku, esimerkiksi joihinki ihmisiin on helpompi tutustua jos on somessa ja on niinku enemmän puheenaiheita mistä puhua. Ja sitte niinku voi ottaa yhteyttä somen kautta johonki ihmiseen tai sillai. Mut ei se ny sillai haittaa jos joku ei oo somessa. Ei mua ainakaan haittaa, jos joku ei oo jossaki, vaikka snapissa. (H3b.)

Haastatteluun osallistuneet nuoret kokivat somen kuitenkin sen verran tärkeäksi, etteivät jäisi pois. He kokivat, että sieltä näkee ja löytää uusia, mielenkiintoisia asioita. He mainitsivat myös, että sosiaalinen media on vakiintunut ihmisten elämään, johon opinnäytetyön tekijät voivat myös samaistua.

Keskustelimme nuorten kanssa myös heidän kokemuksistaan, onko heillä paineita ladata jotain uutta sovellusta omaan mobiililaitteeseensa, jos kaikki muutkin ovat ladanneet. Suurin osa nuorista kokivat, että voivat kokeilla uutta sovellusta, mutta halutessaan poistavat sen, jos eivät koe sitä itselleen mielekkääksi.

## **8.2 Sosiaalisen median tuottamat myönteiset ja kielteiset asiat**

Suurin osa kokee somen mahdollistavan yhteydenpidon ystäviin myös niissä tilanteissa, kun ystävä asuu kauempana eikä ole mahdollista nähdä kasvotusten. Positiiviseksi asiaksi koetaan myös, että some on hyvää ajanvietettä. Se mahdollistaa kuvien julkaisun ja jakamisen ja tuo joillekin inspiraatiota esimerkiksi pukeutumiseen. Pojat kertoivat löytävänsä somen kautta myös uusia pelejä, jonka kokivat hyväksi asiaksi.

Haastatteluissa selvisi myös sosiaalisen median kautta ilmeneviä kielteisiä puolia, jotka vaikuttivat nuorten elämään negatiivisesti. Somen tuomia negatiivisia asioita nuorten omasta näkökulmasta oli muun muassa, että se vie liikaa aikaa ja siellä ollaan liian pitkiä aikoja. Tämä vaikuttaa taas nuorten omien sanojen mukaan siihen, että läksyt jäävät tekemättä ja on vaikeaa keskittyä muihin asioihin. Yli puolet osallistujista oli tätä mieltä ja näin ollen nuoret tiedostivat ja olivat kiinnittäneet tähän huomiota.

Osa nuorista koki somen vievän rahaa, jota kuluu muun muassa erilaisiin peleihin. Yllätyksenä tuli se, että nuoret käyttävät paljon rahaa sosiaalisessa mediassa. Pojat kertoivat laittavansa paljon omaa rahaa nettipeleihin, mutta myös osa tytöistä osti ja latsasi maksullisia pelejä netistä.

Pari mainitsi myös ilkeän kommentoinnin ja kiusaamisen somen huonoksi puoleksi. Tähän aiheeseen paneudumme haastatteluissa. Yksi nuori kertoi somen huonoksi puoleksi sen, että tulee energiseksi. Tähän mielipiteeseen ei kuitenkaan saatu selkeää selitystä haastattelun aikana.

Eräs nuori sanoitti huonoksi puoleksi, että some on pakollinen. Tulkitsimme tämän niin, että somessa on pakko olla tai jäädä ulkopuolelle. Tähän paneuduimme haastatteluissa.

Nuoret saivat sanoittaa mitä lisääisivät sosiaaliseen mediaan. Vastauksiksi saimme paljon konkreettisia asioita, kuten pelejä, pelin osia ja sovelluksia, jotka olisivat ilmaisia. Yksi nuori kuitenkin haluaisi lisää turvallisuutta, jotta uskaltaisi turvallisesti liikkua verkossa ja julkaista asioita somessa.

Nuoret poistaisivat sosiaalisesta mediasta tietynlaiset käyttäytymistyylit, ikäluokat ja toimimattomat sovellukset. Eniten kannatusta sai Snapchatin uusien päivitys ja vanhempien poistaminen Instagramista ja yleensäkin sosiaalisesta mediasta. Esiin nousi kuitenkin myös feikit ja ylimieliset ihmiset, jotka jakavat pröystäilevää sisältöä somessa. Tytöt puhuivat suoraan siitä, että somessa ärsyttävät ihmiset, jotka kerskuvat omaisuudella ja hienoilla kalliilla tavaroilla. He erottelivat selkeästi rikkaat ja köyhät, ja antoivat esimerkkejä arvokelloista ja kirppareista. Tähän palasimme haastatteluissa ja pyrimme saamaan tietoa heiltä, miltä näiden ihmisten kohtaaminen somessa tuntuu ja miten ne vaikuttavat omaan itseensä ja omiin julkaisuihin.

### **8.3 Sosiaalisen median vaikutus vuorovaikutukseen**

Suuri osa nuorten vuorovaikutuksesta tapahtuu internetissä ja virtuaalimaailmassa. Pyrittiin selvittämään, miten sosiaalinen media vaikuttaa tähän vuorovaikutukseen. Onko enää olemassa ihmisiä tai ryhmiä, joiden kanssa ollaan kasvotusten yhteydessä vai onko kaikki siirtynyt someen. Selvitimme myös, onko nuorille luontevampaa ja helpompaa olla vuorovaikutuksessa sosiaalisen median kautta vai kasvotusten ja koetaanko näissä eroavaisuuksia.

Tutkimukseen osallistuneilta nuorilta kysyttäessä, keitä kohtaavat vain sosiaalisessa mediassa, he vastasivat, ettei sellaisia ole. Kun kysymystä täsmennettiin, nuoret toivat esiin, että tällaisia ovat esimerkiksi julkisuuden henkilöt, joita he eivät normaalissa elämässä tapaa. Julkisuuden henkilöiden lisäksi he mainitsivat myös youtubettajien ja vloggaajien kuuluvan tähän ryhmään.



Sen sijaan ainoastaan kasvotusten he totesivat kohtaavansa vanhempia sukulaisia, kuten isovanhempiaan. Usealla nuorella oli ydinperheensä kanssa luotuna WhatsApp-ryhmä, jota he käyttivät päivittäin. Yksi haastateltavista kuitenkin mainitsi, että hänen lähipiirissään ja –suvussa kaikki käyttävät sosiaalista mediaa yhteydenpitoon.

Nuorilta kysyttiin myös, miten sosiaalisessa mediassa tapahtuva keskustelu jatkuu kohdatessa kasvokkain. Nuoret kokivat, että suurin osa keskusteluista jatkuu, mutta se riippuu paljon aiheesta ja asian luonteesta. Sisäpiirin jutut ja hauskat vitsit koettiin asioiksi, jotka jatkuivat muun muassa koulupäivän aikana. Jotkut asiat taas olivat sellaisia, jotka käytiin läpi esimerkiksi *Snapchat*issa ja sen jälkeen asiasta ei enää puhuttu.

Jokku asiat käydään snapissa läpi ja siit ei puhuta enää.. (H2b.)

Nuorten mielipiteet jakautuivat luontevamman kommunikointitavan suhteen, osa koki sosiaalisen median kautta tapahtuvan vuorovaikutuksen olevan helpompaa ja sen vuoksi luontevampaa. Näitä perusteltiin muun muassa siten, että viestiä lähettäessä kykenee paremmin miettimään, mitä lähettää toiselle. Toisaalta nuoret kokivat, että kasvokkain tulee automaattisesti mietittyä tarkemmin, mitä tuottaa vastapuolelle.

No riippuu tunteeks sitä ihmistä tarpeeks hyvin.. On se niinku helpompi puhuu niinku somen kautta. Sitte voi miettiä etukäteen, mitä oikeestaan puhuu. Mut sit jos on niinku in real life, niin sitte..(Hb3.)

Kommunikointi sosiaalisen median kautta koettiin myös, että siellä on helpompi puhua esimerkiksi salaisuuksista ilman, että joku muu kuulee. Siellä koettiin olevan helpompaa myös loukata toista, kun taas kasvotusten joutuu kohtaamaan toisen pahan mielen.

Somessa pystyy niinku lähettää silleen ihan mitä vaan, että voi sanoa niinku tälleen, mutta sitte jos kasvotusten sanoo vaikka jotain paha, niin se tulee heti niinku sellanen paha mieli. (H1b.)

Eräs haastateltava toi esiin, kuinka sosiaalisen mediassa on luontevampaa puhua vaikeista asioista. Muun muassa *Snapchat* koettiin paikkana, jossa voi puhua vaikeista asioista, joita ei kasvokkain pysty kertomaan.

Joskus on niinkin. Se on varmaan ku snäpis ei pysty silleen tunteita näyttään. Ja kasvotusten pystyy, niin sit ei halua välttämättä puhua enää siitä aiheesta ku näkee. (H2b.)

Yllättävän moni kuitenkin nuorista vastasi, että kasvokkain tapahtuva vuorovaikutus on luontevampaa. Muun muassa pojat vastasivat kuin yhdestä suusta sen luontevammaksi tavaksi olla vuorovaikutuksessa toisen kanssa. Osa nuorista koki, että isompia ja tärkeämpiä asioita on mukavampi jakaa kaverille kasvotusten. Tällöin asiaa pystyy kuvailemaan paremmin ja vastaavasti reagoimaan sekä olemaan vastavuoroisessa vuorovaikutuksessa toisen kanssa.

Se on jotenki helpompaa, kun näkee sen ihmisen heti ja pystyy vastaamaan.. (H2b.)

Vaikeita asioita on vaikea sanoa kasvotusten, mutta toisaalta arvostetaan vastakkaisen osapuolen aitoa reagointia, ilman emojjeja.

Jos sanoo jotain, niin näkee heti mitä se toinen ajattelee ja reagoi.. (H2a.)

#### **8.4 Sosiaalisen median vaikutus nuoren itsetuntoon**

Seuraavana aiheena oli sosiaalisessa mediassa julkaistujen kuvien tai muun sisällön vaikutus nuoreen. Kaikki haastateltavista nuorista julkaisivat kuvia tai muuta sisältöä SoMessassa. Suurimmalle osalle julkaisut olivat *SnapChatin* kautta luotuja snäppejä ja *Instagram* päivityksiä. Kaksi nuorista julkaisi myös omia pelivideoita, joita oli pelatessaan tallentanut. Kaikki nuoret julkaisivat selfieitä, sekä kuvia paikoista jossa kävivät.

Seuraajien määrän vaikutus näkyi eri tavoin tyttöjen ja poikien välillä. Poikiin seuraajien määrä vaikutti huomattavasti vähemmän kuin tyttöihin. Osa tytöistä kertoi seuraavansa sitä, kuinka moni kaveri käy tykkäämässä laittamastaan kuvasta. Pojat taas kertoivat, ettei seuraajien määrä vaikuta heihin millään tavalla.

No kyl mä ainaki katon, että kuinka moni on tykänny mun kuvasta. Sil-lai...(H3b.)

No seuraajien määrä ei vaikuta muhun mitenkään.(H2a.)

Omista julkaisuista saatu palaute ja kommentit eivät vaikuttaneet poikiin heidän kertomansa mukaan. He kuitenkin totesivat, että tytöiltä saadut kommentit tuntuvat kiivalta. Yksi pojista kertoi, ettei muiden kommenteilla ole mitään vaikutusta häneen.

Ei mua juuri kiinnosta ne kommentit, mitä muut musta ajattelee..(H2a.)

Emmä usko että siellä kannattaa mitään tosissaan ottaa.(H2c.)

Tytöt kokivat kommenttien ja palautteen vaikuttavan siihen, mitä he tulevaisuudessa julkaisevat sekä siihen, oliko oma aikaisempi julkaisu hyvä vai huono. Tytöt toivat esiin, että kuvia joskus kommentoidaan vain kommentoinnin vuoksi eikä aina siksi, että kyseisestä kuvasta olisi joku oikea mielipide. Yksi tytöistä pohti kommentoinnin lisääntymistä sillä, että on saanut enemmän seuraajia.

No ei oikeestaan...mut jos esimerkiksi mun johonki kuvaan on tullu enemmän tykkäyksiä, niin mä ajattelen vaan et okei, mä oon saanu lisää seuraajia lähiaikoina...(H3b.)

Positiivisten kommenttien vaikutus näyttäytyi samankaltaisena molempien sukupuolten kohdalla. Tytöt kokivat positiivisen palautteen vaikuttavan hyvän olon tunteen saamiseen sekä itsetuntoa kohottavasti. Hei eivät kuitenkaan olleet sitä mieltä, että kommentit ja palautteet vaikuttaisivat suoraan ajatukseen omasta itsestään.

Kai niillä jonkin verran on, jonku verran on, ku sitte just tulee niitä sydämiä ja jotain, niin sitten se kyllä varmaan kohottaa itsetuntoo.(H1a.)

Kyll ne kommentit, jos saa vaikka kun mä julkisen selfien johonkin, ja siel ollaan silleen, että hei, sä oot kaunis, niin kyllähän se tietysti hyvältä tuntuu...(H1a.)

Pojat eivät kokeneet, että kommentointi vaikuttaa heidän kuvaan itsestään, mutta toivat kuitenkin esiin, että kuvien kommentit vaikuttavat siihen, millaisia kuvia jatkossa julkaisee.

Niin tietää mimmosia kuvia jatkossa laittaa sitte....(H2b.)

Negatiivisen palautteen ja kommenttien kohdalla pojat kokivat että, niillä ei ole vaikutusta. Kaikki kertoivat, että epäasialliset ja huonot kommentit voi poistaa, ja niitä kirjoittaneelta henkilöltä voi poistaa näköoikeuden omaan profiiliin. Puheista kävi selkeästi ilmi, että asia ei ollut pojille vaikea tai monimutkainen.

Emmä välitä siitä. Mä blokkaan ne.(H2a.)

Tyttöihin negatiiviset kommentit vaikuttivat niin, että osa heistä alkoi pohtimaan julkaistujen kuvien laatua ja alkoi etsimään niistä virheitä. Tyttöihin negatiivinen kommentointi vaikutti enemmän kuin saman ikäisiin poikiin. Alaspäin suunnatut peukut ja kuvien ikävä kommentointi vaikuttivat siihen, että itseä alettiin kyseenalaistamaan.

No ei nyt ihan hirveesti ainakaan, en mä oo sitä niinku huomannu...(H1a).

Niin siitä tulee sellainen käänteinen tunne, että oliko tää nyt ihan järkevää...(H1a).

No joo, kyll sitä niinku sitte....ja varmaan se onki että mitä kauemmin sitä kuvaa kattoo ite, niin siitä löytää vaan yhä enemmän virheitä, ja sellasia korjattavia juttuja...(H1a).

Nuorilta kysyttiin, seurataanko he muiden julkaisuja somessa. Kaikki nuoret kertoivat seuraavansa joitain julkisuuden henkilöitä tai tubettajia, joiden videoita he katsoivat.

Seurattavien kautta etsittiin uusia inspiraatioita hiustyyleihin, vaatetukseen, ruokailutottumuksiin, harrastuksiin ja trendeihin. Kukaan haastateltavista ei kuitenkaan tuonut esiin, että somen kautta samaistuttaisiin suoraan toiseen henkilöön tai pyritäisiin muuttamaan itseään tämänlaiseksi. Tyttöjen puheiden kautta nousi kuitenkin halu elää terveellisesti, ja näihin asioihin haettiin vinkkejä somen kautta. Kyseisiä vinkkejä ei kuitenkaan otettu käyttöön kokonaisuudessaan, vaan ne sovellettiin omaan elämään sopiviksi ja käytettiin vain oman motivaation verran.

No joo, kyllä sitä ehkä silleen, että aamupalalla valitsean niiden suklaamurojen tilalle vaikka jotain mysliä. (H1a.)

Haastattelussa kysyttiin myös muiden tekemien julkaisujen vaikutuksesta, ajatukseen omasta itsestä. Satunnaisesti osa nuorista pohti sitä, millaista olisi olla kuuluisuus, tai miettivät ihailun kohteen kautta sitä, pitäisikö itse kokeilla samanlaista tyyliä. Tästä huolimatta nuoret tiedostivat, että moni somessa oleva kuva tai julkaisu, ei aina ole todellisia ja he myös toivat esiin, että kuvia muokataan paremman näköisiksi.

No ei pakosta....niinku joku voi muokata omia kuviansa, että ne näyttää eriltä tai...(H3b.)

No justiin, vaikka ku kattoo, vaikka jotakin joittenki vaikka, kuka iten mielestä on vaikka nätti. Niin ku näyttelijä on nätti, ja sitte miettii, että miten vois niinku itte tehdä niinku vähän saman tyyliseks...(H1b.)

Joo, esimerkiks niinku hiustyylejä jota siellä näkee, nii ajattelee että pitäiskö tollasta kokeilla, ja että sopisko se mulle...(H1a.)

Joskus ajattelee, että ois siistiä ollaa joku tollanen kuuluisuus, mutta emmä tiiä...(H2b.)

Esimerkiks joku kuuluisat, niin sit yrittää saada vähän samantyyppisiä kuvia, mutta ei ny oikeestaan oo vaikutusta....(H2b.)

Pojat tuottivat todella hyvää keskustelua siitä, mitä he arvostavat ja haluavat elämältä. Koettiin että heillä oli ikäisekseen hienoja ajatuksia siitä, mikä elämässä on tärkeää, eivätkä he kokeneet kenenkään somehenkilön omaavan sellaista elämää, jonka itse haluaisivat itselleen.

Niin, onko sillä ny meriktystä...ei sillä oo mulle väliä, oonko mä joku kuuluisa tubettaja, vai ihan perus "Matti"(H2a.)

## 8.5 Sosiaalisen median vaikutus nuoren tunteisiin

Tunteiden määrittely oli alkuun vaikeaa nuorille. Päällimmäisenä tunteena nuorille nousi kokonaisuudessaan sosiaalisesta mediasta hyvä fiilis. Nuoret kertoivat, että päällimmäisenä mieleen eivät tule negatiiviset asiat.

Ei tuu niinku ekana mieleen mitkään huonot asiat, jos joku sanoo some..Kyl somessakin on huonoja puolia, mut ei ainakaan heti ekana tuu mieleen. (H3b.)

Jotkin alustat, joita he eivät itse käyttäneet, eivät herättäneet mitään tunteita. Tällöin tunnetta kuvaavaksi kortiksi valittiin usein "pöllökortti". Etenimme käyttäen kuvakortteja apuna erilaisten tunteiden löytämisessä ja sen jälkeen kysyimme spesifempejä kysymyksiä, miten jokin tunne esiintyy sosiaalisessa mediassa. Myönteisiä tunteita, joita nuoret kokivat, olivat muun muassa ilo ja hyvä olo. Esiin nousi myös yhteenkuuluvuuden tunne sekä tunne siitä, että merkitsee muille jotain. Pääosin nuoret nostivat hyvän olon aiheuttajiksi hauskat kuvat, videot ja meemit, mutta hyvää oloa loi myös pelimaailmoiden me-henki ja positiiviset kommentoinnit.

Ilo, hauskuus, nauru ja hyvä olo nousivat erityisesti esiin, kun nuorten kanssa puhuttiin sosiaalisen median kautta syntyvistä tunteista. Nuoret kokivat sosiaalisessa mediassa paljon hauskoja ja iloisia asioita, jotka saivat heidät hyvälle mielelle. Erilaiset kuvat, meemit ja inside vitsit saivat heidät nauramaan ja tuntemaan hyvää oloa. Yksi nuorista kuvaili, että videot, joissa nauretaan tai hölmöillään, saa hänet nauramaan. Videoita, meemejä ja hauskoja kuvia he kohtaavat *Youtubessa, Snapchatissa ja Instagramissa*

Tää on niinku se ilo, ku jollaki on sellanen video missä se nauraa, niin kyllä se niinku itteenki tarttuu, ja ne vitsit tai jotku, kun se tekee jotain hauskaa..Niin kyl se niinku tarttuu. (H1b)

Sosiaalisessa mediassa *Spotify* mahdollistaa musiikin kuuntelun yksin tai kavereiden kanssa, soittolistojen tekemisen ja niiden jakamisen. Mieluisa musiikki ja mahdollisuus itse valita kappaleet soittolistoilta piristää ja tuo nuorille mukavan olon.

No joo, yleensä mä oon niinku kavereitten kanssa ja me mennään ihan hulluiks ku me kuunnellaan musiikkia. Tai sitten mä kuuntelen jotain rauhallista musiikkia, niin sitte mä tyyliin vaan niinku laulan mukana tai jotain..(H3b.)

*Steam*-pelialusta herätti pojissa useita tunteita ja he valitsivatkin useamman kerran kuvaamaan näitä tunteita. Pojat tunsivat *Steam*issa kavereiden kanssa joukkueena pelaamisen luovan yhteishenkeä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Peleissä on myös mahdollisuus kommentoida vastustajan pelaamista ja näistä positiivisista kommentista pojat saivat hyvän mielen. Osa heistä myös itse kertoi antavansa kehuja vastustajalle tämän voittaessa, jolloin siitäkin tuli hyvä olo.

On rentoo ja mukavaa pelata kavereiden kans. (H2c.)

Sosiaalinen media selkeästi herättää ilon tunteita ja naurun kiljahduksia. Eräs vastaajista oli katsonut Youtubesta piloja ja pränkkivideoita, jolloin:

Mä joskus nauroin jollekin niin paljon, että mä rupesin itkemään! (H3b.)

Yhteenkuuluvuus ja siitä koitua iloisuus nousi myös tyttöjen vastauksista. *Snapchat*issa he kokivat, että yhteydenpito läheisiin ja kavereihin tuntuu hyvältä. Vaikka he eivät fyysisesti ole siinä, mahdollisti *Snapchat* kuitenkin tiiviin kommunikoinnin. He valitsivat kuvakorteista kuvia, joissa oli useita koiria ja kissoja rivissä.

Tää kuvastaa ehkä sitä, että tässä on näitä niin monta, koska paljo esimerkiksi mun läheisiä on siellä ja kavereita ja sitte siel pystyy niinku helposti olla vähä niinku samassa porukassa, vaikka ei niinku fyysisesti oltaiskaa samassa paikas. ( H1a.)

Sosiaalinen media vaikutti myös nuoren toimintaa ja käyttäytymiseen positiivisella tavalla. Eräs nuori kertoi, että hänet saa iloiseksi sosiaalisessa mediassa videot, joissa

tehdään toiselle hyvää, ja ne saavat hänet itsensäkin miettimään ja muuttamaan toimintatapojaan.

No sellaset ihmisten hyvät teot, esim jollekki vanhuksille...Siitä tulee sellanen, että hei, vois vaikka tänään kattoo, että avais vaikka ovia ja hyymyilis vastaan tulijoille. (H1a.)

Sosiaalisen median kautta syntyvät hyvät ja positiiviset tunteet nousivat esiin keskusteluissa. Tyttöjen vastauksista nousi positiivisten kommenttien vastaanottamisesta syntyvä hyvä olo. Tytöt kokevat, että usein positiivinen kommentointi koskee ulkonäköä tai yleensäkin ihmistä kokonaisuudessaan, ja juuri siitä tulee hyvä olo.

Yleensä jos jostaki kommentista tulee hyvä mieli, ja jostain viestistä, niin se on yleensä sellanen, että miltä näyttää tai millanen se ihminen on. Ei se niinku muusta oikeen tuu...hyvä mieli. (H1b.)

Nuoret kokivat, jotta kommentit ja viestit saavat nuoret tuntemaan itsensä tärkeäksi ja tuovan myös tunteen, että joku välittää heistä.

Sosiaalinen media herätti nuorissa myös negatiivisia ja melko vahvojakin tunteita. Turhautuneisuus ja ärsyyntyminen nousi selkeimmin esiin ja liittyivät olennaisesti myös kateellisuuden tunteisiin. Päällimmäisenä turhautuneisuutta ja ärtyisyyttä aiheutti turhat mainokset ja viestit sekä klikkiotsikot. Klikkiotsikoista puhutaan sellaisen otsikon yhteydessä, jossa otsikko ei vastaa videon sisältöä, vaan esimerkiksi suurentaa oletuksia tulevasta videosta. *Snapchatin* tärkeys näkyi myös tässä, koska melkein kaikki vastaajat kertoivat "Snapin" uuden päivityksen olevat todella ärsyttävä. Näitä ja kateellisuuden tunteita herättivät ylimieliset ihmiset ja omasiuudella kehuskelu. Nuoret kokivat sosiaalisessa mediassa myös vihan, pelon ja surun tunteita, joita aiheuttivat pelottavat ja rajut sotakuvat sekä kaltoinkohtelu. Surun ja vihan tunteita herätti vahvasti myös kiusaamisen näkeminen ja kokeminen sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksemme osallistujista harva nosti esiin pelon tunteissa tuntemattomien ihmisten yhteydenoton, sen sijaan he pelkäsivät, että joku tuntematon hakkeroi heidän tietojiaan. Nuoret kokivat, että sosiaalisessa mediassa on myös tylsyyden tunteita aiheuttavia tekijöitä, kuten muiden jakamat samanlaiset kuvat.



Turhautumista ja ärsyyntyneisyyttä koettiin erilaisissa asioissa ja tilanteissa. Nuoria turhauttivat sosiaalisessa mediassa roskaposti, kavereiden turhat ilmoitukset, klikkiotsikot sekä mainokset ja erilaiset linkit. Nuoret ovat tietoisia epämääräisistä linkeistä, joita ei tule avata, jos ne ovat epäilyttäviä. Nuoret mainitsivat moneen otteeseen myös *Snapchatin* uuden päivityksen, joka on muuttanut sovellusta ja tämän vuoksi se turhauttaa nuoria. Turhautuneisuutta synnyttää myös streakit *Snapchatissa*, jolloin turhia viestejä lähetetään joka päivä, jotta viestiketju ei katkeaisi. Tavoitteena näillä on siis pitää yllä mahdollisimman pitkää viestiketjua.

Joku lähettää kaikille tyylin joku, et "harkat tulossa", tai jotain sellasta, joka päivä. Ja nukkumaan menness se tota... (H2a.)

Good morning ja good night. (H2c.)

Turhautuneisuuden lisäksi sosiaalisesta mediasta löytyi asioita, jotka ärsyttävät nuoria. Ärsyttäviksi koettiin muun muassa ylimieliset ihmiset sekä ihmiset, jotka esittävät muuta kuin ovat tai leveilevät asioilla, joita omistavat. Tytöt mainitsevat ärsyttäväksi, jos joku jakaa itsestään herukuvia, eli kuvia, jotka ovat paljastavia tai ulkoisia muotoja korostavia kuvia.

No jotku tietynlaiset ihmiset...ku niinku, ylimieliset ihmiset ärsyttää, ja sitte jokku jotka esittää ja että sen huomaa niistä, että ne esittää ihan erilaista ihmistä kun on.. (H3b.)

Kun joku oikeen leveilee siellä. Ku mul on tällästä ja sul ei oookkaan. Se on kaikista ärsyttävintä. (H2b.)

Nuoret kertoivat, että joskus muiden julkaisemat päivitykset tai kuvat saattavat saada kateelliseksi. Asiat, joista he tunsivat kateellisuutta, olivat konkreettiset asiat ja myös toisen elämänlaatu tai ulkonäkö. Tytöt kokivat kateellisuutta enemmän ihmisten ulkomuodosta tai tavasta elää, kun taas pojat mainitsivat konkreettisia asioita, kuten uuden tietokoneen mainosmainen esittely.

No jos joku julkasee kuvan jostain tosi siististä tietokoneesta vaikka, niin kyllähän se tekee vähä kateelliseksi..että kyllä mäki haluisin sellasen. (H2a.)

Kateellisuutta ei kuitenkaan varsinaisesti myönnetä toisille, vaan saatetaan tykätä kuvasta ja niin sanotusti esittää, että on onnellinen hänen puolestaan.

Sosiaalisen median käytön yhteydessä heräsi myös pelon tunteita. Nämä pelon tunteet syntyvät pelottavista kuvista kuten sotakuvista. Esiin nousi myös hetki sitten esillä ollut, lähinnä Amerikassa esiintynyt, pelottava pelle. Sosiaalinen media ja siellä liikkuminen koettiin kuitenkin turvalliseksi, vaikka pelkoa loi kuitenkin osan tyttöjen mielestä hakkerit, niillä uhkailu ja tuntemattomien ihmisten yhteydenotot.

No en mä silleen niinku pelkää mitää, muutaku että joku hakkeroi mun käyttäjän tai jotain..tai joku väärä ihminen saa tietää mun puhelinnumeron tai nimen tai sillai, niin ku sellanen, jonka ei tarvis tietää sitä.. (H3b.)

No ehkä jos joku uhkailee sellasilla hakkerijutuilla, että jos et tykkää tästä kuvasta ja ala seuraamaan, niin sun kone hakkeroidaan ens yönä. (H1a.)

Ei se nyt silleen huipputurvallista oo, ku tietää että joku tuntematon voi vaan tulla laittamaan sulle jotain viestiä ja jälleen.. (H3a.)

Pyrimme muistuttamaan nuoria, että jos he kohtaavat sosiaalisessa mediassa ja internetissä pelottaviin tai epäilyttäviin asioihin, tulee siitä kertoa aikuiselle.

Sosiaalisessa mediassa koettiin myös surun tunteita. Näitä aiheuttavat kaltoinkohtelu sekä mediassa näkyvät kuvat sodista ja pahuudesta. Nuoret kokevat, että näitä asioita ei voi olla enää näkemättä. Esiin nousee myös kiusaaminen, jonka näkeminen sosiaalisessa mediassa tekee surulliseksi.

No joskus ku näkee jonku uutiskuvan jostain pommi-iskusta tai jotain semmosta, että monta ihmistä kuollu..niin se tekee surulliseksi. (H2a.)

Niin, sitte miettii, että miten joku tommosta voi tehdä. Se tuo huonon fiiliksen. (H2b.)

Sosiaalisessa mediassa koettiin myös vahvoja negatiivisia tunteita, kuten vihaa. Nämä vastaukset tulivat nopeasti ja selkeästi nuorilta. Nuoret saa vihaiseksi muun

muassa sellaiset videot, kuvat ja muut julkaisut, joissa kohdellaan kaltoin tai kiusataan. Kiusaamisen he kertovat olevan perättömien valheiden levittämistä, salakuvauksista ja kuvien jakamista.

Jos jossaki on jotaki eläimien kiduttamista, tälläsiä mitä ei oo kattonu, mutta oon kuullu niistä, kun jokku laittaa sellasta. Tai sitten kun jossain tehdään jollekin ihmiselle jotain pahaa..tai jotain. (H3b.)

Kiusaamisjutut, kun iso ryhmä niinku vaan menee jonku tyyppin kuviin ja alkaa kiusaan sitä. (H3a.)

Vaikka kiusaamista ei voida luokitella tunteeksi, niin se nousi esiin kielteisten tunteiden kohdalla, ja tuli mainittua useamman kerran. Tutkijoina ja aikuisina koettiin tärkeäksi tarttua kiusaamisaiheeseen syvemmin. Osalta haastateltavista löytyi omakohtaisia kokemuksia kiusaamisesta somessa. He kokivat, että kiusaaminen saattaa alkaa muussa arkielämässä ja jatkua sosiaalisessa mediassa.

Enemmän se tuloo niinku oikiasta elämästä, jos joku kiu..yrittää kiusata ja sillai, niinsit se jatkaa tuolla somes. (H2b.)

Nuoret olivat kohdanneet ja nähneet kiusaamista sosiaalisessa mediassa. Osa kuvasi näkemäänsä vain "vähän ilkeämmäksi läpän heitoksi". Tässä kohta muistutimme, että vaikka se joillekin saattaa näyttäytyä vain vitsiksi, voi se kiusatusta tuntua todella pahalta. Osa nuorista koki myös, ettei kiusaamiseen ja ilkeää kommentointiin uskalla aina puuttua, ettei itse joudu kiusatuksi. Kehotimme tällaisissa tapauksissa kertomaan aina aikuiselle, joka voi puuttua myös tilanteeseen. Pojat kokivat kiusaamiseen puuttumisen hankalaksi, koska se tapahtuu somessa usein myös yksityisviesteillä. Jos he kuitenkin näkivät sen, he puuttuivat siihen.

No mä meen sit sanomaan sille jotain...(H2c.)

Niin, ettei oo mitään järkiä laittaa tuollasta että..mutta en mä oo ainakaan, oonko mä kerran nähny sellasta, että joku on laittanu sellasen tyhmän kommentin. (H2b.)

Poikaryhmä kertoi, että jos ja kun he itse kokevat kiusaamista tai ikävää kommentointia, he voivat estää tai joissain sovelluksissa myös ilmiantaa kiusaajan. Pojat eivät kuitenkaan olleet ilmiantoa toteuttaneet, mutta ovat sillä uhkailleet.

Alustat, joissa pystyy kommentoimaan anonyymisti, ovat nuorten mukaan paikkoja, joissa kiusaaminen on helppoa. Siellä jokainen voi anonyymisti sanoa mitä vain pelkäämättä, että kukaan tunnistaa hänet. Tällaisia alustoja ovat muun muassa *Sarahah* ja *Jodel*.

Joskus myös sosiaalisessa mediassa koettiin tylsistymistä. Tällaisia tuntemuksia herättivät mustavalkoiset kuvat, pelkkien selfieiden julkaiseminen toinen toisensa perään.

Just niinku selfieitä, ett joku on niinku postannu vaan selfieitä, eikä mitään muuta, niin sellasii kuvii missä ei oon muita. (H1b.)

Niin tulee vähä sellanen tylsistyny olo, että ku kaikki on sitä samaa.. (H1a.)

Joitain haastattelujen kautta nousseita tunteita oli vaikea lokeroida myönteisiksi tai kielteisiksi, joten päädyttiin tuomaan ne esiin omana aiheena. Ihmetys, hämmennys ja hölmistyneisyys kuuluivat näihin aiheisiin. Twitter ja Yhdysvaltain presidentti Donald Trumpin kommentit aiheuttavat nuorissa ihmetystä, hämmennystä ja hölmistyneisyyttä. Nuoret ihmettelevät Trumpin julkaisuja, eivätkä pidä näitä millään tavalla järkevinä, vaan lähinnä miettivät, miten joku voi ajatella asioista noin. Myös Facebook aiheutti hölmistyneitä tunteita, nuoret kokivat sen ajan jo menneen ja kokivat sen myös vanhusten paikkana. Tästä he kokivat myös myötähäpeää. Myötähäpeää tuotti myös nuoremmat lapset (pikkusisaret), jotka julkaisevat nuorten mielestä noloja asioita ja kuvia, kuten vanhemmatkin. Hämmennystä nuorissa aiheuttaa myös se, jos kaveri ei reagoi viestiin odotetulla tavalla.

Jos vaikka laittaa kaverille jotain ja sit se reagoi siihen jotenki oudosti, niin sit sä oot vähä hämmentyny. (H2c.)

## 9 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 9.1 Vuorovaikutus

Tutkimuksemme tuloksista tulee selvästi näkyviin se, että nuoret kokevat SoMen osaksi heidän päivittäistä vuorovaikutustaan. He kommunikoivat somen välityksellä, sekä reaaliajassa että viestein, videoin, kuvin ja emojien kautta. Teoriaosiossa tuomme esiin Hintikan näkemyksen siitä, että sosiaalisella medialla tarkoitetaan digitaalista kommunikaatiota, joka tapahtuu internetin ja sen eri sovellusten kautta, kommentoimalla, tuottamalla ja jakamalla tietoa (Hintikka, [viitattu 25.10.2017]). Tutkimamme ikäryhmä kuuluu sukupolveen, jota kutsutaan diginatiiveiksi (Torsti 2012; Suominen 2013, 11–12). Tämä näkyi myös meidän tutkimuksessamme selvästi, ja huomasimme, että nuoret eivät erottaneet sosiaalista mediaa muusta elämästä, vaan se kuului siihen täysin luonnollisesti.

Nuorten vuorovaikutus somessa on vastavuoroisuudesta huolimatta, usein myös kasvottomasti käytävää keskustelua, mikä tarkoittaa, että he eivät näe vastaanottajan elekieltä ja ilmeitä eivätkä kuule heidän äänenpainojaan. Tästä syystä nuoret itse kuvailevat hyvin sitä, että kasvotusten on helpompaa tuoda esiin asioita, koska silloin toiselta henkilöltä saa heti reaktion ja vastauksen. Lisäksi asioiden perustelevinen ystävälle tai perheenjäsenelle oli tutkimustulosten perusteella, helpompaa ja toimivampaa kasvotusten kuin somen välityksellä.

Some on kuitenkin väline, jonka avulla nuoren sosiaalinen kenttä laajenee, ja se myös muokkaa sitä sosiokulttuurista ympäristöä missä nuori elää (Nurmi ym. 2008, 126). Pohdimme tutkiessamme myös sitä, laajeneeko nykynuoren elinympäristö liikaa somen avulla ja kykeneekö nuori käsittelemään kaiken sen tiedon, mitä hän somen kautta saa käsiinsä. Tutkijoina voimme ainakin todeta sen, että nykynuorisolla on paljon enemmän helposti saatavaa tietoa käytössään, kuin meillä 1980-luvulla syntyneillä oli samassa iässä. Toisaalta voimme todeta myös sen, että tämänhetkinen nuoriso on paljon tietoisempi ympäristöstään ja maailmasta yleensä, kuin mitä me olimme samassa iässä.

Ystäväpiirin muotoutuminen ja vakiintuminen tapahtuu vahvasti juuri nuoruusiässä. Pohdimme työssämme sitä, mahdollistaako some ystävyys-suhteiden syntymisen, ja tukeeko se niiden vakiintumista, vai tekeekö se nuoren ystävyyskokemuksista enemmän pirstaleisen. Tutkimuksemme nuoret toivat esiin, että somessa pidetään yhteyttä niihin ystäviin, jotka kuuluvat aktiivisesti heidän elämäänsä sekä niihin, jotka ovat aikaisemmin olleet heille läheisiä, esim. samalla luokalla ala-asteella olleet. Tämän tiedon mukaan, ystävyys-suhteita syvennetään ja ylläpidetään somen kautta, ja tuleekin esiin, että some on juuri se linkki, jonka välityksellä ylläpito etäisimpiin ystäviin pysyy elossa. Tämä näkyy siinä, että ystävien päivityksiä ja snäppejä seurataan aktiivisesti, ja saadaan näin tietoa siitä, mitä heille kuuluu. Somessa siis vietetään aikaa kavereiden kanssa, ja nuoret kokevat sen tärkeäksi osaksi päivittäistä arkea.

Somen kautta hakeudutaan selvästi samankaltaisten ystävien seuraan. Teoriaosiossamme tuomme myös esiin, että samankaltaisen seuraan hakeutuminen kuuluu nuoruuden kehitysvaiheeseen oleellisesti (Nurmi ym. 2008, 130). Tämä sama ajatus toistui tutkimustuloksissamme, ja nuorista näki selkeästi, että he valikoivat seuransa omien kiinnostuskohteiden, ajatusmaailmoiden ja harrastusten mukaan. Somessa olo ja siellä käytetyt sovellukset, olivat yhteydessä kiinnostuksen kohteisiin. Käytössä olevat sovellukset määrittivät taas sen, millä tavalla ja kenen kanssa haluttiin olla yhteydessä. *Facebookin* kohdalla tämä näkyi selvästi, ja nuoret sanoittivatkin asian suoraan, etteivät halua olla *Facebookissa*, koska vanhemmat ovat siellä. Nuoruuden kehitysvaiheeseen kuuluukin oleellisesti vanhemmista irtautuminen (Nurmi 2008, 130), ja vaikka vanhempien neuvot ovatkin vielä tärkeitä, niin heitä ei haluta samoille alustoille kavereiden kanssa.

Verkkoympäristössä oleminen näyttäytyi tutkimustulosten perusteella olevan nuorille välttämättömyys, vaikka he eivät kokeneet, että pakkosanana oli sopiva ilmaisu asialle. Osallistuminen verkkoyhteisöihin on nykypäivänä oleellinen osa nuoren elämää, ja sieltä pois jättäytyminen voi vaikuttaa siihen, että henkilö jää kaveripiirin ulkopuolelle (Noppari & Uusitalo 2011, 143). Saimme tutkimuksemme kautta käsityksen siitä, että kommunikointi kyllä onnistuu, vaikka ei olisikaan somessa, mutta asioista voi kyllä jäädä paitsi ja ulkopuolelle, mikäli päättää jättäytyä somen ulkopuolelle.

Nuoret tiedostivat somessa käytetyn ajan olevan suuri, ja kokivat sen osittain huonona asiana, koska aika oli pois muusta tekemisestä. Kukaan nuorista ei kuitenkaan ollut valmis luopumaan somen käytöstä tai vähentämään sitä. Tämä sama ilmiö kävi ilmi Maija Saanion haastattelusta Ilkassa, jossa hän haastatteli nuoria heidän somen käytöstään (Ilkka 2018).

## 9.2 Itsetunto

Selvitimme haastatteluissa, miten some vaikuttaa nuoren itsetuntoon sekä ajatuksiin omasta itsestään. Jokainen tutkimukseen osallistuneesta nuorista jakoi sisältöä sosiaalisessa mediassa. Viljamaan (2007) mukaan sosiaalisessa mediassa ollaankin jatkuvan arvostelun kohteena. Tuomme teoriaosuudessamme esiin, kuinka palautteilla on vaikutus minäkuvan ja itsetunnon vahvistumiseen (Nurmi ym. 2008, 142). Tämä tuli esiin myös saamissamme vastauksista; varsinkin vastakkaisen sukupuolen antama palaute ja reagointi koettiin erittäin positiiviseksi ja itsetuntoa kohentavaksi. Nuoret itse toivat esiin, etteivät kokeneet palautteiden vaikuttavan omaan itsetuntoon, vaikka se hyvältä tuntuikin. Tytöt kokivat myös seuraajien määrän vaikuttavan positiivisesti. Mitä enemmän heidän kuvillaan ja julkaisuillaan oli seuraajia, sen parempi. Pojat eivät kokeneet seuraajien määrällä olevan väliä.

Negatiivisista palautteista ja kommenteista keskusteltaessa esiintyi eroavaisuuksia tyttöjen ja poikien vastauksissa. Pojilla oli selkeä toiminta-ajatus negatiivisen kommentoinnin tapahtuessa; he poistivat nämä kommentit ja mahdollisesti myös kommentoijat omalta kaverilistaltaan. Tässä toiminnassa näkyy, että negatiivinen kommentointi vaikuttaa jollain tasolla nuoreen, koska toiminta on melko radikaalia. Negatiivista kommentointia ei siedetty tai selvitetty, vaan ne poistettiin, vaikka yleisesti ottaen pojat toivat esiin haastatteluissa, etteivät kommentoinnilla ole merkitystä heidän itsetuntoonsa ja ajatuksiin itsestään. Tytöt myönsivät jäävänsä pohtimaan itseään ja julkaisemaansa sisältöä negatiivisen kommentoinnin tapahtuessa. Kommentointi siis vaikutti ajatuksista omasta itsestään, ja nuori saattoi alkaa näkemään negatiivisia asioita kuvassaan, jonka oli julkaissut. Julkaisujen aiheiden suhteen ei koettu, että mui-

den ajatuksella olisi merkitystä. Kaikki nuoret kertoivat, että he julkaisevat asiaa selaisista aiheista, jotka heitä itseään kiinnostavat, eikä valintaan vaikuta muiden mielipiteet.

Nuoret olivat kohdanneet myös kiusaamista sosiaalisessa mediassa. Hamarus (2012, 40) toi esiin, että usein kiusaamista tapahtuu samanaikaisesti reaali- ja verkkomaailmassa. Nuoret kokivat, että kiusaaminen saattaa alkaa perinteisesti, esimerkiksi koulussa, mutta jatkuu sen jälkeen sosiaalisessa mediassa. Tämä kuulostaa meistä tutkijoista todella rajulta kiusatun näkökulmasta, koska kiusaaminen on silloin jatkuvaa. Edes kotona, turvallisessa ympäristössä, ei voi olla turvassa kiusaamiselta. Verkkokiusaaminen on mahdollista ajasta tai paikasta riippumatta (MLL, 2017). Kiusaamismuodot verkossa voivat olla ulosjättämistä sosiaalisista yhteisöistä, uhkailua ja loukkaavien viestien lähettelyä. Sosiaalinen media mahdollistaa myös salaa otettujen tai muuten kyseenalaisten kuvien lähettelyn. (Hamarus 2012, 40) Nuoret kuvailivat sosiaalisessa mediassa kohtaamaansa kiusaamista "vähän ilkeämmäksi läpänheitoksi". Nuoret tuottivat, että varsinkin alustat, kuten *Sarahah* ja *Jodel*, joissa pystyy esiintymään anonyymillä profiililla, ovat oivia paikkoja kiusaamiselle. Tällaisissa paikoissa ei tunneta sensuuria, koska anonyymius mahdollistaa todella rankan ja loukkaavan tekstin tuottamisen (Hamarus 2012, 39). Valitettavaa on, että tämän kaltaisia paikkoja käytetään kiusaamiseen ja pahan olon tuottamiseen, kun ne voisivat olla myös alustoja, joissa voitaisiin anonyymina keskustella asioista, joista ei omilla kasvoillaan vielä uskalla puhua.

Teoriassa tuomme esiin myös sitä, tässä kehitysvaiheessa nuori alkaa rakentamaan käsitystään siitä, millainen itse haluaisi olla. Hänen minäkuvansa monipuolistuu ja nuori kykenee näkemään itsensä monelta eri osa-alueelta. (Nurmiranta ym. 2009, 75-76.) Varsinkin pojilta tuli selkeitä ja kypsiä ajatuksia omista arvoistaan ja asenteistaan. He kokivat, että ainakaan somella ei ole vaikutusta siihen, millainen haluaisi olla. Heille ei ollut myöskään merkitystä, ovatko he kuuluisia tubettajia vai normaaleja kansalaisia. Satunnaisesti he kuitenkin saattoivat ottaa vinkkejä pukeutumiseen ja hiustyyleihin sosiaalisesta mediasta.



Sosiaalisessa mediassa voi nähdä hyvinkin epärealistisia minäihanteita ja roolimalleja, joihin nuori saattaa verrata itseään ja myös tavoitella tullakseen samankaltaiseksi (Huntemann & Morgan 2001; Mustonen & Salokoski 2007, 60.). Saimme tutkijoina todeta nuorten kypsän ajattelun ja tietoisuuden somessa tapahtuvasta "kainistelusta" ja kuvien muokkauksesta. He ovat tietoisia siitä, että kuvia muokataan, eivätkä ne ole välttämättä realistisia. Osa nuorista ihailee ja hakee inspiraatiota seuraamiltaan henkilöiltä ja kuuluisuuksilta, mutta eivät nähneet heitä varsinaisesti roolimalleina tai tavoittelemisen arvoisena.

Miten sosiaalinen media siis vaikuttaa nuoren itsetuntoon ja ajatuksiin omasta itsestään? Yhteenvedona tutkimuksemme osoitti, että nuoret eivät suoranaisesti itse koe sosiaalisen median vaikuttavan heidän itsetuntoonsa tai ajatuksiin omasta itsestään. Haastatteluissa kuitenkin ilmeni asioita, joiden perusteella voimme tutkijoina ajatella näin olevan. Positiiviset palautteet ja seuraajien määrä toi mielihyvää, vahvisti minäkuvaa ja itsetuntoa sekä vaikutti siihen, minkälaista sisältöä jatkossa jakaa. Varsinkin vastakkaisen sukupuolen positiivinen kommentointi koettiin hyvänä asiana. Negatiiviset palautteet taas saivat pohtimaan ja kyseenalaistamaan jaettua sisältöä, joka usein oli oma kuva. Negatiiviset kommentoinnit herättivät tunteita myös pojissa, jolloin he päätyivät poistamaan nämä ja niin sanotusti lakaisemaan maton alle. Nuoret eivät kokeneet seuraamiensa henkilöiden vaikuttavan ajatuksiin omasta itsestään tai siihen, millainen haluaisi olla, vaikka saattoivatkin ihaila näiden ulkomuotoa tai tapaa elää.

### **9.3 Tunteet**

Tutkijoina totesimme heti tutkimuksen alussa, että sana "tunne" oli haastava käsite käytettäväksi tutkimuksessamme, koska sitä on vaikea määritellä. Teoriaosuudessa toteaa saman myös Puolimatka (2011), joka perustelee ajatuksensa sillä tosiasialla, että tunteisiin liittyy muutakin kuin sen luomat aistimukset. Tunteisiin vaikuttavat hänen mukaansa, jokaisen henkilökohtaiset kokemukset ja arvot sekä tilannesidonnaiset näkökulmat. Näiden asioiden yhdistelmästä voidaan luoda käsitys siitä, että tunne on jokaiselle subjektiivinen kokemus, joka määräytyy monen tapahtuman ja asian

summasta, ja tästä syystä tunteita ei voi yleistää. (Puolimatka 2011, 325). Tämä tosiaasia näkyi myös meidän tutkimuksessamme, jossa nuoret kuvailivat samaksi nimettyä tunnetta hyvin erilaisilla tavoilla. Yhteistä kuitenkin oli se, että kaikilla tutkimuksemme nuorilla oli hyvin yksioikoinen tapa ajatella asioita, eikä eri yhtälöiden laajempaa vaikutusta tai muita näkökulmia nähty kovinkaan herkästi. Tässä nuoruuden kehitysvaiheessa saattaa ajattelu olla vielä suhteellisen konkreettista, mutta on kuitenkin muuttumassa abstraktimmaksi ja yleistävämmäksi (Nurmi ym. 2008, 128). Siitä huolimatta, että tiesimme tunneaiheen olevan vaikea haaste tutkimuksellemme, halusimme pitää sen oleellisena osana, rajaamatta sitä liikaa. Emme halunneet ryhtyä etsimään tutkimuksellamme suoranaisia myönteisiä tai kielteisiä tunteita, koska koimme, että määrittämällä tunteet voisimme rajata pois tärkeitä vastauksia, joita emme itse osaisi etsiä.

Tutkimusta aloittaessamme pohdimme sitä mahdollisuutta, voisiko sosiaalinen media ja kasvoton vuorovaikutus vaikuttaa nuoren tunneilmaisun kehittymiseen ja tunteiden esiin tuomiseen. Huomasimme kuitenkin tutkimuksen edetessä ja haastatteluja tehdessä, että nuoret todellakin käyvät koko tunneskaalan läpi, kun he ovat vuorovaikutuksessa sosiaalisessa mediassa.

Tutkimuksessa selvisi, että monia vaikeita asioita ja niihin liittyviä tunteita on helpompi keskustella sosiaalisessa mediassa kaverin kanssa, johon luottaa. Näistä kyseisistä asioista ei tutkimustemme mukaan puhuta kasvotusten, vaan niitä käydään läpi ainoastaan sosiaalisen median välityksellä. Näistä tuloksista nousi meille tutkijoille esiin ajatus siitä, heikkeneekö nuoren kyky puhua asioista kasvotusten, kun keskustelun käyminen sosiaalisessa mediassa on helpompaa? Tähän kysymykseen emme saaneet vastausta tutkimuksemme kautta, mutta keskustelumme nuorten kanssa kuitenkin viittaavat siihen, että monista suurista asioista puhutaan edelleen myös kasvotusten.

Vuorovaikutuksen johtopäätöskappaleessa toteammekin jo, että tutkimuksemme nuoret kokivat perusteluita vaativien asioiden olevan helpommin puhuttavissa kasvotusten kuin sosiaalisen median välityksellä.. Moni nuorista kertoi, että perusteleminen oli helpompaa kun näki heti toisen reaktion eli hänen tunteensa asiaan ja kykeni lukemaan toisen henkilön elekieltä keskustelun edetessä. Nuoret myös kokivat, että

kasvokkainen vuorovaikutus vähensi väärinkäsitysten ja väärinymmärrettyjen tunteiden määrää sekä mahdollisti nopeamman yhteisen päätöksenteon, kuin sosiaalisen median kautta käytyä. Sosiaalisessa mediassa keskusteluiden tunnetilojen esittäjinä toimivat erilaiset emoji, eli hymiöt. Nuoret kuitenkin antoivat ymmärtää, että niiden kautta tulee myös väärinkäsityksiä ja väärinymmärryksiä. Tämän voimme tutkijoina liittää Puolimatkan (2011) teoriaan siitä, että tunteita ei voida yleistää, ja että ne koetaan eri tavalla. Hymiön lähettäjä voi siis tarkoittaa eri asiaa kuvallaan, kuin miten viestin vastaanottaja sen ymmärtää.

Tutkimuksessamme nuoret yhdistivät erilaisia tunteita eri some-sovelluksiin, ja osasivat hyvin myös perustella tunteensa. Suurin osa sovelluksista tuotti vahvoja tunteita, toiset iloa ja toiset ärsytystä. Yhtenäistä nuorten tunneskaalassa oli kuitenkin niiden nopea vaihtuvuus ja tunteiden lyhytkestoisuus. Tämä näkyi siinä, että hyvän olon hetkellä voitiin jakaa hyvää oloa myös muille, mutta nämä teot ylettyivät ainoastaan siihen hetkeen, eikä niitä myöhemmin toistettu. Tätä pohdimmekin tutkijoina vertailemalla toimintatapaa aikuisten toimintaan, jossa hyväksi todettua tekoa pyritään jatkamaan ja tekemään se osaksi omaa pysyvää toimintaa. Etsiikö nuori tekojen kautta erilaisia tunteita, joita hän toiminnan myötä tunnustelee ja opettelee. Tähän ajatukseen emme saaneet vastausta tutkimuksemme kautta.

Sen kuitenkin opimme, että sosiaalinen media kyllä avaa ovia suurille tunteille ja elämyksille. Tämän kysymyksen kysyimme itseltämme tunteisiin liittyvässä teoriaosuudessa. Nurmiraanta (2009, 77–78) toteaa kirjassaan, että nuoruuden kehitysvaiheeseen kuuluu voimakkaita tunteita, ja tämän voimme myös tutkijoina allekirjoittaa. Epäilimme tutkimuksen alussa myös 13-vuotiaiden nuorien kykyä sanoittaa tunteitaan, ja tässä kohdassa he kyllä osoittivat epäilyimme turhiksi, koska tunteiden sanoittaminen onnistui vallan mainiosti.

Haastatteluiden ja johtopäätösten kautta nousseita sanoituksia, jotka kuvastavat tutkimuksen herättämiä tunteita. Tutkimuksen loppumetreillä luotiin kolmas runo, joka tiivistää tutkimuksen kautta tulleita ajatuksia.

*Olenhan minä, vahva oma itseni, mutta kyllä sanasi minuun vaikuttavat. . . .*

*Kyllähän minä osaan tunteistani kertoa, mutta joskus sen on vain helpompaa katsomatta sinuun. . . .*

*Tietenkjñ minä, ymmärrän sinun, minua varten luomasi kuvasi, mutta näen myös sen kuvan taakse. . .*

*Tokjhan minä, näen sen suuren maailman joka minulle avautuu, mutta en aina ymmärrä siitä kaikkea. . .*

*Tarvitsenhan minä, vielä sinun apuasi, jotta nämä maailman ihmeet minulle vielä avautuvat. . . .*

*Tiedän kuitenkin, että minulla on myös ajatuksia, joihin en anna sinun tai muiden vaikuttaa. . . .koska ne ovat vain minun!*

(Aulén-Kujala & Dahlbacka 2018).

## 10 POHDINTA

Tutkimuksemme tavoitteena oli selvittää, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren vuorovaikutukseen, itsetuntoon ja tunteisiin. Esitellessämme tutkimuksemme aiheita muille saimme usein kuulla sen olevan mielenkiintoinen ja ajankohtainen. Näin ajattelimme myös itse, ja mielenkiinto kasvoi kasvamistaan tutkimuksemme edetessä. Saimme kuulla myös ajatuksia tutkimusaiheemme haastavuudesta. Tiedostimme tämänkin itse, mutta se antoi meille myös voimaa viedä tutkimus loppuun kunnialla.

Tutkimuksemme avasi silmiämme ja avasi ajatusmaailmaamme niin nuorista kuin myös sosiaalisesta mediasta. Olemme tutkimusta tehdessämme tutustuneet niin sosiaalisen median historiaan ja nykyaikaan, kuin nuorten kehitysvaiheeseen sekä vuorovaikutuksen ja tunteiden teoriaankin. Ennen tutkimustamme emme myöskään tienneet, mikä Snapchat on tai että käyttämämme #-hastagit, ovat menneitä ilmaisia joita ei enää käytetä. Saimme myös kohdata upeita nuoria, jotka osallistuivat tutkimukseemme rohkeasti. Koemme, että päätyminen pari- ja pienryhmähaastatteluihin oli oikea ratkaisu. Se mahdollisti nuorten avautumisen ja hyvän keskustelun, joista saimme taas vastauksia moniin kysymyksiimme.

Tutkimuksemme auttaa nuorten kanssa toimivia aikuisia, myös vanhempia, ymmärtämään, mitä sosiaalisessa mediassa tapahtuu nuorten keskuudessa. Se auttaa aikuisia ymmärtämään, kuinka tärkeä some on väylänä pitää yhteyttä ystäviin sekä kuinka tärkeäksi nuoret sen kokevat. Me tutkijat yllätyimme kuitenkin, että nuoret kokevat kasvokkaisen vuorovaikutuksen kuitenkin tärkeämmäksi ja luontevammaksi kuin verkossa tapahtuvan vuorovaikutuksen. Nuoret toivat kuitenkin esiin, että vaikeista ja vakavista asioista on helpompi puhua somessa. Tämä onkin hyvä huomioida nuorten kanssa työskennellessä; nuorelle voi olla vaikeaa puhua asioista kasvotusten. Pohdimmekin tutkijoina, mihin suuntaan olemme tässä menossa. Osataanko hankalista asioista puhua tulevaisuudessa enää kasvotusten? Mitä asialle voi tehdä? Vai pitääkö meidän oppia käyttämään teknologiaa vuorovaikutusta tukevasti ja miten se voitaisiin toteuttaa? Ehkäpä nämä diginatiivit nuoret osaavat vastata tähän kysymykseen tulevaisuudessa.

Tutkimuksemme osoitti myös sen, että nuoret itse tiedostavat somen vievän aikaa heidän elämässään, mutta eivät ole kuitenkaan vielä valmiita vähentämään siihen käytettävää aikaa.

Jäimme vielä pohtimaan nuoren kehitysvaihetta, jossa nuori alkaa opettelemaan hyväksymään itsensä ilman muiden jatkuvaa kehumista ja todistelua siitä, kuinka hyvä hän on. Olisi hienoa saada joskus tutkimustuloksia siitä, onko some muuttanut tätä kehitysvaihetta, ja jos on, niin millä tavalla.

Olemme myös tutkijoina pohtineet sitä, että some mahdollisesti on nykyajan nuorten tapa saada samat vastaukset ja vahvistukset omasta itsestään, jotka me, ennen someaikaa syntyneet, saimme ystäväkirjojen, kysymysvihkojen ja kirjeiden välityksellä? Onko some vain yksi uusi tapa tuottaa tietoa nuorelle, tietoa, joka vaikuttaa hänen käsitykseen itsestään ja siitä, millä tavalla hän sijoittuu omaan elinympäristöönsä.

SoMen maailma on kiehtova, sokkeloinen, suorasanainen, mukaansatempaava, innostava, tietoa antava, muuntautuva, uudistuva, tunteikas, mahdollistava ja samalla syrjivä. Tämä maailma on lähes jokaisen ulottuvilla, ja sen sydän sykkii 24 tuntia vuorokaudesta. Se antaa, mutta myös ottaa, ja se kasvattaa mutta myös rikkoo. Pohdittavaksi jääkin, miten nykynuori oppiikaan suunnistamaan tuossa sokkelossa, ottamalla siitä hyvän irti, kuitenkaan vahingoittamatta itseään, kun eivät aina aikuisetkaan osaa sitä taitoa. Tämä on varmasti yksi tulevaisuuden suurista kysymyksistä.

## LÄHTEET

- Aaltonen, M., Ojanen, T., Vihunen, R. & Vilén, M. 2003 2. uud. p. Nuoren aika. Porvoo: WS Bookwell Oy
- Alanko, H. Artte, U. Huhtala, H. Karonen, P. Koskiniemi, T. Kosunen, R. Lindén, T. Luhtala, R. Nissinen, V. Nordlund, A. Simell, T. Sukuvaara, H. & Väyrynen, P. 2010. Sosiaalisen median sanasto. [Verkkójulkaisu]. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry. Saatavana: [http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen\\_medan\\_sanasto](http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_medan_sanasto)
- Cassin, D. 26.2.2018. Sarahah: Anonymous app dropped from Apple and Google stores after bullying accusations. [Verkkolehtiartikkeli]. BBC Trending. [Viitattu 2.4.2018]. Saatavana: <http://www.bbc.com/news/blogs-trending-43174619>
- Creswell, J.W. 2007. Research design: Qualitative Methods & quantitative approaches, Thousand Oaks. Ca: Sage Publications
- Deezer. Ei päiväystä. Tietoa meistä. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.4.2018]. Saatavana: <https://www.deezer.com/fi/company>
- Erikson, E. H. 1982. Lapsuus ja yhteiskunta. Helsinki: Gummerrus.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino
- Etiikka. 2009. Jyväskylän Yliopisto: Koppa. [Verkkosivu]. [Viitattu 25.10.2017]. Saatavana: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/tutkimusprosessi/etiikka>
- Hallikainen, T., Ikonen, E., Järveläinen, M., Kurki, A., Louhela, M., Piironen, R., Monto-Puusti, K. & Uramo, M. 2017. Arki, arvot ja etiikka: Sosiaalialan ammattihenkilön eettiset ohjeet. Helsinki: Talentia.
- Helkama, K. Myllyniemi, R. Liebkind, K. Ruusuvuori, J. Lönnqvist, J-E. Hankonen, N. Mähönen, T. Jasinskaja-Lahti, I. & Lipponen, J. 2015. Johdatus sosiaalipsykologian 10 uud. p. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. [Verkkokirja]. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press 2015. [Viitattu: 20.10.2017]. Saatavana Ellibs-e-kirjakokoelmasta. Vaatii käyttöoikeuden.'

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.
- Himberg, L., Laakso, J., Peltola, R., Näätänen, R. & Vidjeskog, J. 2003. Kehittyvä ihminen: Psykologia 2. Helsinki: WSOY.
- Hintikka, K. Ei päiväystä. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali, sosiaalinen media. [Verkkosivu]. [Viitattu 25.10.2017]. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Saatavana: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>
- Humphreys, A. 2016. Social media. New York: Oxford university press.
- Huntemann, N. & Morgan, M. 2001. Mass media and identity development. Teoksessa Singer, D.G. & Singer, J.L. (Eds). Handbook of Children and the Media. California: Sage Publications, Inc.
- Huttunen, S. & Härkönen, N. 18.3.2016. Mikä on Gif? Kymmenen somesanaa. Osa 1. [Verkkoblogi]. [Viitattu 9.2.2018]. Helsinki: Somesiskot. Saatavana: <http://somesiskot.fi/mika-on-gif-kymmenen-somesanaa-osa-1/>
- Jodel. Ei päiväystä. What is Jodel about? [Verkkosivu]. [Viitattu 2.4.2018]. Saatavana: <https://jodel-app.com/>
- Jääskeläinen, A-M. & Pelliccioni, S. 2017. Mitä sä rageet? Tunteita sikanoloista sairaa siistiin. Helsinki: Lastenkeskus ja kirjapaja Oy.
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 176.
- Karttunen, A. 30.12.2016. Bottle flip, dap, pränkki – nämä vuoden 2016 villitykset koettelevat vanhempien hermoja. [Verkkootikkeli]. Helsinki: Iltasanomat. Saatavana: <https://www.is.fi/perhe/art-2000005026344.html>
- Kelly, D. 2016. Social media – strategies to master your brand Facebook, Instagram, Twitter and Snapchat. Createspace Independent Publishing Platform.
- Kupiainen, R., Uusitalo, N. & Vehmas, S. 2011. Naamatusten verkossa-Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 2. Tampere: Juvenes Print Oy.
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. Tampere: University of Tampere.
- Mannerheimin Lastensuojeluliitto (MLL). 29.12.2017. Nettikiusaaminen. [Verkkosivu]. [Viitattu 13.3.2018]. Helsinki. Saatavana: <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/lapset-ja-media/nettikiusaaminen/>



- Metsämuuroinen, J. 2008. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 4. uud. p. Helsinki: International Methelp.
- Mustonen, A. & Salokoski, T. 2007. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin- katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisen mediakasvatuksen ja -säätelyn käytäntöihin. [Verkojulkaisu]. [Viitattu: 27.1.2018]. Helsinki: Mediakasvatusseura ry. Saatavana: <http://www.mediakasvatus.fi/publications/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>
- Netikäs 2 – Sosiaalinen media. 2015. LähiVerkko-projekti. [Verkkomateriaali]. [Viitattu 9.2.2018]. Helsinki: Eläkeliitto ry ja EHYT ry. Saatavana: <http://lahiverkko.fi/sosiaalinen-media/>
- Netikäs 3 – tietoturva. 2015. LähiVerkko-projekti. [Verkkomateriaali]. [Viitattu 9.2.2018]. Helsinki: Eläkeliitto ry ja EHYT ry. Saatavana: <http://lahiverkko.fi/tietoturva/>
- Netikäs 4 – Tekijänoikeudet. 2015. LähiVerkko-projekti. [Verkkomateriaali]. [Viitattu 9.2.2018]. Helsinki: Eläkeliitto ry ja EHYT ry. Saatavana: <http://lahiverkko.fi/tekijanoikeudet/>
- Netikäs 5 – identiteetti, roolit ja vaikuttaminen. 2015. LähiVerkko-projekti. [Verkkomateriaali]. [Viitattu 9.2.2018]. Helsinki: Eläkeliitto ry ja EHYT ry. Saatavana: <http://lahiverkko.fi/5-identiteetti-roolit-vaikuttaminen/>
- Netikäs 6 – digitaalinen pelaaminen. 2015. LähiVerkko-projekti. [Verkkomateriaali]. [Viitattu 9.2.2018]. Helsinki: Eläkeliitto ry ja EHYT ry. Saatavana: <http://lahiverkko.fi/6-digitaalinen-pelaaminen/>
- Noppiari, E. & Uusitalo, N. 2011. Kavereita verkossa ja sen ulkopuolella : näkökulmia nuorten verkkoyhteisöllisyyteen. [Verkojulkaisu]. Tampere: Tampere University Press. 140-166. [Viitattu 29.1.2018]. Teoksessa: Yksilöllinen yhteisöllisyys : avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Toim. Kangaspunta, S. Saatavana: [http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66236/kavereita\\_verkossa\\_ja\\_sen\\_ulkopuolella\\_2011.pdf?sequence=1](http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/66236/kavereita_verkossa_ja_sen_ulkopuolella_2011.pdf?sequence=1)
- Nordlund, M. Stenber, L. & Lempola, H-M. 2015, 3-6. Mikä ihmeen sosiaalinen media?. [Verkkoartikkeli]. Netikäs 2 – mediasivistysmateriaali. Sosiaalinen media. Helsinki: Eläkeliitto ry ja EHYT ry. Saatavana: <http://lahiverkko.fi/sosiaalinen-media/>
- Nurmi, J-E., Ahonen, T., Lyytinen, H., Lyytinen, P., Pulkkinen, L. & Ruoppila, I. 2008. 1.-3. uud.p. Ihmisen psykologinen kehitys. Helsinki: WSOY
- Nurmiranta, H., Leppämäki, P. & Horppu, S. 2009. Kehityspsykologiaa lapsuudesta vanhuuteen. Helsinki: Kirjapaja.

- Oksanen, A. & Näre, S. (2006) Lapset pelissä: Virtuaaliviidakon ansat. Helsinki: Mi-nerva.
- Origin. 2018. [Verkkosivu]. [Viitattu 7.4.2018]. USA: Electronic Arts Inc. <https://www.origin.com/fin/fi-fi/store/about#platformmadeforgaming>
- Pinterest. Ei päiväystä. Yhteisön ohjeet. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.11.2017]. Ei sijaintitietoja. Saatavana: <https://policy.pinterest.com/fi/community-guidelines>
- Puolimatka, T. 2001. Kasvatus, arvot ja tunteet. Ryttylä: Suunta-kirjat.
- Pönkö, H. 29.3.2017. Suomalaiset sosiaalisessa mediassa Q1/2017. [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 25.10.2017]. Oulu. Saatavana: <https://harto.wordpress.com/2017/03/29/suomalaiset-sosiaalisessa-mediassa-q12017/>
- Reddit. 2016. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.4.2018]. Reddit Inc. Ei sijaintitietoja saatavilla. Saatavana: <https://about.reddit.com/>
- Saanio, M. 2018. Aika paljon aikaa joka päivä somessa. Ilkka. 10.1.2018, 11.
- Salmivalli, C. 2005. Kaverien kanssa. Vertaissuhteet ja sosiaalinen kehitys. Opetus 2000-sarja. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Spotify. Ei päiväystä. Mikä on Spotify?. [Verkkosivu]. [Viitattu 20.11.2017]. Helsinki: Spotify Finland Oy. Saatavana: <https://support.spotify.com/fi/article/what-is-spotify/>
- Steam. Ei päiväystä. Tietoja. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.4.2018]. Valve Corporation. Saatavana: <http://store.steampowered.com/about>
- Suominen, J. Östman, S. Saarikoski, P. & Turtiainen, R. 2013. Sosiaalisen median lyhythistoria. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- Taylor, S., Bogdan, R. & DeVault, M. 2015. Introduction to qualitative research methods: A guidebook and recourse. 4th edition. [Verkkokirja]. John Wiley & Sons, Incorporated. [Viitattu 25.10.2017]. Saatavana Ebook Central-kirjakokoelmasta. Vaatii käyttö-oikeuden.
- Thomas, A. (2007). Youth Online: Identity and Literacy in the Digital Age. New York: Peter Lang.
- Tilastokeskus. 9.12.2016. Suomalaiset käyttävät internetiä yhä useammin. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 15.11.2017]. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavana: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi\\_2016\\_2016-12-09\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2016/sutivi_2016_2016-12-09_tie_001_fi.html)
- Torsti, P. 2012. Suomalaiset ja historia. Helsinki: Gaudeamus.

Vesselkov, A. & Hämäläinen, H. 26.3.2015. Älypuhelin nousi suomalaisen peruspuhelimeksi. [Verkkajulkaisu]. Helsinki: Aalto-yliopisto. [Viitattu 15.11.2017]. Saatavana: <http://www.aalto.fi/fi/current/news/2015-03-26/>

Viestintä-Piritta, sosiaalisen median ja verkostoviestinnän kouluttaja. 19.1.2016. Mikä on Periscope ja mihin sitä voi käyttää?. [Verkkosivu]. Helsinki: Viestintä-Piritta. Saatavana: <https://viestintapiritta.fi/mika-on-periscope-ja-mihin-sita-voisi-kayttaa/>

Viljamaa, J. 2017. Mitä minä teen tämän teinin kanssa. Juva: Minerva Kustannus Oy.

WhatsApp. Ei päiväystä. Helppoa, turvallista ja luettavaa viestintää. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.11.2017]. Saatavana: <https://www.whatsapp.com/>

Weber, S. Dixon, S. 2010. Growing up online – Young people and digital technologies. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Ylilauta. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 2.4.2018]. Saatavana: <https://yli-lauta.org/>

## LIITTEET

Liite 1. Tutkimuslupa

Liite 2. Tiedote ja tutkimuspyyntö huoltajille

Liite 3. Teemahaastattelun kysymykset osa 1

Liite 4. Teemahaastattelun kysymykset osa 2

Liite 5. Ryhmähaastattelun kanavapohja

## Liite 1. Tutkimuslupa

1.2.2018

Satu Aulén-Kujala & Minna Dahlbacka  
Seinäjoen Ammattikorkeakoulu

### Tutkimuslupapyyntö

Olemme kolmannen vuoden sosionomi (AMK) opiskelijoita Seinäjoen ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyötä, jonka aiheena on nuorten sosiaalisen median käyttöön liittyvät myönteiset, kielteiset ja neutraalit tunteet. Teemme tutkimusta siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren tunteisiin, itsetuntoon ja vuorovaikutukseen.

Anomme lupaa tulla koululenne tekemään ryhmä- sekä parihaastatteluja aiheesta. Suunnitelmassamme olisi tehdä osallistujille aihetta koskeva ryhmä- ja parihaastattelu viikolla 10. Haastattelut suoritettaisiin koulupäivän aikana.

Osallistuminen tutkimukseen olisi oppilaille vapaaehtoista, eikä tutkittavan henkilöllisyys tulisi esille missään tutkimuksen vaiheessa, tutkittavat toimisivat anonyymeinä. Tulemme hakemaan myös huoltajan ja oppilaan suostumuksen, koska osallistajat ovat ala-ikäisiä.

Ystävällisin terveisin,  
Satu Aulén-Kujala  
Minna Dahlbacka

[satu.aulen-kujala@seamk.fi](mailto:satu.aulen-kujala@seamk.fi)  
[minna.dahlbacka@seamk.fi](mailto:minna.dahlbacka@seamk.fi)

X



## Liite 2. Tiedote ja tutkimuspyyntö huoltajille

1.2.2018

Arvoisat oppilaat ja huoltajat

## Tiedote ja tutkimuslupapyyntö huoltajille

Olemme kolmannen vuoden sosionomi (AMK) opiskelijoita Seinäjoen ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyönä tutkimusta siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoren tunteisiin, itsetuntoon ja vuorovaikutukseen. Tulemme tekemään osallistujille aiheita koskevan ryhmähaastattelun tiistaina 6.3.2018 ja parihaastatteluja torstaina 8.3.2018. Haastattelut suoritetaan koulupäivän aikana. Osallistuminen tutkimukseen on vapaaehtoista, eikä tutkittavan henkilöllisyys tule esille missään tutkimuksen vaiheessa, tutkittavat toimivat anonyymeinä. Tarvitsemme huoltajan suostumuksen, koska osallistajat ovat ala-ikäisiä. Tarvitsemme myös oppilaan oman suostumuksen osallistua tutkimukseen.

Pyydämme nuorta palauttamaan tämän tiedotteen allekirjoitettuna keskiviikkona 21.2.2018 mennessä lapsenne luokanohjaaja Mari Mäntyselle.

Toimitamme valmiin opinnäytetyön luokanohjaajalle, josta voitte halutessanne nähdä työn tulokset.

Lisätietoja voi kysyä osoitteista:

Satu Aulén-Kujala [satu.aulen-kujala@seamk.fi](mailto:satu.aulen-kujala@seamk.fi)

Minna Dahlbacka [minna.dahlbacka@seamk.fi](mailto:minna.dahlbacka@seamk.fi)

X

Huoltajan allekirjoitus

X

Oppilaan allekirjoitus

## Liite 3. Teemahaastattelun kysymykset osa 1

### SOSIAALINEN MEDIA JA SEN KÄYTTÖ

Mihin nuoret käyttävät sosiaalista mediaa?

- Mitä sosiaalisen median kanavia käytät?
- Mihin tarkoitukseen käytät eri kanavia ja alustoja?
- Paljonko aikaa sosiaalisen median käyttöön kuluu päivässä?
- Mitä kanavaa tai alustaa käytät eniten ja mihin tarkoitukseen?
- Mitä poistaisit sosiaalisesta mediasta, tai mitä lisäisit, ja miksi?

### VUOROVAIKUTUS

Miten nuoren elämässä yhdistyvät kohtaamiset reaali- ja virtuaalimaailmassa?

- Ketä kohtaat ainoastaan sosiaalisessa mediassa? (henkilöt/ryhmät)
- Ketä kohtaat vain kasvotusten tai esimerkiksi soittamalla?
- Kumpi kommunikointitavoista on sinulle luontevampi? Miksi?
- Millaisia samankaltaisuuksia on sinun mielestäsi kasvotusten ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa vuorovaikutuksessa?
- Millä tavalla SoMe kohtaamiset ja kasvokkaiset kohtaamiset linkittyvät toisiinsa?
- Millaisena SoMe kohtaamiset näyttävät kasvokkain tavatessa?

### ITSETUNTO

Millainen vaikutus sosiaalisella medially on nuoren itsetunnon kehittymiseen, hänen sen hetkisessä elämänvaiheessa?

- Julkaisetko kuvia tai muuta sisältöä sosiaalisessa mediassa?, jos kyllä, niin millaista?
- Millainen vaikutus kuvien julkaisemisella ja niiden seuraajilla on sinuun?
- Millä tavalla julkaisusi ja niiden seuraajat ovat vaikuttaneet ajatuksiisi omasta itsestäsi?
- Millä tavalla julkaisuistasi saama palaute on vaikuttaneet ajatuksiisi omasta itsestäsi?

## Liite 4. Teemahaastattelun kysymykset osa 2

- Millä tavalla julkaisusi ja niiden seuraajat ovat vaikuttaneet sinun itsetuntoosi?
- Millä tavalla julkaisuista saamasi palaute ovat vaikuttaneet sinun itsetuntoosi?
- Seuraatko itse muita henkilöitä tai muiden julkaisuja, ja onko niillä vaikutusta sinuun?
- Miten seuraamasi henkilöt ja heidän julkaisunsa vaikuttavat sinuun?
- Koetko, että seuraamasi henkilöt ja heidän julkaisunsa ovat vaikuttaneet sinun itsetuntoosi? Millä tavalla?
- Koetko, että seuraamasi henkilöt ja heidän julkaisunsa ovat vaikuttaneet ajatuksiisi itsestäsi tai siihen, millainen haluaisit olla? Millä tavalla?

### TUNTEET

Millaisiin tunteisiin sosiaaliseen media liitetään?

Millaisia tunteita sosiaalinen media herättää nuorissa?

- Mikä on päällimmäinen ajatuksesi, tai tunteesi on, kun ajattelet SoMea?
- Miten selittäisit tunteen tai ajatuksen?
- Mikä saa sinut ajattelemaan niin?
- Mitä hyvää sosiaalinen media tuo sinun elämääsi, ja mitä tunteita siihen liittyy?
- Mitä kielteistä sosiaalinen media tuo sinun elämääsi, ja mitä tunteita siihen liittyy?



## Liite 5. Ryhmähaastattelun kanavapohja

