



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Aleksandra Hyyriö & Veera Riihimäki

”KAIKEN PITÄÄ OLLA SOMESSA NIIN TÄYDELLISTÄ”

Nuorten Instagramin käyttö ja sen yhteys itsetuntoon

Sosiaali- ja terveysala
2019

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Aleksandra Hyyriö & Veera Riihimäki
Opinnäytetyön nimi	”Kaiken pitää olla somessa niin täydellistä”. Nuorten Instagramin käyttö ja sen yhteys itsetuntoon
Vuosi	2019
Kieli	suomi
Sivumäärä	69 + 3 liitettä
Ohjaaja	Heidi Blom

Opinnäytetyön lähtökohtana oli kartoittaa kuvanjakosovellus Instagramin vaikutuksia 15-25-vuotiaisiin nuoriin ja heidän itsetuntoonsa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää z-sukupolven kokemuksia Instagramin käytöstä sekä sen yhteyksistä heidän itsetuntoonsa. Tarkoituksena oli myös selvittää, miten tiedostettuja nämä mahdolliset vaikutukset nuorille itselleen ovat.

Työn tavoitteena oli kasvattaa ja vahvistaa nuorten parissa työskentelevien sosiaalialan ammattilaisten tietämystä, mikä merkitys sosiaalisen median kuvanjakosovelluksilla nuoriin mahdollisesti saattaa olla. Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää nuorten parissa työskentelevien sosiaalialan ammattilaisten työssä sekä kouluissa. Tuloksista hyötyvät myös z-sukupolvea edustavien nuorten vanhemmat.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena Vamian ensimmäisen vuoden 15-25-vuotiaille opiskelijoille. Tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä perehdytään sosiaaliseen mediaan, itsetuntoon sekä nuoruuteen. Tutkimuksessa käytettiin sekä kvalitatiivista eli laadullista, että kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Aineisto analysoitiin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä sekä SPSS-ohjelmaa hyödyntäen.

Tulosten perusteella Instagramiin jaetaan pääasiassa selfieitä, eli kuvia itsestä. Instagramia käytetään omien kuvien jakamiseen sekä muiden profiilien seuraamiseen. Vastajat pitivät kuviansa saamia tykkäyksiä ja seuraajamääriä huomattavan tärkeänä. Instagramin herättämistä negatiivista tunteista yleisimmäksi koettiin kateus. Toisaalta osa vastaajista koki Instagramin käytön tuovan myös iloa ja tyytyväisyyden tunnetta. Ulkonäkökeskeisyydestä johtuen Instagramilla voi olla osittain vaikutuksia nuorten itsetuntoon.

ABSTRACT

Author	Aleksandra Hyyriö & Veera Riihimäki
Title	The Relationship between Adolescents' Use of Instagram and Self-Esteem
Year	2019
Language	Finnish
Pages	69 + 3 appendices
Name of Supervisor	Heidi Blom

The purpose of this bachelor's thesis was to find out in which ways the photo-sharing application Instagram affects 15 to 25-year-old adolescents and their self-esteem. The aim of the study was to find out what kind of experiences the members of the so called Generation Z have on using Instagram and how those experiences are linked to their self-esteem. A further aim was to find out how aware adolescents themselves are of these effects.

The aim of the bachelor's thesis was to increase and strengthen the knowledge of the professionals in the social field who work with adolescents about the possible impact the photo-sharing application has on adolescents. The results of the study are useful for professionals in the social field who work with adolescents as well as for parents of Generation Z. The results can also be used in schools.

The study was carried out with a questionnaire for 15 to 25-year-old first-year students of Vamia vocational college. The concepts of social media, self-esteem and adolescence are discussed in the theoretical frame. Both qualitative and quantitative research methods were used in the study. The data was analysed using both data-based content analysis and SPSS programme.

According to the results, pictures that are mostly shared on Instagram are selfies, i.e. pictures of oneself. Instagram is used for sharing one's own pictures as well as for following other users' profiles. The respondents considered the likes their pictures received as well as the number of followers their profiles as very important. The most common negative feeling experienced in relation to the use of Instagram was envy. On the other hand, some respondents felt that using Instagram also brought joy and contentment in their lives. As Instagram is so appearance focused it may also have an effect on adolescents self-esteem.

Keywords Self-esteem, social media, Instagram, adolescence

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	8
2	SOSIAALINEN MEDIA.....	10
	2.1 Nuoret somessa	11
	2.2 Instagram	12
	2.2.1 Instagram hyvässä ja pahassa	13
	2.3 Yhteisöpalvelut ja profiilityö	14
	2.4 Someriippuvuus ja Fear of missing out –ilmiö	15
3	ITSETUNTO.....	18
	3.1 Itsetunto minäkuvan osana	19
	3.2 Hyvän itsetunnon rakennuspalikat	20
4	NUORUUS	22
	4.1 Biologiset, psyykkiset ja sosiaaliset muutokset	23
	4.2 Kehitysteoreettisia näkökulmia nuoruudelle	24
	4.2.1 Robert Havighurstin kehitystehtäväteoria	24
	4.2.2 Erik H. Eriksonin psykososiaalinen kehitysteoria	24
	4.3 Itsetunto ja minuus murrosiässä	25
5	AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET	27
6	TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TAVOITE	29
7	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	31
	7.1 Tutkimuksen kohde	31
	7.2 Aineistonkeruu	32
	7.3 Tutkimusmenetelmä	33
	7.4 Aineiston analysointi	34
	7.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys	35
8	TUTKIMUSTULOKSET	36
	8.1 Taustatiedot	36
	8.1.1 Vastaajien ikäjakauma	36

8.1.2	Tilin julkisuus	37
8.1.3	Älypuhelimien hankinta	37
8.1.4	Instagram-sovelluksen lataaminen.....	38
8.1.5	Syyt Instagram-tilin omistamiselle	39
8.1.6	Muuttaisitko itsessäsi jotain jos se olisi mahdollista	40
8.2	Käyttötavat ja tottumukset	41
8.2.1	Instagramin käyttö päivän aikana	42
8.2.2	Kuvien jakaminen Instagramiin.....	42
8.2.3	Kuvien muokkaus	43
8.2.4	Profiilin ulkoasun luominen	45
8.2.5	Instagram-tilien seuraaminen	46
8.3	Instagramin herättämät tuntemukset	47
8.3.1	Tilien seuraamisen lopettaminen negatiivisten tunteiden vuoksi	47
8.3.2	Kuvien poistaminen	49
8.3.3	Sovelluksen poistaminen tai sen harkitseminen	50
8.3.4	Tykkäysten ja seuraajien tärkeys	52
8.3.5	Kiusaaminen Instagramissa	53
8.3.6	Sosiaalisen median tuottamat paineet	54
8.3.7	Instagramin aiheuttamat tunteet.....	55
9	JOHTOPÄÄTÖKSET	57
10	POHDINTA	60
	LÄHTEET	66

LIITTEET

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1. Vastaajien ikä.....	37
Kuvio 2. Tilin yksityisyys ja julkisuus.	37
Kuvio 3. Älypuhelimien hankinta (ikä)	38
Kuvio 4. Instagramin lataaminen (ikä).	38
Kuvio 5. Miksi sinulla on Instagram-tili?	40
Kuvio 6. Sisäiset ja ulkoiset tekijät	41
Kuvio 7. Kuinka monta tuntia päivässä nuoret käyttävät Instagramia?	42
Kuvio 8. Millaisia kuvia nuoret jakavat Instagram tileilleen.....	43
Kuvio 9. Miten vastaajat muokkaavat Instagram-kuviaan.	44
Kuvio 10. Miten vastaajat luovat Instagram-profiilin ulkoasua.	46
Kuvio 11. Millaisia tilejä vastaajat seuraavat Instagramissa.	47
Kuvio 12. Tilin seuraamisen lopettaminen negatiivisten tunteiden vuoksi.	48
Kuvio 13. Oletko poistanut jälkeinpäin kuvia Instagram-tililtäsi.	49
Kuvio 14. Syyt kuvien poistamiseen.	50
Kuvio 15. Syyt sovelluksen poistamiselle.	52
Kuvio 16. Kuinka tärkeänä vastaajat pitävät tykkäyksien tai seuraajien määrää. 53	
Kuvio 17. Aiheuttaako sosiaalinen media nuorille paineita?.....	55
Kuvio 18. Instagramin herättämät tunteet nuorissa.....	56

LIITELUETTELO**LIITE 1.** Saatekirje opettajille ja oppilaille**LIITE 2.** Tiedote vanhemmille**LIITE 3.** E-kysely

1 JOHDANTO

Sosiaalisesta mediasta eli somesta on muodostunut hallitseva osa nykypäiväämme. Maaliskuussa 2018 Pohjalainen julkaisi artikkelin niin kutsutusta ”Z-sukupolvesta”, jolla tarkoitetaan vuosituhannen vaihteessa syntynyttä sukupolvea. Z-sukupolvi on jatkuvasti yhteydessä muuhun maailmaan sosiaalisen median kautta. He ovat syntyneet maailmaan, jonka arkea hallitsee sosiaalinen media. Näin ollen sosiaaliseen mediaan on oltu yhteydessä jo nuoresta iästä saakka, eikä käsitystä maailmasta ilman tätä yhteydenpidon välinettä välttämättä ole laisinkaan. (Roivainen 2018.)

Z-sukupolven elämää tulee aina jollain tavalla hallitsemaan sosiaalinen media. Koska suurin osa sosiaalisen median käyttäjistä koostuu nuorista, on myös oletettavaa, että he altistuvat sen mahdollisille lieveilmiöille herkemmin. Suuressa suosiossa olevaan kuvanjakosovellus Instagramiin tuotetaan omaa minuutta erilaisten filttereiden läpi. Instagramia käytetään moniin eri tarkoituksiin ja jokainen käyttää sitä myös omalla tavallaan. Sovellus tuntuu kuitenkin täyttyvän nykyään pitkälti yhä esteettisimmistä kuvista ja tunti kausia käsitellyistä ”selfieistä”, siis omakuvista. Tämä pistääkin miettimään, millä tavalla kuvallistunut kulttuuri muokkaa ja määrittelee nuorten tapoja toimia ja ajatella muista, mutta ennen kaikkea myös omasta itsestä.

Olemme kiinnostuneita kuvanjakokulttuurin, etenkin Instagramin vaikutuksista nuoriin. Sosiaalinen media on tällä hetkellä hyvin ajankohtainen aihe ja tulee luultavasti aina jollain tapaa olemaan osana arkeamme. Sosiaalinen media myös kehittyy kaiken aikaa ja siksi onkin tärkeää, että sen vaikutuksista puhutaan. Koska nuoret ovat kuvanjakopalveluiden pääkäyttäjiä, on suotavaa, että itse nuorten lisäksi myös nuorten kanssa työskentelevät sosiaalialan ammattilaiset sekä vanhemmat ovat tietoisia siitä, millainen merkitys kuvanjakokulttuurilla sen aktiivisiin käyttäjiin on.

Lähdimme opinnäytetyössämme selvittämään, millä tavalla 15-25-vuotiaat nuoret käyttävät Instagramia ja millaisen merkityksen he kokevat kyseisellä sovelluksella

olevan heihin itseensä. ”Millainen yhteys Instagram-sovelluksella on nuorten itsetuntoon” on kysymys, joka määrittää pitkälle opinnäytetyötämme.

Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä Vaasan ammattiopiston eli Vamian kanssa. Laadimme aiheemme pohjalta sähköiset kyselylomakkeet, jotka koostuvat pääasiassa avoimista kysymyksistä. Näin olleen nuoret saivat perustella vastauksiaan omin sanoin, minkä perusteella toivoimme saavamme monipuolisempia tutkimustuloksia.

Tutkimuksen innoittajana toimi brittiläistutkimus ”StatusOfMind”, joka käsittelee sosiaalisen median vaikutuksia nuorten mielenterveyteen. Tutkimuksen on toteuttanut Royal Society For Public Health yhdessä Young Health Movementin kanssa. Tutkimuksesta kävi ilmi, että Instagramilla on todettu eniten haittavaikutuksia 14-24 -vuotiaiden nuorten mielenterveydelle. (Royal Society for Public Health 2018). Tästä syystä halusimme lähteä tutkimaan sosiaalisen median sijasta pelkästään Instagramin vaikutuksia nuoriin. Tutkittava aiheemme rajautui myös pelkästään yhteen mielenterveyden osa-alueeseen, itsetuntoon. Halusimme nimenomaan tutkia itsetuntoa kokonaisuutena, emmekä perehtyä vain sen tiettyihin ulottuvuuksiin. Itsetunnolla on nuoruudessa hyvin merkittävä rooli ja se heijastuu moniin eri osa-alueisiin elämässä. Siksi onkin hyvä ymmärtää ja tiedostaa niitä eri tekijöitä, jotka muovaavat itsetuntoa. Uskomme, että Instagramilla ja muilla kuvanjakopalveluilla on nykyisin merkittävä osuus itsetunnolle – etenkin niiden nuorten kohdalla, jotka ovat syntyneet maailmaan, jota vallitsee sosiaalinen media ja sen luoma kuvallistunut kulttuuri.

2 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalisella medially viitataan erilaisiin verkkopalveluihin ja sovelluksiin. Tällaisia sovelluksia ovat esimerkiksi Facebook, YouTube, Twitter, Instagram ja Snapchat. Palvelua käytetään pääasiassa mobiililaitteilla, mutta sitä voidaan käyttää myös verkkoselaimen tai sovellusohjelman kautta. Sosiaalinen media, tuttavallisemmin some, on nykyään jokapäiväinen osa työtä, kansalaistoimintaa ja vapaa-aikaa. Viestinnän ja vuorovaikutuksen rajat rakentuvat sosiaalisessa mediassa lähinnä kielen ja verkoston perusteella. Viestintäkieltä vaihtamalla voi nopeasti saavuttaa uusia kontakteja ja foorumeita. Sosiaalisessa mediassa kiehtookin nopeus, viestinnän edullisuus sekä vuorovaikutteisuus. (Honkonen & Rongas 2016.)

Internet on yhdistänyt ja sulauttanut itseensä lehdistön, radion, television, elokuvat, musiikin ja muut perinteiset mediat sekä antanut mahdollisuuden uudenlaisten medioiden synnylle. Internetin ja sen sovellusten avulla sisältöpalvelujen tarjoajat voivat antaa kaikille tietoverkkojen käyttäjille mahdollisuuden samanaikaiseen viestintään ja sisällön tuotantoon yhteisöllisillä viestintäkanavillaan. Näitä verkkoviestintäympäristöjä kutsutaan sosiaalisiksi eli yhteisölliseksi mediaksi. Sosiaalinen media liittyykin yhteisöllisyyden muutokseen. Yhteisöllisyys on yksilöllistä, valintoihin perustuvaa ja ihmisten keskinäiset siteet muuttavaa. Ihmisten kohtaamiset verkostoissa voivat olla lyhyitä ja ihmissuhteet jatkuvasti muuttuvia. (Pesonen 2013, 18- 20.)

Sosiaaliselle medialle on ominaista, että viestintä tapahtuu useiden viestijöiden kesken, yhdeltä monelle. Se tarjoaa mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa toisten kanssa. Jokainen viestin lähettäjä tai vastaanottaja, eli palvelun käyttäjä voi olla vuoroin viestijän ja vuoroin vastaanottajan roolissa ja siten vuorovaikutussuhteessa muiden palvelun käyttäjien kanssa. Tämän vuoksi palvelua kutsutaan sosiaalisiksi. Jokainen käyttäjä pitää yllä näkyvää ja yksilöityä profiilisivua, jonka avatakseen käyttäjän täytyy usein luovuttaa henkilötietoja. (Pesonen 2013, 21-23.)

Sosiaalista mediaa voidaan pitää jälkiteollisena ilmiönä, joka vaikuttaa suoraan yhteiskuntaan, talouteen, politiikkaan, kulttuuriin ja ihmisten käyttäytymiseen. Pal-

velu on kaikkien saatavilla aikaan ja paikkaan katsomatta. Näin ollen se on vaikuttanut myös ihmisten sosiaaliseen kanssakäymiseen sekä vapaa-ajan viettoon. (Pesinen 2013, 23.)

Sosiaalinen media on eräänlaista pikaviestintää ja sen sisältö on usein ajankohtaista ja –tasaista. Sosiaalisessa mediassa julkaisemiskynnys on matala, jonka vuoksi omat ajatukset ja mielipiteet saatetaan julkaista välittömästi niiden muotouduttua, ilman tarkempaa harkintaa. Tällainen nopea reagointi saattaa johtaa virheellisiin kirjoituksiin tai ylimitoitettuihin ja loukkaaviin tunnepurkauksiin. (Pesonen 2013, 29-30.)

2.1 Nuoret somessa

Nuoret viettävät somessa aikaa keskimäärin 8 tuntia päivässä, selviää turkulaisen viestintätoimisto Viestintäliigan teettämässä nuorten sometutkimuksessa. Tutkimukseen osallistui 1159 13-23 –vuotiasta nuorta. (Viestintäliiga 2017.) Viestintäliigan toimitusjohtaja Iiro Junnila ei kuitenkaan ole yllättänyt korkeasta luvusta. ”Somessa oleminen on nykyään niin huomaamatonta. Perinteiset kanavat ovat lisänneet palveluunsa pikaviestiominaisuuksia, esimerkiksi reaaliaikainen yhteydenpito ystävien kanssa muuttuu someajaksi” (Helsingin uutiset 2018.)

Sosiaalinen media kehittyy kaiken aikaa ja samalla kun sen käyttäjät lisääntyvät, sen vaikutuksista uutisoidaan yhä enemmän. Sosiaalisen median vaikutuksia on tutkinut muun muassa kansanterveysyhdistys The Royal Society For Public Health yhdessä Young Health Movementin kanssa tutkimuksessaan ”StatusOfMind” (Royal Society For Public Health 2018). Tämä tutkimus huomioitiin useissa eri medioissa. Siitä uutisoivat muun muassa Ison-Britannian yleisradio- ja tuotantoyhtiö BBC (2017) sekä Suomessa kotimainen Talouselämä -lehti (2017).

Tutkimuksessa ”StatusOfMind” vertailtiin viittä suosituinta sosiaalisen median kanavaa keskenään, joita olivat Snapchat, Twitter, You Tube, Facebook ja Instagram. Tutkimus mukaan Instagram osoittautui haitallisimmaksi sosiaalisen median kanavaksi 14-24 vuotiaiden nuorten mielenterveydelle. (Royal Society For Public Health 2018.)

Sosiaalipsykologi ja sosiaalisen median tutkija Suvi Uskin (2018) mukaan nuoret ovat siirtyneet Facebookista Instagramiin ja Snapchattiin sen jälkeen, kun vanhemmat tulivat Facebookin käyttäjiksi. Nuoret siirtyivät muille areenoille voidakseen kommunikoida keskenään rauhassa. (Nieminen 2018.)

Suvi Uskin mukaan somen käyttötavat riippuvat usein siitä, kenen kanssa yksilö viettää aikaa ja keitä hänellä on kavereina tavallisessa elämässä ja somessa. Muiden postauksista, eli julkaisuista otetaan herkästi esimerkkiä ja todennäköisesti samantyyppisiä julkaisuja aletaan tehdä perässä myös omaan profiiliin. (Nieminen 2018.)

2.2 Instagram

Instagram on Kevin Systromin ja Mike Kriegerin perustama kuvanjakosovellus ja sosiaalinen verkosto, joka perustettiin vuonna 2010. Palvelu on ilmainen älypuhelimelle ladattava sovellus, jonka kautta voidaan jakaa kuvia ja videoita sekä kommentoida ja tykätä muiden jakamasta sisällöstä. Kuvia ja videoita voidaan muokata erilaisten filttareiden avulla. (Koskinen 2012.) Filttareilla tarkoitetaan suodatinta, joka muokkaa kuvan värisävyiltään ja kontrastiltaan tietynlaiseksi. Instagramissa on useita erilaisia filttareita, joilla kuvan voi nopeasti muokata haluamansa näköiseksi.

Vuonna 2017 Instagramin käyttäjämäärä nousi maailmanlaajuisesti 800 miljoonaan ja mainostajien määrä 200 miljoonaan. Palvelua käyttää tai tarkistaa päivittäin 500 miljoonaa käyttäjää. (Markkinointi & Mainonta 2017.) Vuonna 2017 Instagramilla oli miljoona suomalaista käyttäjää. (Yrittäjät 2018).

Palvelun käyttöehtojen mukaan sovelluksen käyttäjän tulee olla vähintään 13-vuotias (Instagram 2018). Lastensuojelun keskusliiton vuonna 2017 toteuttamassa kyselyssä kartoitettiin nuorten toimintaa verkossa sekä nuorten suhtautumista ikärajoihin, jotka ovat asetettu sosiaalisen median käyttöä varten. Tuloksien yhteenveto on julkaistu Nuoret verkossa –raportissa, josta käy ilmi, että valtaosa (74 %) kyselyyn vastanneista nuorista kertoi käyttäneensä jotain sosiaalisen median palvelua alle 13-vuotiaana. Ikärajamääräykset on helppo kiertää rekisteröitymisen yhteydessä ilmoittamalla ikänsä väärin. (Kallio & Lavikainen 2017, 16).

Kallio ja Lavikainen (2017, 17) viittaavat Terhi Tuukkasen ja Terhi-Anna Wilskan artikkeliin, jonka mukaan heidän tutkimustaan varten haastatellut lapset kertoivat laiminlyövänsä palveluntarjoajien asettamia ikärajoja. Lapset kokivat sosiaalisen paineen merkittävimmäksi syyksi ikärajojen rikkomiseen. (Kallio & Lavikainen 2017, 17.)

Instagramin olennaisena osana on muiden käyttäjien latausten seuraaminen. Nuorilla saattaa olla Instagramissa käytössään kaksi tiliä, julkinen tili sekä yksityinen eli ”privatili” (Nevasalmi 2018). Oletusasetuksena on, että kaikki näkevät kaikkien päivitykset, jolloin tili on julkinen. Tilin omistaja pääsee kuitenkin halutessaan hallitsemaan ja rajaamaan yksityisyyttään sekä katsojamääriä. Yksityisestä tilistä puhutaan silloin, kun pelkästään seuraajat näkevät, mitä tilin omistaja päivittää. Tällöin tilin seuraamiseen tarvitaan myös erikseen tilin käyttäjän lupa. (Honkanen 2013.)

Julkiselle tilille ladataan edustavampia kuvia, kuten vanhemmille näytettäväksi tarkoitettuja kuvia. Yksityiseen tiliin puolestaan ladataan enemmän sisäpiirin vitsejä sekä lähempänä todellisuutta olevia kuvia, siinä missä ”edustustili” sisältää enemmän siloteltuja selfieitä. Yksityiseen tiliin huolitaan yleensä seuraajiksi vain lähimmät kaverit. Julkisella ja ”privatililla” pyritään kontrolloimaan sitä mitä kenellekin näytetään ja minkälaista elämää nuori elää. (Nevasalmi 2018.)

2.2.1 Instagram hyvässä ja pahassa

Sosiaalisella medially on paljon hyviä puolia, mutta sitä voidaan tarkastella myös kriittisemmästä näkökulmasta. Sosiaalisessa mediassa, etenkin Instagramissa tuodaan paljon esille itseä.

Nykyisin ilmaistaan itseä sanojen sijaan kuvilla ja visuaalisuudesta onkin tullut tärkeä elementti nuorille. Omien arkisten kokemusten jakamisessa on kuitenkin keskeistä se, että ymmärretään omat yksityisyyden rajat. (Haasio 2016, 32.)

Mediakanavat hyödyntävät myös tietoisuutta siitä, että toisten hyväksynnän ja myönteisen itsetunnon saavuttaminen sekä itsensä toteuttaminen ovat ihmisen tärkeimpiä tarpeita. Media myös luo näitä tarpeita omalla toiminnallaan. (Mustonen 2001, 132.)

Nuoret hakevat hyväksyntää sosiaaliseen mediaan jaettujen kuvien ja päivitysten kautta, mitkä toimivat nuoren itsetunnon vahvistavina tekijöinä. Kolikon kääntöpuolena voidaan kuitenkin nähdä negatiiviset ja jopa ilkeät kommentit sekä kuvien ja päivitysten tykkäyksien vähäisyys. Jos tykkäyksiä tai kommentointia ei tule lainkaan, nuori saattaa kokea pettymystä, mielipahaa ja huonommuuden tunnetta. (Haasio 2016, 32.) Verkkovälitteiseen viestintään sisältyy myös väärinymmärtämisen riski, siellä loukataan ja loukkaannutaan. (Honkonen & Rongas 2016.)

Haasion (2016, 32-33) mukaan myös sillä on suuri merkitys, kuka tykkää tai kommentoi nuoren kuvia ja päivityksiä sosiaalisessa mediassa. Tykkäysten ja kommenttien sisältöä seurataan myös ahkerasti ja tämä peilautuu taas nuoren saamaan hyväksyntään kaveripiirissä. Sosiaalisen median kautta haettu hyväksyntä voi siis koitua nuorelle myös ongelmaksi.

Mustosen (2001, 131-132) mukaan media vaikuttaa ihmiseen herkimmin silloin, kun sen viestit osuvat minän epävarmoihin puoliin, hauralle alueelle. Median stereotyyppiset kauneusihanteet tuottavat usein paineita fyysiselle minäkuvalle. Näin ollen syömishäiriöt ovatkin eräs yksilön minäkuvaan liittyvä riskitekijä, sillä niiden syntyyn vaikuttavat mediamaailman voimakkaat fyysisen minäkuvan ihanteet.

2.3 Yhteisöpalvelut ja profiilityö

Yhteisöpalvelulla (englanniksi social network servise, SNS) tarkoitetaan palvelua, joka mahdollistaa ihmisten välisten suhteiden luomisen ja ylläpitämisen tietoverkon kautta. Yhteisöpalveluita ovat esimerkiksi Facebook, Instagram ja Twitter. Sosiaalipsykologi ja sosiaalisen median tutkija Suvi Uskin (2015) väitöskirja käsittelee sosiaalisen median yhteisöpalveluita. Tutkimuksessa keskitytään käyttöprofiilin ylläpitämisen kokemukseen. Väitöskirjassa puhutaan profiilityön käsitteestä, joka kuvaa käyttäjäprofiilin ylläpitämisen kokemusta. Uskin mukaan ”yhteisöpalveluissa

nylläävä sosiaalinen voima on omiaan muuttamaan identiteettikäsitystä tavalla, joka näkyy muutoksena ajankäytössä mutta myös yksilön arkipäiväisten valintojen taustalla”. (Uski 2015, 5-6.)

Yhteisöpalveluiden käyttö onkin yhä suosittumpaa. 16-89 –vuotiaista jopa 60 % seuraa niitä. Vuonna 2017 16-24 –vuotiaista puolestaan jopa 96 % seurasi yhteisöpalveluita. Seuraaminen on kasvanut vuosittain muutamilla prosenttiyksiköillä. Suosituin laite netin käyttöön on matkapuhelin, joka mahdollistaa internetin käytön vaivattomasti myös kodin ulkopuolella. (Tilastokeskus 2017)

2.4 Someriippuvuus ja Fear of missing out –ilmiö

Nettiriippuvuuden yksi muoto on someriippuvuus. Someriippuvainen viettää somessa aikaa niin paljon, että kyseinen toiminta muuttuu yksilölle ja ympäristölle haitalliseksi. Someriippuvuudeksi voidaan lukea jatkuvien päivitysten tekeminen sekä kyvyttömyys olla tekemättä uusia päivityksiä. Someriippuvuuden toinen muoto taas on jatkuva somen selailua, kykenemättä lopettamaan. Passiivinen riippuvuus liittyy toisten toiminnan seuraamiseen ja aktiiviva riippuvuus puolestaan päivitysten tekemiseen. (Uski 2016.)

Yksilön ihmissuhteet ja identiteetti liittyvät vahvasti someriippuvuuteen. Somen kautta voi olla yhteydessä toisiin ja luoda uudenlaisia sosiaalisuuden muotoja. Sosiaalipsykologian kannalta on tärkeää, että yksilö on sidoksissa erilaisiin sosiaalisiin ryhmiin, kuten perheeseen, ystäviin, sekä opiskelu- ja työtovereihin. Edellä mainittujen suhteiden ylläpito ja hoitaminen ovat hyvin perusteltua ajankäyttöä ihmisen hyvinvoinnin kannalta. Some on kiinteä osa yli 1,5 miljardin ihmisen arkea ja mahdollistaa tehokkaan yhteydenpidon eri sosiaalisten ryhmien kesken. Monista muista riippuvuuksista poiketen, sopivan somen käytön voidaan ajatella olevan täysin tervettä. (Uski 2016.)

Somen käytön muuttuminen ongelmalliseksi tapahtuu vähitellen ja vaivihkaa, jonka vuoksi ongelmaa voi olla vaikeaa havaita. Yksi keskeinen käsite someriippuvuutta tarkastellessa on FOMO –ilmiö (Fear Of Missing Out) joka voidaan kääntää

paitsi jäämisen peloksi. Tämä käsite nähdään erityisesti someriippuvuutta selittävänä tekijänä. Nimensä mukaisesti paitsi jäämisen tunteeseen liittyy negatiivisten tunteiden, kuten yksinäisyyden ja tylsyyden välttely. Yksilö kokee olonsa ahdistuneeksi ja ärtyisäksi, jos ei pääse osaksi somen tapahtumakenttää. (Uski 2016.)

Kyseiseen ilmiöön liitetään runsas ja jopa pakonomainen sosiaalisen median käyttö. Käytännössä tällä tarkoitetaan somekanavien pakonomaista päivystämistä, jotta ei jäää paitsi mistään tärkeästä. Nuorelle muodostuu usein pelko siitä, että ohitetaan vahingossa jokin tärkeä keskustelu tai vuorovaikutustilanne, mikä voi johtaa ulkopuolisuuden tunteeseen. Näin kertoo Helsingin yliopiston aivotutkija Mona Moisala Ylen artikkelissa ”Eikö teini suostu sulkemaan älylaitetta ennen nukkumaanmenoa? Syynä voi olla FOMO”. Ilmiö näyttäytyy voimakkaasti erityisesti teiniikäisten ja nuorten aikuisten elämässä. Teini-ikään liitetään usein sosiaaliset paineet sekä ryhmään kuulumisen tarve, mikä tekee nuorista näin ollen otollisia uhreja FOMO:lle. (Takkinen, 2018.)

Onkin vaikea hahmottaa, mikä määrä somenkäyttöä on sopivaa. Päivittäistä toimintaa voi olla vaikeaa huomata: kuinka monta kertaa päivässä kaivoin kännykän esiin? Entä kuinka monta kertaa kurkataan Instagramia, 10 vai 80 kertaa päivässä? On tutkittu, että Facebook-feedin jatkuva selailu aiheuttaa aivoissa samanlaista aktiivatiota kuin kokaiinin käyttö. (Uski 2016.)

Someriippuvuuden selkein merkki on, että somea ei pystytä laittamaan pois näkyvistä, vaikka läheinen sitä pyytäisi. Toinen merkki on se, että somesta ei pystytä irtautumaan, vaikka pitäisi olla tekemässä jotain muuta. Someriippuvuuden seurauksena on väsymystä, levottomuutta, keskittymiskyvyn puutetta ja ärtyisyyttä. Someriippuvuus siis oirehtii samoin kuin nettiriippuvuus tai muut toiminnalliset riippuvuudet. (Uski 2016.)

Riippuvuuksiin tulee aina suhtautua vakavasti ja parhain keino ehkäistä vakavan riippuvuuden syntyä on tiedostaa, milloin oma tai läheisen somen käyttö alkaa rajoittaa liiaksi elämää. Hoitoon on monenlaisia itsehoitokeinoja, kuten oman käyt-

täytymisen tietoinen muokkaaminen. Yhä enemmän puhutaan myös erilaisista ”somepaastoista”, jotka voivat toimia joillekin. Somepaaston erityinen hyötö on siinä, että yksilö päätyy tiedostamaan, kuinka riippuvainen hän somesta on. (Uski 2016.)

Psykologi Tarja Salokoski Ylen artikkelissa ”Hei hei Facebook! Tällaisen sosiaalisen median nuoret saivat tilalle” taas puolestaan perustelee sosiaalisen median aktiivista käyttöä oman minuuden rakentamisella – aikaisemmin kirjoitettiin päiväkirjaa, nyt kokemuksia, ajatuksia ja tunteita jaetaan sosiaalisessa mediassa. Salokosken mukaan nuorten sosiaalisen median käyttö saattaa usein näyttäytyä riippuvuutena, mutta harvoin niin on. Kyse on enemmänkin tarpeista, joita sovellus palvelee. (Hämäläinen, Partanen, Tebest & Pietarinen, 2015.)

3 ITSETUNTO

Keltikangas-Järvinen (2005, 24-25 a) jakaa itsetunnon julkiseen ja yksityiseen itsetuntoon. Yksityinen itsetunto on sitä, miten ihminen ajattelee itsestään omassa hiljaisessa mielessään. Julkinen itsetunto taas muodostuu siitä, miten ihminen puhuu itsestään muille ja millaisen kuvan hän haluaa itsestään antaa. Voidaankin sanoa, että yksityinen itsetunto on ihmisen aitoa itsetuntoa. Tasapainoisella ihmisellä näiden kahden osa-alueen välillä ei esiinny juurikaan eroja.

Keltikangas-Järvisen (2010, 17 a) mukaan se, kuinka paljon hyviä ominaisuuksia ihminen itsessään näkee, määrittelee pitkälle itsetuntoa. Itsetunnolla tarkoitetaan myöskin itsensä arvostamista. ”Olenko minä hyvä, hyväksyty ja riittävä?” on kysymys, joka kuvaa pitkälle itsetuntoa. Itsetunto liittyy käsityksen itsestämme siihen, millainen minä olen, millainen olisi tavoiteltava minä tai millainen minä haluaisin olla. (Nuortenlinkki 2018.)

Keltikangas-Järvisen (2010, 19 a) mukaan itsetunnoltaan vahva ihminen kykenee oman arvon ja osaamisen lisäksi tiedostamaan myös muiden ihmisten osaamisen sekä osaa kunnioittaa ja antaa tunnustusta muiden mielipiteitä kohtaan. Huonon itsetunnon omaava ihminen saattaa taas puolestaan kritisoida muita ihmisiä ja esimerkiksi vähätellä heidän menestystään.

Hyvä itsetunto on sitä, että ihmisen minäkäsityksessä ovat voitolla positiiviset ominaisuudet. Luonnollisesti ihmisen itsetunto on taas huono silloin, kun negatiivisten ominaisuuksien määrä on suurempi kuin positiivisten. Se, että ihminen kykenee tiedostamaan ja myöntämään omat heikkoutensa, on myöskin osoitus hyvästä itsetunnosta. (Keltikangas-Järvinen 2010, 17.a) Voidaankin siis sanoa, että hyvä ja terve itsetunto perustuu realistiseen minäkuvaan. Itsetuntoa määrittelee se, kuinka lähellä todellinen ja koettu minä on sitä, jollaiseksi haluaisimme tulla. Mitä lähempänä todellinen ja tavoiteltava minä ovat toisiaan, sitä parempi itsetunto on. (Nuortenlinkki 2018).

Itsetunto ei kuitenkaan ole oman persoonallisuuden peruspilari tai ominaisuus, jonka perusteella ihmisen arvoa voitaisiin mitata. On tärkeä muistaa, että se on vain

yksi ominaisuus yksilön monialaisessa persoonallisuuden kentässä. (Keltikangas-Järvinen 2010, 103 b.)

3.1 Itsetunto minäkuvan osana

Itsetunto voidaan liittää osaksi ihmisen minäkuvaa. Minäkuva ilmenee usein siinä, kuinka ihminen kuvaa itseään: millainen hän mielestään on, millaisia taitoja, kykyjä ja luonteenpiirteitä hänellä on ja mitä hän tavoittelee ja arvostaa tai miten hän toimii ja ajattelee. Itsetuntoa pidetään minäkuvan laadullisena arviona, toisin sanoen tämä liittää käsityksen siitä, kokeeko ihminen ”minänsä” hyväksi vai huonoksi. (Keltikangas-Järvinen 2010, 101 b.)

Keltikangas-Järvinen (2010) kertoo itsetunnon olevan minäkuvan subjektiivis-afektiivinen arvio. Itsetuntoon liittyy subjektiivinen tunne omasta hyvyydestä: olen hyvä, koska minä olen minä. Tämä tunne ei ole riippuvainen muiden ihmisten arvostuksesta ihmistä kohtaan, eikä se suoranaisesti ilmene ihmisen käyttäytymisessä, sillä tätä säätelevät monet muutkin persoonallisuuden tekijät, normit sekä yhteisöjen odotukset. Minäkuva toimii taas puolestaan objektiivisempänä osana itsetunnon rinnalla, sillä se rakentuu pitkälti ulkoisten kriteerien pohjalta. (Keltikangas-Järvinen 2010, 102 b.) Myös Mustonen (2001, 120) kuvailee itsetuntoa minäkuvan tunneperäisenä ulottuvuutena.

Minäkuva liittyy siis erilaisiin ominaisuuksiimme ja rooleihimme, joiden kautta peilaamme omaa näkemystä itsestämme. Joskus vaikeiden elämäntilanteiden tai kokemusten myötä voidaan joutua määrittelemään oma paikkamme uudelleen, jolloin minäkuva usein muuttuu. Kokemukset voivat liittyä esimerkiksi vaikeisiin elämäntilanteisiin, jotka saattavat tuoda esiin sellaisia luonteenpiirteitä tai ominaisuuksia, joita ei olla aiemmin itsessä tunnustettu. Parhaimmassa tapauksessa voidaan jopa tunnistaa itsessä täysin uusia puolia ja voimavaroja. (Mielenterveystalo 2018.)

Minäkuva kehittyy usein myös vuorovaikutuksen kautta, kun ihminen saa muilta palautetta omasta toiminnastaan ja persoonastaan. Kun minäkuva on kielteinen, suhtaudutaan usein varauksellisesti elämään, pelätään epäonnistumisia ja vältellään

haasteita. Myönteisen minäkuvan omaava ihminen puolestaan suhtautuu elämään avoimesti ja rohkeasti. (Verner 2014.)

3.2 Hyvän itsetunnon rakennuspalikat

Itsetunto pitää sisällään monia eri alueita. Tämä tarkoittaa myös sitä, että hyvä itsetunto voi muodostua näistä alueista monella eri tavalla. Yhden alueen heikkoutta voi siis tasoittaa toisen alueen vahvuus. (Keltikangas-Järvinen 2010, 27 a.)

Juusolan (2015,10) mukaan itsetuntoon liittyy vahvasti se, kuinka hyvin ihminen tuntee itsensä - puhutaan siis *itsetuntemuksesta*. Hyvä itsetuntemus syntyy, kun tiedetään ja tunnetaan oma persoonallinen tapa ajatella, tuntea ja käyttäytyä. Itsetuntoon ja -tuntemukseen vaikuttaa vahvasti myös tietämys siitä, mitkä ovat omia voimakkaita temperamenttipiirteitä ja mitkä ovat itselle tyypillisiä tapoja ajatella ja reagoida esimerkiksi stressiin tai suuttumukseen. Myös omien vahvuuksien ja heikkouksien tuntemus vahvistaa itsetuntemusta.

Hyvän itsetuntemuksen rakentanut ihminen ymmärtää sen, että vaikka me kaikki olemme erilaisia persoonaltamme, jokainen on arvokas – jokaisella on siis ihmisarvo. Kun tunnetaan omat luonteenpiirteet ja käyttäytymismallit, pystytään helpommin myös käsittelemään ja muuttamaan esimerkiksi omia tunteita sekä ajattelu- ja käyttäytymistapoja.

Keltikangas-Järvinen (2010, 19 a) kertoo, että itsetuntemuksen lisäksi itsetunto on myös *itseluottamusta* ja *itsensä arvostamista*. Itsearvostus on esimerkiksi sitä, että ihminen pitää kiinni omista päämääristään eikä anna loukata itseään – päinvastoin, hän pitää kiinni oikeuksistaan ja puolustaa itseään tarvittaessa. Itseluottamukseen taas liittyy uskallus asettaa itselleen vaikkapa korkeita tavoitteita ja haasteita.

Itseluottamus liittyy myös ihmisen kokemaan sosiaalisen suosion tunteeseen, jolla tarkoitetaan varmuutta siitä, että omistaa luotettavia ystäviä ja on myös yhtä pidetty kuin muutkin. (Keltikangas-Järvinen 2010, 27 a.)

Hyvään itsetuntoon kuuluu myös *riippumattomuus muiden mielipiteistä*. Tällöin ihminen kykenee ikään kuin rikkomaan ulkopuolelta tulevat odotukset siitä, millainen elämän tulisi olla ja millaisia odotuksia häneen mahdollisesti kohdistetaan. Hyvän itsetunnon omaava ihminen tekee itselleen sopivat ratkaisut ja kykenee elämään omanlaista elämää välittämättä muiden mielipiteistä. Jos hyvän itsetunnon tuoma *itsenäisyys* puolestaan puuttuu, toimii ihminen usein päinvastoin: ajatellaan esimerkiksi jatkuvasti, mitä mieltä muut ovat ja tehdään ratkaisuja sen pohjalta. Nuorella on usein riski jäädä ulkoisten odotusten vangiksi, kun taustalla ovat väärät käsitykset siitä, millaisia kaikki muut ovat. Tällöin vaarana on se, että ihminen kadottaa määräysvallan omaan elämäänsä. (Keltikangas-Järvinen 2010, 20-22 a.)

4 NUORUUS

Nuoruusikä on siirtymäaikaa lapsesta aikuiseksi. Tätä kyseistä siirtymää ja kehityskulkua vievät eteenpäin useat eri muutokset, kuten fyysinen kasvu, ajattelun kehittyminen ja sosiaaliset tekijät. Nuori ei kuitenkaan ole vain fyysisen kasvunsa ja sosiaalisten tekijöiden armoilla, vaan ohjaa yhä enemmän itse omaa kehitystään. Nuoruuden valinnat luovatkin pohjaa sille elämäkululle, jota yksilö elää aikuisena. (Nurmi, Ahonen, Lyytinen, Lyytinen, Pulkkinen & Ruoppila 2014, 142.)

Aiemmin nuoruutta kuvattiin psykologiassa kriisien ja myllerrysten aikana, jollaisena se saattaa monen nuoren vanhemmille näyttäytyäkin. Nuorisokulttuurit uusiutuvat ja vanhempien saattaa olla vaikeaa pysyä muutoksissa mukana, jolloin nuorten toiminta voi näyttäytyä oudolta ja pelottavalta vanhemmille. Uudempi tutkimustieto on kuitenkin osoittanut, että harva nuori käy läpi mitään erityistä kriisiä, vaan kehitys on enemmänkin jatkuvaa ja asteittaista. (Nurmi ym. 2014, 142.) Tähän ikävaiheeseen liittyy silti paljon herkkyyttä ja mahdollisuus haavoittuvuuteen (Piironen-Malmi & Strömberg 2008, 158).

Nuoruus voidaan jakaa varhaisnuoruuteen eli murrosikään, keskinuoruuteen sekä myöhäisnuoruuteen. Nuoruuden on katsottu alkavan 11 -vuotiaana ja päättyvän 25 -vuotiaana. (Piironen-Malmi & Strömberg 2008, 158.) Ajanjaksona nuoruus on kuitenkin pidentynyt kolmannelle vuosikymmenelle saakka. Jos nuoruuden päätymisen kriteerinä ajatellaan olevan aikuisten keskeisten roolien saavuttaminen, kuten työelämään siirtyminen ja lasten hankkiminen ja kasvatukseen osallistuminen, monien nuoruus ulottuu jopa neljännelle vuosikymmenelle. Ensimmäisen lapsen saaminen ja ensimmäisessä työpaikassa aloittaminen ovat siirtyneet koko ajan myöhemmälle iälle. Kun nuoruus saattoi aiemmin rajoittua muutamaan vuoteen, on se todellisuudessa laajentunut jopa kahden vuosikymmenen mittaiseksi elämänjaksoksi. (Nurmi ym. 2014, 143.)

4.1 Biologiset, psyykkiset ja sosiaaliset muutokset

Nuoruutta pidetään kriittisenä ikäkautena, sillä sekä tytöillä että pojilla tapahtuu kehityksessä useita merkittäviä biologisia ja psyykkisiä muutoksia. Näiden muutosten hyväksyminen voi olla ahdistavaa ja vaikeaa. Huomattavat muutokset, kuten naisellisten sukupuoliominaisuuksien nopea kehitys tai äänenmurros voivat johtaa kiusaamiseen tai joutumasta naurunalaiseksi. (Toivio & Nordling 2013, 102.)

Kehityksessä tapahtuu myös sosiaalisia, kognitiivisia ja tunnemaailmaan liittyviä muutoksia, joiden tarkoituksena on viedä kohti itsenäistymistä ja aikuistumista. Puberteetti-ikässä ilmenee ongelmia, jotka liittyvät nuoren tunteisiin itseään kohtaan sekä nuoren kokemukset muiden suhtautumisesta häneen. Psyykkiset muutokset nuorilla voivat olla nopeita ja toisinaan vaikeita ymmärtää. (Toivio & Nordling 2013, 102-203.) Oman kehon muutosten ja kehittymisen tarkkailu on tärkeää ja nuori vertaakin havaintojaan itsestään usein toisista nuorista tekemiinsä havaintoihin (Piironen-Malmi & Strömberg 2008, 158).

Ahvenaisen ym. (2001) mukaan ryhmään pääseminen ja siihen kuuluminen on nuorelle erityisen tärkeää, sillä itsenäisyyteen kasvaminen edellyttää sosiaalisen kompetenssin kehittymistä. Sosiaalisella kompetenssilla tarkoitetaan kykyä toimia sosiaalisen toiminnan alueella. Se muodostuu useista eri tekijöistä, joista tärkeimpiä ovat yleinen myönteisyys, kyky ratkaista ristiriitoja, normitietoisuus, täsmällinen kommunikointi, kyky luoda suhteita toisiin ihmisiin sekä myönteinen minäkuva ja hyvä itsetunto. (Toivio & Nordling 2013, 103-104.)

Trendi –lehden ja Suomen Mielenterveysseuran yhteisessä tutkimuksessa (2010) selvisi, että nuoret naiset kokevat ulkonäöllä olevan yhteys heidän henkiseen hyvinvointiin. Kyselyyn osallistui netissä 4541 16-34 –vuotiasta naista ja vastanneista 91 % haluaisi muuttaa jotain itsessään. 79 % vastanneista uskoi ulkonäöllä olevan suuri merkitys henkiseen hyvinvointiin ja yli 59 % oli sitä mieltä, että olisi onnellisempi, jos näyttäisi paremmalta. Vastanneiden mukaan naisten itse itselleen asettamat vaatimukset, vastakkainen sukupuoli ja media aiheuttavat heille suurimmat ulkonäköpaineet. (Suomen Mielenterveysseura 2010.)

4.2 Kehitysteoreettisia näkökulmia nuoruudelle

Ihmisen psykologinen kehitys on monisyinen tapahtumaketju. Psykologiseen kehitykseen liittyy monia vaiheita ja tapahtumasarjoja ja sitä ohjaavat monet eri tekijät. Kehityspsykologialla tarkoitetaan tiedettä, joka tutkii tätä ihmisen monimuotoista kehitystä aina syntymästä elämän viimeisiin vuosiin. Ihmisen kehitys ei kuitenkaan ole vain psykologinen tapahtumaketju, vaan biologisilla ja sosiaalisilla tekijöillä on myös oma painonsa. Tässä luvussa esitellään kahden keskeisen elämäntutkijan, Eriksonin ja Havighurstin teorioita. Eriksonin teoria pyrkii ymmärtämään keskilapsuuden, nuoruuden ja vanhuuden kehitysmekanismia. Havighurstin teoria taas kuvaa keskilapsuuden ja nuoruuden lisäksi myös aikuisuutta. (Nurmi ym. 2014, 14-18.)

4.2.1 Robert Havighurstin kehitystehtäväteoria

Robert Havighurstin mukaan eri ikäisiin ihmisiin kohdistuu erilaisia odotuksia, joita hän kutsui kehitystehtäviksi. Hän uskoi, että näiden kehitystehtävien onnistunut ratkaisu luo pohjan hyvinvoinnille ja myöhemmälle myönteiselle kehitykselle. (Nurmi ym. 2014, 149). Havighurstin mukaan nuoruus sisältää psykososiaalisia kehitystehtäviä, joiden läpikäyminen on edellytys aikuisuuteen siirtymiselle. Havighurst määrittelee nuoreksi 12-18 –vuotiaat. Kyseinen kehitysteoria on kehitetty jo 1940-luvulla, mutta sitä pidetään edelleen hyvin merkittävänä. (Toivio & Norling 2013, 101.) Havighurstin mukaan nuoruuden keskeisimpiä kehitystehtäviä ovat sukupuoli-identiteetin omaksuminen ja suhteiden luominen toiseen sukupuoleen, koulutuksen hankkiminen ja työelämään valmistuminen, perhe-elämään valmistuminen sekä oman maailmankuvan ja ideologian omaksuminen. Myöhäisnuoruuden ja varhaisaikuisuuden kehitystehtäviä puolestaan ovat puolison valinta, perheen perustaminen ja työelämään siirtyminen. (Nurmi ym. 2014, 149.)

4.2.2 Erik H. Eriksonin psykososiaalinen kehitysteoria

Erik H. Erikson oli psykoanalyttikko, joka uskoi ihmisen kehityksen olevan biologisen kypsyymisen, sosiaalisten suhteiden muodostuksen ja egon toiminnan tulosta.

Eriksonin mukaan psykososiaalisella kehityksellä on kahdeksan vaihetta. Psykososiaalisen kehityksen ensimmäiset viisi vaihetta ajoittuvat lapsuus- ja nuoruusiikään, kaksi aikuisuuteen ja viimeinen elämän viimeiseen kolmannekseen. (Nurmi ym. 2014, 181.) Kehitysteorian keskeinen ajatus on, että kehitys tapahtuu kullekin vaiheelle tunnusomaisten kriisien ja niiden onnistuneiden ratkaisujen kautta (Nurmi ym. 2014, 271). Nuoruusiän kehitystehtävänä on oman identiteetin rakentaminen. Nuoruusiässä usein asetetaan kyseenalaisiksi kaikki, joihin aiemmin luotettiin. Nuoret ovat kiinnostuneita siitä, miltä näyttävät muiden silmissä verrattuna siihen, mitä he tuntevat olevansa. Eriksonin mukaan epäonnistuminen tässä kehitystehtävässä näkyy roolien hajaantumisenä, eli nuoresta saattaa tuntua, ettei hän tiedä kuka hän on. (Erikson 1982, 249-250.)

4.3 Itsetunto ja minuus murrosiässä

Keltikangas-Järvisen (2010, 37 a) mukaan käsitys murrosiän itsetunnosta on varsin ristiriitainen. Yleisesti ajatellaan, että murrosikäisen itsetunto on herkästi haavoittuva ja hyvin ailahtelevainen. Kuitenkin suurempi osa tutkimuksista osoittaa, että murrosiän itsetunto on odotettua pysyvämpi eivätkä vaihtelut välttämättä ole itseltään selviä nuorten itsetunnon kohdalla. Lapsuuden hyvä itsetunto heijastuu vahvasti myös murrosiän kokemukseen omasta itsetunnosta. Tutkimuksissa, joissa puhutaan, että murrosikäisen itsetunto on oletettua pysyvämpi, puhutaan usein niin sanotusta perusitsetunnosta. Tämä alkaa murrosiässä vasta muodostua sellaiseksi, että sitä voidaan mitata. Täten ei voida varmaksi väittää niitä tutkimuksia, jotka osoittavat murrosikäisen itsetunnon äärimmäisen vaihtelevana, sillä yleensä tällöin on mitattu erilaisia päivän mielialan vaihteluita ja tunnelmia eli niin kutsuttua ilmapuntari-itsetuntoa.

Murrosikäinen kuvaa itseään usein psyykkisten piirteiden avulla puhuen mielialoistaan, ajatuksistaan, ihanteistaan ja esimerkiksi tulevaisuudestaan. Tällöin ihminen kykenee kuvaamaan aivan uudella tavalla yksityistä minäänsä. Esimurrosiässä puolestaan ihminen kuvaa itseään vielä konkreettisten tapahtumien ja toimin-

tojen kautta, esimerkiksi mitä hän on tehnyt ja mitä hänelle on tapahtunut. Murrosiässä osataan myös tavallisesti kertoa selkeämmin, millainen ollaan eri tilanteissa ja miten oma yksityinen minä eroaa muiden antamasta kuvauksesta.

Murrosikäisen kuvaus itsestään ei ole kuitenkaan vielä yhtä jäsentynyt kuin aikuisten. Murrosikäinen usein muuttaa vielä minäkuvaansa sen mukaan, mitä muut hänestä ajattelevat. Täten voidaan sanoa, että minäkuva ei ole vielä kovinkaan pysyvä. (Keltikangas-Järvinen 2010, 139-141 a.)

5 AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET

Brittiläiset terveysterveyshenkilöt Royal Society for Public Health sekä Young Health Movement tutkivat yhteistyössä, millaisia vaikutuksia suosituimmilla somepalveluilla on nuorten mielenterveyteen. Tutkimukseen osallistuneet 1500 14-24 –vuotia nuorta arvioivat Instagramin näistä viidestä somekanavasta kaikista haitallisimmaksi mielenterveydelle. Tutkimuksen mukaan sosiaalisen median asettamat epärealistiset odotukset saattavat vaikuttaa nuorten itsetuntoon alentavasti sekä johtaa perfektionismin tavoitteluun, joka puolestaan saattaa johtaa ahdistuneisuushäiriöihin. Tutkimuksessa nostetaan esiin myös enenevän sosiaalisen median käytön yhteys masentuneisuuteen, huonoon unenlaatuun sekä alentuneeseen kokemukseen omasta kehonkuvasta. FOMO –ilmiöllä uskotaan olevan yhteys ahdistuneisuuteen sekä riittämättömyyden tunteeseen: Instagramin video- ja kuvatulva saattaa saada nuoren tuntemaan jäävänsä yhtenä paitsi elämästä – samalla kun muut tuntuvat nauttivat siitä jakamalla päivityksiä omista parhaista hetkistään. Nettikiusaaminen saa puolestaan uusia muotoja sosiaalisessa mediassa negatiivisten kommenttien ja viestien muodossa. (Royal Society Of Public Health 2018.)

Sosiaalisen median vaikutuksia nuorten itsetuntoon on tutkinut myös Maiju Kuosmanen pro gradu -tutkielmassaan. Tutkielmassa on hyödynnetty tälle opinnäytetyölle ominaisella tavalla nuorten omia kokemuksia itsetunnon vaikutuksista heihin. Kuosmanen (2018, 59-60) on nostanut jalustalle nuorten vastauksissa esiin tulleen täydellisyyden ihannoinnin, joka juontuu pitkälti sosiaalisen median ulkonäköä painoittavasta kulttuurista. Sosiaalisen median kuvat täyttyvät vähäpukkeisten naisten sekä miesten kuvista, joka aiheuttaa nuorissa helposti alemmuuskompleksin. Kuosmanen tutkielma toimii hyvänä tukena opinnäytetyöllemme.

Instagramin yhteyttä nuoriin on tutkinut myös Mira Stenhammar pro gradu tutkielmassaan #Minä ja Instagram. Stenhammarin tutkielma käsittelee Instagramin yhteyttä nuorten toimintaan, itsensä tuottamiseen sekä kokemukseen omasta itsestä. Tutkielman tarkoituksena on ollut myös kartoittaa kuvallistuneen kulttuurin asettamia normeja nuoren minän tuottamiselle. (Stenhammar 2017, 2.)

Tutkielma on toteutettu laadullista tutkimusotetta hyödyntäen (Stenhammar 2017, 32). Aineistonkeruumenetelmänä on käytetty puolistrukturoitua teemahaastattelua, jonka Stenhammar toteutti ryhmähaastatteluina tamperelaisessa lukiossa sekä Lahden nuorisopalveluilla. Haastattelussa olennaista oli se, että puoliavoimien kysymysten avulla nuoret saivat muotoilla vastauksensa omin sanoin. (Stenhammar 2017, 33, 37.)

Stenhammar toteaa oman tutkielmansa ja haastatteluiden pohjalta, että sosiaalisella medialla ja kuvanjakopalveluilla on vaikutuksia niin myönteisellä kuin kielteiselläkin tasolla. Sosiaalinen media luo esimerkiksi mahdollisuuden päästä helpommin omien kiinnostuksen kohteiden äärelle (Stenhammar 2017, 95). Instagramin positiivisina puolina pidettiin myös sieltä saatua vertaistukea. Stenhammar tuo kuitenkin esille, että vertaistuki voi näyttäytyä myös ongelmallisena, jos sen tarkoitukset ovat väärät. Tällä Stenhammar viittaa esimerkiksi anoreksiaa ihannoiviin nuoriin. (Stenhammar 2017, 97.) Kielteisinä vaikutuksina voidaan nähdä myös netissä tapahtuvan kiusaamisen ja seksuaalisen ahdistelun. Tällaisille ongelmille sosiaalinen media on luonut eräänlaisen alustan. (Stenhammar 2017, 97.)

6 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TAVOITE

Tämän opinnäytetyön inspiraationa toimii aiemmin tutkittu tieto Instagramin haittavaikutuksista. Tutkimuksen lähtökohtana olivat nuorten omat käsitykset ja kokemukset Instagramin vaikutuksista itsetuntoon. Tutkimuksen tarkoituksena oli saada nuorten henkilökohtaisia kokemuksia Instagramin vaikutuksista tai yhteyksistä heidän itsetuntoon liittyen. Tarkoituksena oli selvittää myös, miten tiedostettuja nämä vaikutukset nuorille itselleen ovat. Opinnäytetyössä tarkastellaan sosiaalisen median vaikutuksia nimenomaan nuorten näkökulmasta.

Tutkimusongelma pyrittiin ratkaisemaan hyvin suunnitellulla kyselylomakkeella, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman kattavia. Kysymykset muodostuivat sekä monivalintakysymyksistä, että avoimista kysymyksistä.

Opinnäytetyön päätutkimusongelma on:

1. *Millainen merkitys Instagramilla on nuorten itsetunnolle?*

Opinnäytetyölle muodostui päätutkimusongelman lisäksi myös kolme alatutkimusongelmaa:

2. *Miksi ja miten nuoret käyttävät Instagramia?*
3. *Millainen merkitys tykkäysten ja seuraajien määrällä on nuoriin?*
4. *Mitä tunteita Instagram nuorissa herättää?*

Hypoteesina on, että Instagramilla on myös negatiivisia vaikutuksia itsetunnolle.

Opinnäytetyön tavoitteena on pysäyttää nuoret sekä sosiaalialan ammattilaiset ajattelemaan sosiaalisen median käyttöä, sen merkitystä ja roolia, mutta ennen kaikkea sen tuottamaa vaikutusta nuorten eli nykyisen z-sukupolven hyvinvointiin ja mielenterveyteen. Työn avulla halutaan lisätä sosiaalialan ammattilaisten tietämystä siitä, millä tavalla sosiaalinen media ja erityisesti kuvanjakoapplikaatiot vaikuttavat nuoren itsetuntoon. Koska sosiaalista mediaa käytetään enenevässä määrin, on erityisen tärkeää, että nuorten kanssa työskentelevät ovat tietoisia siitä, mikä osuus sosiaalisella medially on nuorten elämässä ja mitä se voi nuorelle pahimmillaan tai

parhaimmillaan aiheuttaa. Käytännön tavoitteena onkin rohkaista nuorten parissa työskenteleviä ottamaan aihe puheeksi nuorten kanssa keskustellessa ja heitä ohjattaessa. Opinnäytetyön kautta myös vanhemmille tarjoutuu tilaisuus tarkastella sosiaalisen median vaikutuksia omille lapsilleen.

Tutkimuksessa jätettiin tarkoituksellisesti kysymättä vastaajien sukupuolta, sillä opinnäytetyön päätutkimusongelmana oli saada tietoa Instagramin merkityksestä nuorten itsetunnolle. Tutkimus keskittyi siis yleisesti nuorten näkemyksiin ja kokemuksiin Instagramista. Tyttöjen ja poikien vastausten erottelu olisi vaatinut vertailua, joka puolestaan voisi olla oma tutkimuksensa.

7 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyön ohjaaja hyväksyi opinnäytetyön aiheen toukokuussa 2018 ja tutkimussuunnitelman syyskuussa 2018. Tutkimuslupa Vamian rehtorilta saatiin lokakuussa 2018, jonka jälkeen rehtori lähetti saatekirjeen (liite 1) Vamian ensimmäisen vuoden opiskelijoiden ryhmänohjaajille. Saatekirje sisälsi linkin e-kyselyyn. E-kysely on nähtävissä kokonaan työn lopussa (liite 3). Opiskelijoiden huoltajia varten tehtiin myös erillinen saatekirje (liite 2), joka pyydettiin rehtorin kautta toimittamaan eteenpäin.

7.1 Tutkimuksen kohde

Tutkimuksemme kohteena toimi Vamian ensimmäisen vuoden 15-25-vuotiaat opiskelijat. Vaasan ammattiopisto, Vaasan aikuiskoulutuskeskus sekä Vaasan rannikkoseudun oppisopimustoimisto yhdistyivät 1.1.2017, muodostaen yhdessä Vamian. Vaasan kaupungin ylläpitämä monialainen ammatillisen koulutuksen organisaatio Vamia tarjoaa ammatillista koulutusta sekä nuorille että aikuisille. Vuosittain Vamiassa opiskelee 7000 opiskelijaa. (Vamia 2018.)

Vamia mahdollistaa koulutuksen esimerkiksi lähihoitajan, kampaajan, ja merkonomin ammatilliseen perustutkintoon. Yhteensä ammatillisia perustutkintolinjoja on oppilaitoksessa 28. Vamia tarjoaa mahdollisuuden myös ammattitutkintoon sekä erikoisammattitutkintoon, joita voi opiskella monimuotoisena työn ohella tai oppisopimuskoulutuksena. Näitä ovat esimerkiksi lähiesimiestyön ammattitutkinto ja mielenterveys- ja päihdetyön erikoisammattitutkinto. Tutkintotarjontaan kuuluu kaiken kaikkiaan noin 60 erilaista perus-, ammatti- ja erikoisammattitutkintoa. (Vamia 2018.)

Näiden tutkintojen lisäksi Vamia mahdollistaa myös yritys- ja työelämäpalveluiden osalta jonkun tietyn tutkinnon osan tai osion suorittamisen. Räättälöityjä henkilöstökoulutuksia toteuttaa Vamian yhteistyökumppani Oy EduVamia Ab. Näitä ovat esimerkiksi lupakortti-, pätevänti- ja kielikoulutukset sekä eri alojen räätälöity työ-

voimakoulutus. Vamia toteuttaa myös Valma-koulutusta erityisesti niille maahanmuuttajille, joilla ei ole riittävää suomenkielentaitoa siirtyä suoraan ammatilliseen peruskoulutukseen. (Vamia 2018.)

Erilaisten tutkintojen ja koulutusten lisäksi Vamia pitää sisällään erilaisia palveluja, joita ovat muun muassa Ravintola Silveria, opiskelijoiden ylläpitämä kahvila Cafe Namia sekä hius- ja kosmetologisalonki Studio Parcos, jonka palveluita toteutetaan opiskelijatyönä. (Vamia 2018.)

Ikäryhmäksi valittiin 15-25-vuotiaat, sillä vaikka nuoruuden katsotaan kestävän 11-vuotiaasta ja kestävän 25 vuoden ikään saakka, Vamian nuorimmat opiskelijat ovat 15-vuotiaita. Kyseiseen ikäryhmään kuuluu z-sukupolven edustajia, joilla ei ole käsitystä elämästä ennen sosiaalista mediaa. Heidän sanotaan kasvaneen älypuhelimet käsissään ja viettävän jatkuvasti aikaa verkossa. Z-sukuolvi valikoitui tutkimuksen kohteeksi myös sen vuoksi, että sitä on tutkittu ilmeisen vähän. (Roivainen 2018.)

Lagström, Pösö, Rutanen ja Vehkalahti (2010, 16) toteavat, että on tärkeää ymmärtää, millaisia merkityksiä nuoret itse antavat omalle toiminnalleen. Nuorten oman äänen esilletuominen on myös keskeinen tavoite useissa tutkimuksissa. Myös tässä opinnäytetyössä halutaan huomioida nuorten ääni, etenkin kun tutkimuksen teema koskettaa vahvasti heitä.

7.2 Aineistonkeruu

Tutkimuksen aineisto kerättiin e-kyselylomakkeen avulla. Kyselylomaketta käytetään yleensä kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä, mutta sitä voidaan käyttää myös kvalitatiivisessa tutkimuksessa, jos kyselyyn vastanneet henkilöt voidaan vastaustensa perusteella tyypitellä laadullisiin luokkiin. (Tuomi & Sarajarvi 2009, 74-75.) Kyselylomake koostui sekä avoimista että monivalintakysymyksistä.

Opiskelijoita varten laaditussa saatekirjeessä (liite1) kerroimme kattavasti tutkimuksen sisällöstä, sen tavoitteista ja sen julkaisusta. Saatekirjeestä löytyi e-loma-

kelinkki kyselyyn. Oppilaat saivat siis saatekirjeen ja samanaikaisesti linkin e-lomakkeeseen. Saatekirjeeseen on liitetty ohjaavan opettajamme yhteystiedot, joka tarjosi vastaajille mahdollisuuden esittää halutessaan lisäkysymyksiä tutkimukseen liittyen. Kyselylomakkeisiin vastattiin anonyymisti, jolloin tutkimukseen osallistuvien henkilöiden henkilöllisyys pysyi salassa. Tutkimukseen osallistuminen oli vapaaehtoista ja saatekirjeessä kerrottiin, että vastauksia käsittelevät ainoastaan tutkimuksen tekijät sekä mahdollisesti ohjaava opettaja. Tutkimusaineisto säilytettiin ja käsiteltiin luottamuksellisesti.

Tutkimukseen osallistui myös alaikäisiä, mutta koska vastaajat pysyivät täysin anonyymeinä koko kyselytutkimuksen ajan, voitiin tutkimus toteuttaa ilman vanhempien suostumusta (Kuula-Luumi 2014, 6). Huoltajien informoinnin katsottiin kuitenkin olevan suotavaa, joten saatekirjeen lisäksi vanhemmille laadittiin tiedote (liite 2), jossa esiteltiin itse tutkimus sekä tutkimuksen tekijät ja kerrottiin, että kyselytutkimukseen osallistuminen on ollut täysin vapaaehtoista.

7.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimukselle sopivan tutkimusmenetelmän valinta on tärkeää, sillä menetelmän täytyy tuottaa oikeanlaista tietoa ongelman ratkaisun kannalta. Tutkimusotteen eli lähestymistavan valintaa ohjaa tutkimusongelman teema. Tutkimusotteella tarkoitetaan koko kokonaisuutta, jolla ongelmaan tuotetaan ratkaisu. Tutkimusote koostuu sekä tiedonkeruu-, että analyysimenetelmistä. (Kananen 2015, 64-65.)

Aihetta haluttiin tutkia kvalitatiivisesti eli laadullisesti sekä kvantitatiivisesti eli määrällisesti kyselytutkimuksella, sillä kysely sisälsi avoimia ja strukturoituja kysymyksiä. Laadullisella tutkimuksella mahdollistetaan ilmiön syvällisempi ymmärtäminen. Avoimet kysymykset tuottavat tekstiä ja lauseita, jotka auttavat ymmärtämään vastaajien suhtautumista ja asenteita tutkittavaa aihetta kohtaan. Kvantitatiivinen tutkimus puolestaan pyrkii yleistämään tutkittavaa ilmiötä. Määrällisen tutkimuksen taustalla on aina jokin teoria ja ilmiön tuntemus. (Kananen 2015, 68-73.) Tämän tutkimuksen teoriana on kansanterveysyhdistys The Royal Society Of

Public Healthin tutkimus ”StatusOfMind”, jonka mukaan Instagram osoittautui haitallisimmaksi sosiaalisen median kanavaksi 14-24 vuotiaiden nuorten mielenterveydelle.

7.4 Aineiston analysointi

Kerätty aineisto on käsitelty aineistolle tyypillisellä analyysimenetelmällä. Tutkimuksen laadullinen osuus on tuotu esiin tekstinä ja määrällinen osuus puolestaan lukuina. Tutkimuksen kvantitatiivinen osa on analysoitu SPSS –ohjelman avulla ja kvalitatiivinen osa aineistolähtöisellä sisällön analyysillä.

Hirsjärvi, Remes & Sajavaara (2009) toteavat teoksessaan Tutki ja kirjoita, että tutkimuksen aineistoa päästään analysoimaan usein vasta esitöiden jälkeen. Niin myöskin tässä tutkimuksessa. Aineiston järjestämisen ensimmäinen vaihe oli tietojen tarkistus. Hirsjärven ym. (2009) mukaan aineistosta tulee tarkistaa kaksi seikkaa, eli sisältääkö se virheellisyyksiä ja puuttuuko tietoja. Kyselytutkimuksissa on päätettävä, onko joitakin vastauksia syytä hylätä. Kyselymme tuotti 140 vastausta, joista 11 vastausta jouduttiin poistamaan epäasiallisten tai muuten vaillinaisten vastausten vuoksi. Näin ollen jäljelle jäi 129 vastausta. Osa vastaajista oli saattanut jättää myös vastaamatta yhteen tai kahteen kyselyn avoimeen osioon. Tällaisia vastauksia ei kuitenkaan hylätty, jos vastaaja oli muuten vastannut suurimpaan osaan kysymyksistä. Näin saadulla tiedolla pystyttiin täydentämään keskiarvotietoa. (Hirsjärvi ym, 2009, 221-222.)

Avoimet kysymykset ja niiden vastaukset järjestettiin ja koottiin Excelin avulla Word –tiedostoihin, joissa ne käytiin läpi. Tämän jälkeen vastaukset pelkistettiin, luokiteltiin ja teemoiteltiin. Pelkistämällä aineistosta saatiin tutkimuskysymyksen kannalta oleellinen tieto esiin, joka puolestaan helpotti vastausten teemoittelua. Tämän jälkeen vastaukset luokiteltiin, jotta saatiin selville, miten usein jokin tietty vastaus aineistossa nousi esiin. Teemoiteltaessa aineistolle luotiin omat teoreettiset käsitteet. Teemoittelussa on kyse laadullisen aineiston lohkomisesta ja aihepiirien mukaan ryhmittelystä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 92-93.)

Tutkimuksen strukturoidut monivalintakysymykset koodattiin numeroilla (tallennettava arvo), jotta ne pystyttiin tuomaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon SPSS –ohjelmalla. Tuloksista luotiin kuviot, joista ilmenee vastausten lukumäärä tai prosentuaalinen osuus. Tässä opinnäytetyössä määrälliset vastaukset esitetään ympyräkaavioina ja pylväsdiagrammeina.

7.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen luotettavuutta käsitellään yleensä validiteetin, eli pätevyyden ja reliabiliteetin, eli toistettavuuden käsittein (Tuomi & Sarajärvi 2009, 136). Reliaabelius tarkoittaa mittatulosten toistettavuutta, eli kykyä antaa samankaltaisia tuloksia. Validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Virheitä pyritään välttämään, mutta luotettavuus ja pätevyys voivat silti vaihdella. Tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta kohentaa tutkimuksen luotettavuutta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 231-232.)

Tutkimuksenteossa on otettava huomioon erilaisia eettisiä kysymyksiä ja tieteellisiä käytäntöjä. Eettisesti hyvän tutkimuksen tiedon hankintaan ja sen julkistamiseen liittyy tietynlaisia tutkimuseettisiä käytäntöjä. Tutkijoiden vastuulla onkin tuntee nämä käytännöt ja toimia niiden mukaan. (Hirsjärvi ym. 2013, 23.)

Tutkimuseettinen neuvottelukunta TENK on perustettu vuonna 1991 käsittelemään tutkimuskenttään liittyviä eettisiä kysymyksiä sekä edistämään tutkimuseettisyyttä. Tässä opinnäytetyössä noudatettiin tutkimuseettisen neuvottelukunnan vuonna 2012 laatimia hyviä tieteellisiä käytäntöjä, joita ovat muun muassa rehellisyys, yleinen huolellisuus, tarkkuus sekä eettisesti kestävä tiedonhankinta. (TENK 2019.)

Muiden tutkijoiden työ on huomioitu ja näiden saavutuksiin viitattu asianmukaisella tavalla. Ennen tutkimuksen toteutusta siihen hankittiin myös tarvittavat tutkimusluvut.

Tutkimuksen teoreettinen osuus koostuu aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta, aikaisemmista tutkimuksista sekä ajankohtaisista lehtiartikkeleista. Lähteet on merkitty tekstiin sekä lähdeluetteloon Vaasan Ammattikorkeakoulun ohjeiden mukaisesti. Teoriassa käytetty tieto on kerrottu asianmukaisesti plagiointia välttämällä.

8 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tulokset. Ensimmäisessä luvussa tarkastellaan vastaajien taustatietoja, toisessa luvussa Instagramin käyttötapoja ja tottumuksia ja kolmannessa luvussa Instagramin herättämiä tuntemuksia. Ensimmäisen luvun taulukot ovat väriltään punaisia, toisen luvun taulukot sinisiä ja kolmannen vihreitä.

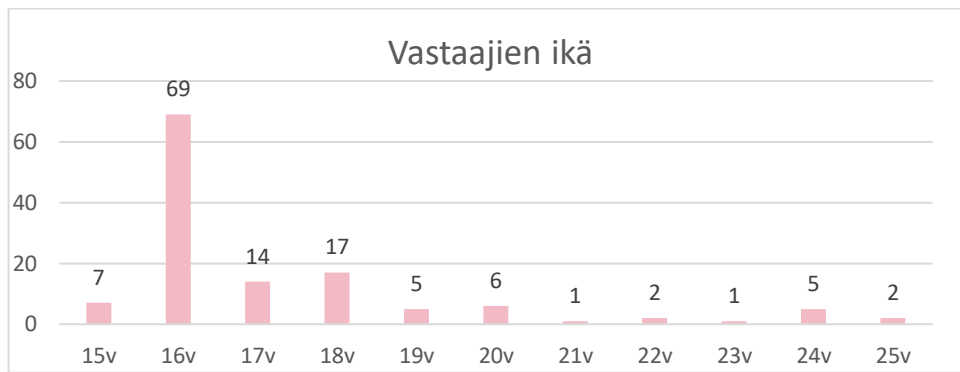
Tutkimuksen aineisto on kerätty Vamian 1. vuoden opiskelijoilta, joilla oli kaksi viikkoa aikaa osallistua e-kyselyyn. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 140, joista 11 jouduttiin poistamaan epäasiallisten vastausten vuoksi. Tutkimuksen aineisto koostuu näin ollen 129 nuoren vastauksesta. Kysely koostui 18 kysymyksestä, joista 12 oli avointa ja 6 monivalintakysymystä. Kaikkiin kysymyksiin ei ollut pakko vastata, joten vastaajamäärät vaihtelevat hiukan eri kysymysten kohdalla.

8.1 Taustatiedot

Taustatiedoissa selvitettiin kyselyyn vastanneiden ikä sekä onko heillä yksityinen, julkinen vai sekä yksityinen, että julkinen tili. Vastaajilta kysyttiin myös minkä ikäisenä he ovat saaneet tai ostaneet ensimmäisen älypuhelimien, minkä ikäisenä he ovat ladanneet itselleen Instagram -sovelluksen, miksi heillä on Instagram -tili ja muuttaisivatko he itsessään jotain, jos se olisi mahdollista.

8.1.1 Vastaajien ikäjakauma

Vastaajien ikäjakauma oli 15-25-ikävuoden välillä. Vastaajista enemmistö oli 16 – vuotiaita (53,49 %). Seuraavaksi eniten vastauksia saatiin 18–vuotiailta (13,18 %) ja kolmanneksi eniten 17–vuotiailta (10,85 %). Vähiten vastauksia saatiin 21 ja 23–vuotiailta, kummastakin ikäryhmästä saatiin vain yksi vastaus (0,78 %). Toiseksi vähiten vastauksia saatiin 22 ja 25–vuotiailta, molempien prosentuaalinen osuus vastauksista oli 1,55 %.



Kuvio 1. Vastaajien ikä.

8.1.2 Tilin julkisuus

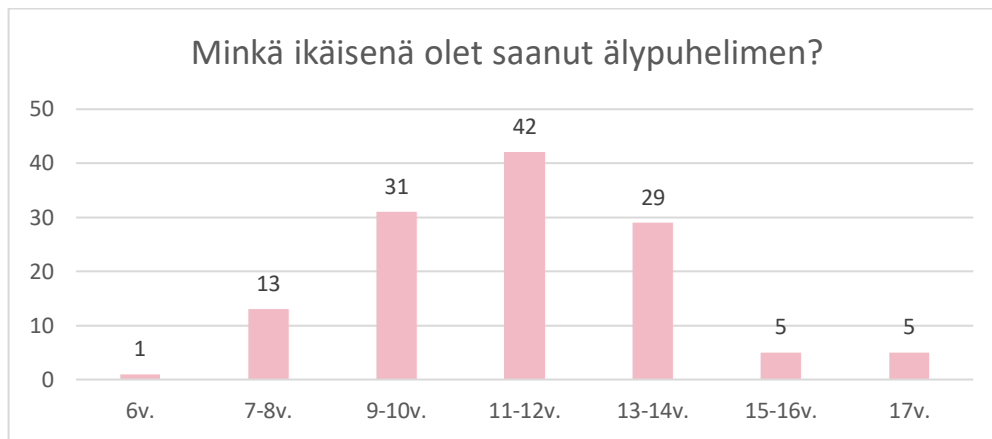
Suurimmalla osalla vastaajista oli yksityinen tili (58,9 %). Julkinen tili oli 30,2 % vastaajista ja 10,9 % vastaajista oli sekä julkinen että yksityinen tili.



Kuvio 2. Tilin yksityisyys ja julkisuus.

8.1.3 Älypuhelimien hankinta

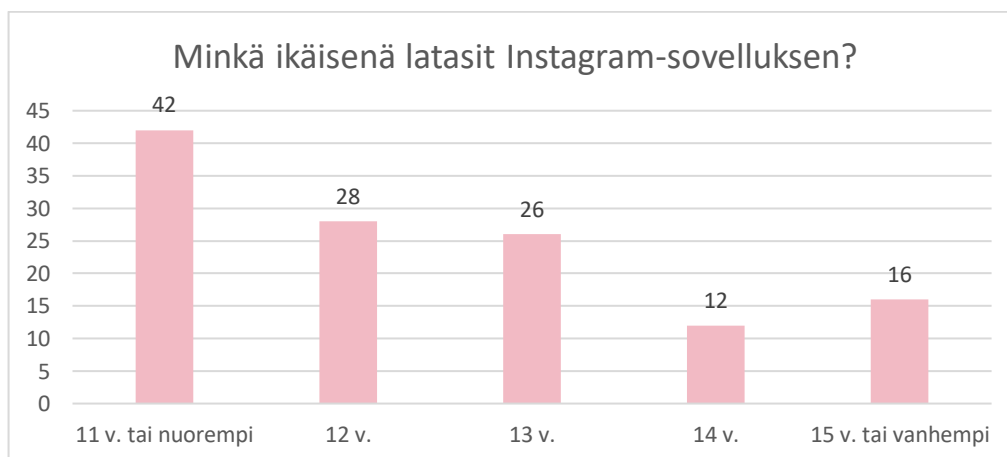
Vastaajilta tiedusteltiin, minkä ikäisenä he ovat saaneet tai ostaneet älypuhelimien. Enemmistö (42) vastaajista oli saanut tai ostanut ensimmäisen älypuhelimensa 11-12-vuotiaana. Toiseksi yleisin ikä älypuhelimien saamiselle oli 9-10-vuotiaana (31) ja kolmanneksi yleisin ikä (29) oli 13-14-vuotiaana.



Kuvio 3. Älypuhelimien hankinta (ikä)

8.1.4 Instagram-sovelluksen lataaminen

Vastaajilta kysyttiin, koska he olivat ladanneet Instagram-sovelluksen. Vastausten perusteella nuorista suurin osa (42) oli ladannut Instagramin 11-vuotiaana tai nuorempana. Toiseksi eniten nuoria (28) oli ladannut Instagramin ollessaan 12-vuotias. 26 vastaajaa kertoi ladanneensa Instagramin 13-vuotiaana ja 12 vastaajaa 14-vuotiaana. Vastaajista 16 oli ladannut Instagramin 15-vuotiaana tai vanhempana.



Kuvio 4. Instagramin lataaminen (ikä).

8.1.5 Syyt Instagram-tilin omistamiselle

Nuorilta kysyttiin avoimen kysymyksen avulla, miksi heillä on Instagram-tili. Vastajaista suurin osa (35) oli tehnyt Instagram-tilin, koska sinne voi jakaa omia kuvia ja videoita. Lähes yhtä monta nuorta (34) oli vastannut omaavansa tilin muiden kuvien tai profiilien katselemisen, selaamisen ja seuraamisen vuoksi.

”Koska halusin tietää mitä muut laittaa”

”Haluan olla siellä ja katsella kuvia”

”Pidän omaa instagramiani blogityyppisenä joten jaan elämäni tärkeimpiä tapahtumia”

”Tykkään katsella muiden kuvia ja seurata julkkiksia”

16 nuorta omisti tilin, jotta voivat seurata ystäviään ja 11 nuorta siksi, että pysyvät ajan tasalla tai koska muillakin on Instagram-sovellus. 11 nuorta omisti Instagram-tilin, koska piti sovellusta hyvänä.

”Tykkäilen kavereiden julkaisuista”

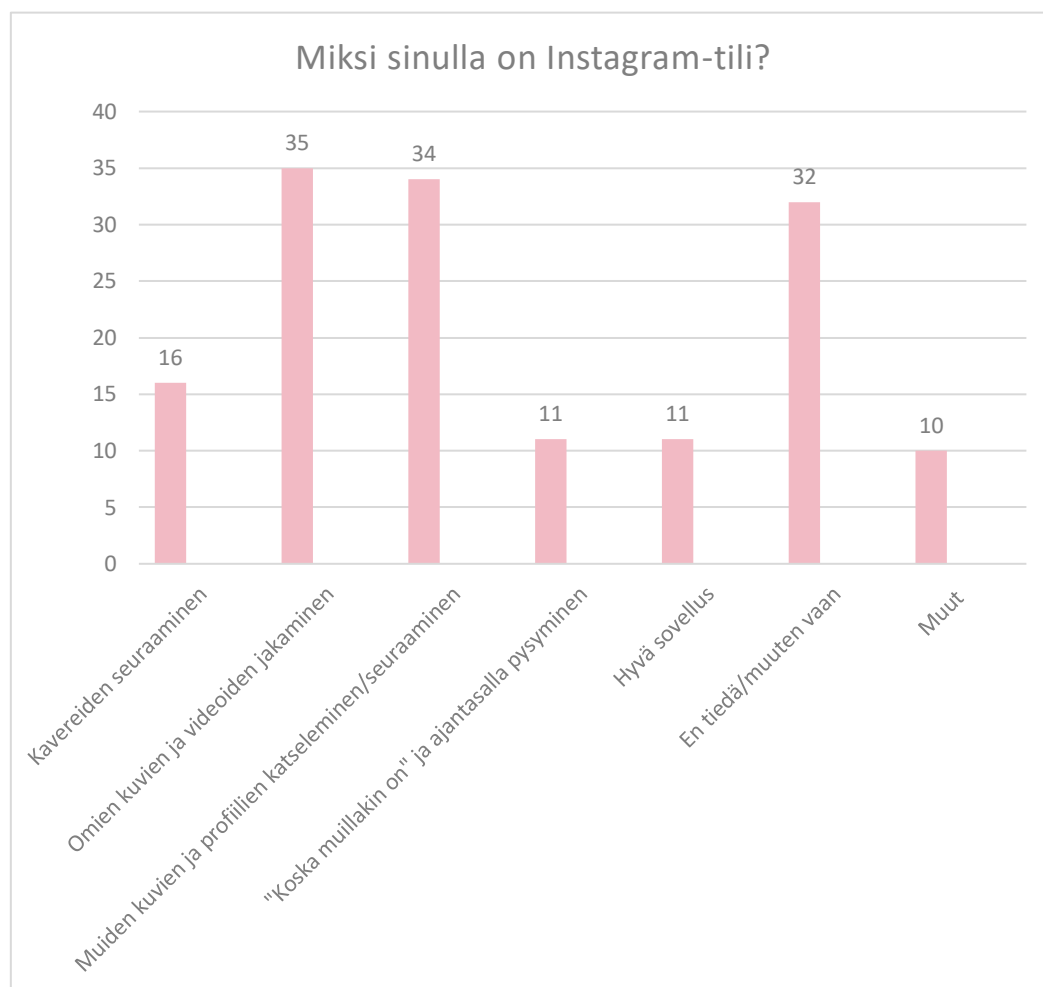
”Koska kaikki kaverit on siellä”

”Koska kaikilla muillakin on”

”to know what is going on in the world”

”Jotta pysyisin mukana mediassa”

Nuorista 32 oli tehnyt tilin ”muuten vaan” tai ei osannut vastata kysymykseen. Muiksi syiksi Instagram-tilin luomiselle kertyi yhteensä 10. Nuoret vastasivat, että Instagramista saa esimerkiksi inspiraatiota ja että kaverit olivat suositelleet Instagramia heille.



Kuvio 5. Miksi sinulla on Instagram-tili?

8.1.6 Muuttaisitko itsessäsi jotain jos se olisi mahdollista

Vastaajilta kysyttiin, muuttaisivatko he itsessään jotain, jos se olisi mahdollista. Suurin osa (67) vastaajista oli sitä mieltä, että ei muuttaisi itsessään mitään. 45 vastaaja muuttaisi itsessään jotain ja 9 vastaajista ei osannut sanoa.

Mikäli vastaajat vastasivat tähän kysymykseen kyllä, heitä pyydettiin kertomaan, mitä he itsessään muuttaisivat. Nämä vastaukset jaettiin ulkoisiin ja sisäisiin tekijöihin. Suurin osa vastanneista (28) muuttaisi jotain ulkoista tekijää ulkonäössään. Vain pieni osa vastaajista (4) muuttaisi jotain luonteessaan tai käytöksessään.

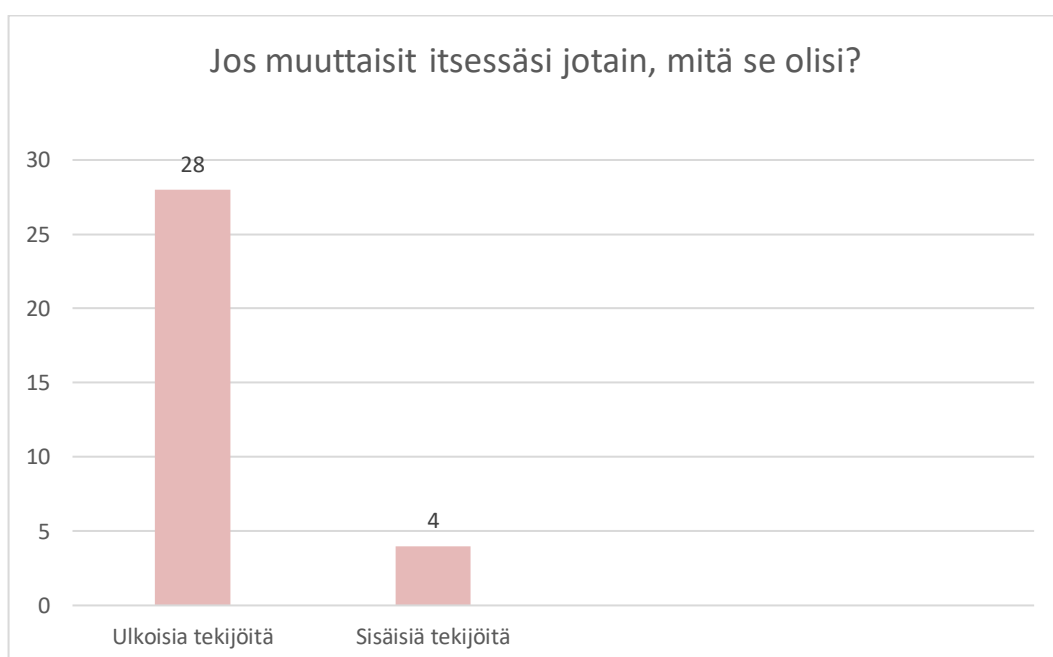
”Haluaisin laihemman vatsan, pienemmät reidet ja hiukset”

”Muuttaisin ulkonäköäni ja kehoani. Muuttaisin hiuksia ja naamaa ja kroppaa ihan kokonaisuutena.”

”Ehkä jotai, mutta en pidä sitä erityisen tärkeänä asiana vaan haluaisin yrittää olla vain ajattelematta asiaa.”

”Haluaisin olla sosiaalisempi.”

”Haluaisin laihemman vatsan, pienemmät reidet ja hiukset.”



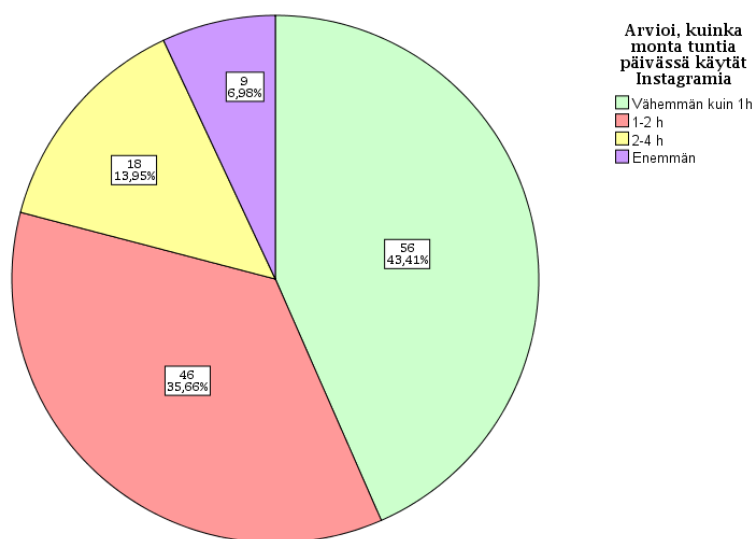
Kuvio 6. Sisäiset ja ulkoiset tekijät

8.2 Käyttötavat ja tottumukset

Kyselyssä vastaajilta kysyttiin heidän Instagramin käyttötapoja ja -tottumuksiaan. Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka monta tuntia päivässä he käyttävät Instagramia sekä kertomaan millaisia kuvia he jakavat Instagramiin, muokkaavatko he lataamiaan kuvia ja jos muokkaavat niin miten ja miksi. Vastaajilta kysyttiin myös, pyrkivätkö he luomaan tietynlaista ulkoasua eli ”feediä” tililleen sekä millaisia tilejä he Instagramissa seuraavat.

8.2.1 Instagramin käyttö päivän aikana

Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka monta tuntia päivässä he käyttävät Instagramia. Vastaajista 43,41 % arvioi käyttävänsä Instagramia vähemmän kuin 1h päivässä. 35,66 % arvioi käyttävänsä Instagramia 1-2h päivässä. 13,95 % vastaajista arvioi käyttävänsä Instagramia 2-4h päivässä ja vähemmistö vastaajista (6,98 %) arvioi käyttävänsä Instagramia enemmän kuin 4h päivässä.

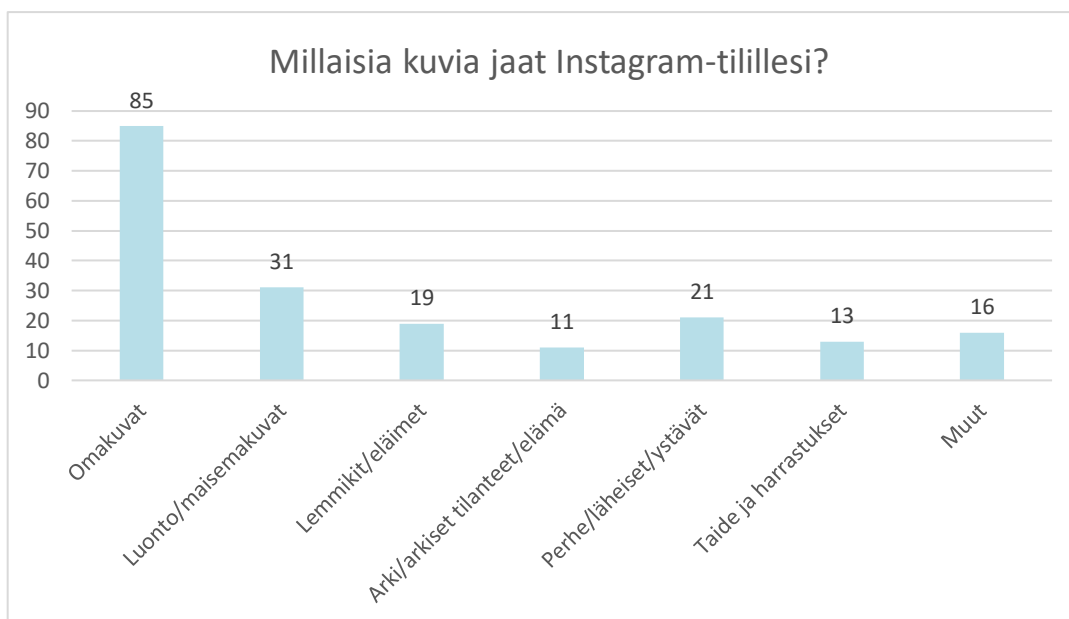


Kuvio 7. Kuinka monta tuntia päivässä nuoret käyttävät Instagramia?

8.2.2 Kuvien jakaminen Instagramiin

Nuoret saivat vastata avoimesti, millaisia kuvia he jakavat Instagramiin. Vastaajista enemmistö (85) kertoi lataavansa Instagramiin *selfieitä* eli kuvia itsestään. Seuraavaksi eniten vastauksia (31) sai luonto ja maisemakuvat. Vastaajista 21 kertoi jakavansa Instagramiin kuvia perheestä, läheisistä ja ystävistä. 19 vastaajaa kertoi jakavansa kuvia lemmikeistä tai muista eläimistä ja 13 taiteesta tai muista harrastuksista. 11 vastaajaa kertoi myös jakavansa kuvia omasta arjesta ja arkisista tilanteista sekä elämästä kuten kodista, matkailusta, ruoasta tai erilaisista tapahtumista.

Nuoret kertoivat jakavansa tililleen myös sisustuskuvia, meemejä, lomakuvia, kokemuksiaan ja muistojaan, idolikuvia sekä itselle tärkeitä ja kiinnostavia kuvia.



Kuvio 8. Millaisia kuvia nuoret jakavat Instagram tileilleen.

8.2.3 Kuvien muokkaus

Vastaajilta kysyttiin muokkaavatko he Instagramiin lataamiaan kuvia. Tähän kysymykseen vastasi melkein jokainen vastaajista. 69 vastaajista kertoi muokkaavansa kuvia, 42 vastaajista ei muokkaa kuviaan ja 17 vastaajista muokkaa kuviaan joskus. Moni vastaajista vastasi, ettei muokkaa kuviaan, mutta saattaa kuitenkin korostaa värejä tai lisätä kuvaan filterin. Edeltävällä tavalla vastanneiden laskettiin siis muokkaavan kuviaan myös.

”En muokkaa, saatan korostaa esim. värejä mutta en muokkaa sen enempää”

”En muokkaa. Korkeintaan valotusta, jos on liian kirkas/tumma”

”Jos snapchat-filttereitä tai värifilttereitä ei lasketa niin en muokkaa”

Vastaajia pyydettiin myös kertomaan, miksi ja miten he mahdollisesti kuviaan muokkaavat. Kuvia muokataan usein säätelemällä kuvan valoisuutta, kontrastia ja terävyyttä. Kuvia muokataan myös käyttämällä erilaisia filttäreitä. Osa vastaajista

käyttää kuvien muokkaukseen siihen tarkoitettua applikaatiota. Kuvia muokataan myös rajaamalla.



Kuvio 9. Miten vastaajat muokkaavat Instagram-kuviaan.

Kun vastaajilta kysyttiin, miksi he muokkaavat kuviaan, nousi esiin yksi selkeä teema. Kuvia muokataan pääasiassa sen vuoksi, että kuvat näyttäisivät paremmalta (26). Osa vastaajista muokkaa kuviaan myös sen vuoksi, että ne sopisivat yhteen tilin muiden kuvien kanssa tai siksi, että se on hauskaa.

”...muokkaan vaan värin sävyä, jotta ne sopivat yhteen keskenään feedissä.”

”Vaihdan värimaailmaa (kylmempään tai lämpimämpään) jotta kuvat sopivat väreiltänsä paremmin toisiinsa”

”Hieman ja siksi, koska ne näyttää paremmilta muokattuna”

”VSCO sovelluksella laitan jonkun filtteriin, että kuva näyttääs kivemmalta”

”...säätelen kirkkautta, kontrastia, värisävyjä jne, jotta ne näyttäisivät paremmilta”

”Sen verran kuin osaan, eli aika vähän. Rajaan kuvaa sopivan kokoiseksi ja käytän instagramin omaa kuvan muokkausta. Ja siksi että kuvan laatu on huono ja kuva näyttäisi paremmalle ja selkeämmälle.”

8.2.4 Profiilin ulkoasun luominen

Nuorilta tiedusteltiin avoimen kysymyksen avulla, pyrkivätkö he luomaan omaan profiiliin tietynlaista ulkoasua, eli ”feediä”. Vastaajista 91 eli yli puolet (73 %) kertoi vastauksessaan, että ei pyri luomaan tietynlaista ulkoasua profiiliin ja 23 % vastaajista (28) kertoi, että pyrkii.

Nuorilta kysyttiin samassa kysymyksessä tarkentavaa tietoa siitä, miten he pyrkivät luomaan tietynlaista profiilia. Nämä vastaukset jaoteltiin kolmeen eri teemaan. Kysymykseen vastanneista enemmistö (9) kertoi, että luo omaan profiiliinsa tietynlaista värimaailmaa. 8 vastaajaa kertoi, että luo tietynlaista profiilia sommittelemalla oman profiilin kuvia sekä huomioimalla kuvien yhteensopivuuden. 4 vastaajaa kertoi, että pyrkii tekemään profiilistaan ”omannäköisen”.

”Minulla on erillinen sovellus johon laitan kuvan ennenkun julkaisen sen, jotta näen sopiiko se edellisen kuvan jälkeen. Sovellus on eräänlainen feed mutta kuvia ei julkaise minnekkään.”

”Muokkaan kuvat samanlaisiksi, enkä laita esim. kahta selfieä peräkkäin.”

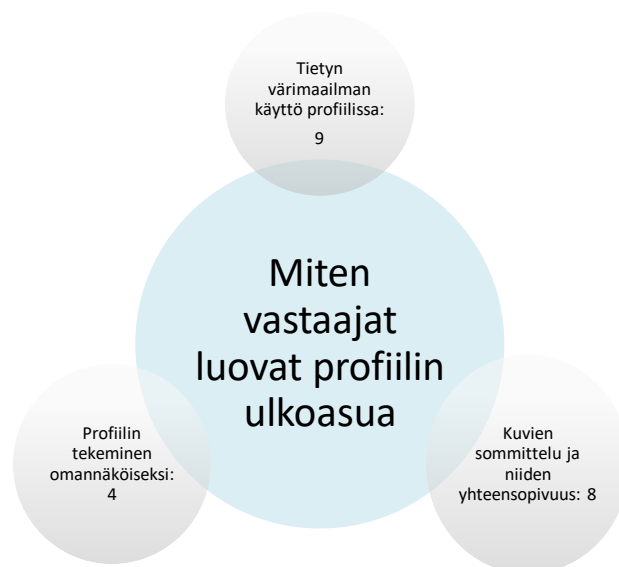
”Joka toinen kuva selfie, joka toinen ei. Kuvissa tumma teema.”

”Haluan kuvieni väriteemojen sopivan yhteen.”

”Haluan, että se näyttää hyvältä omaan silmään. Perfektionismi.”

”Yritän saada minun tylisen feedin.”

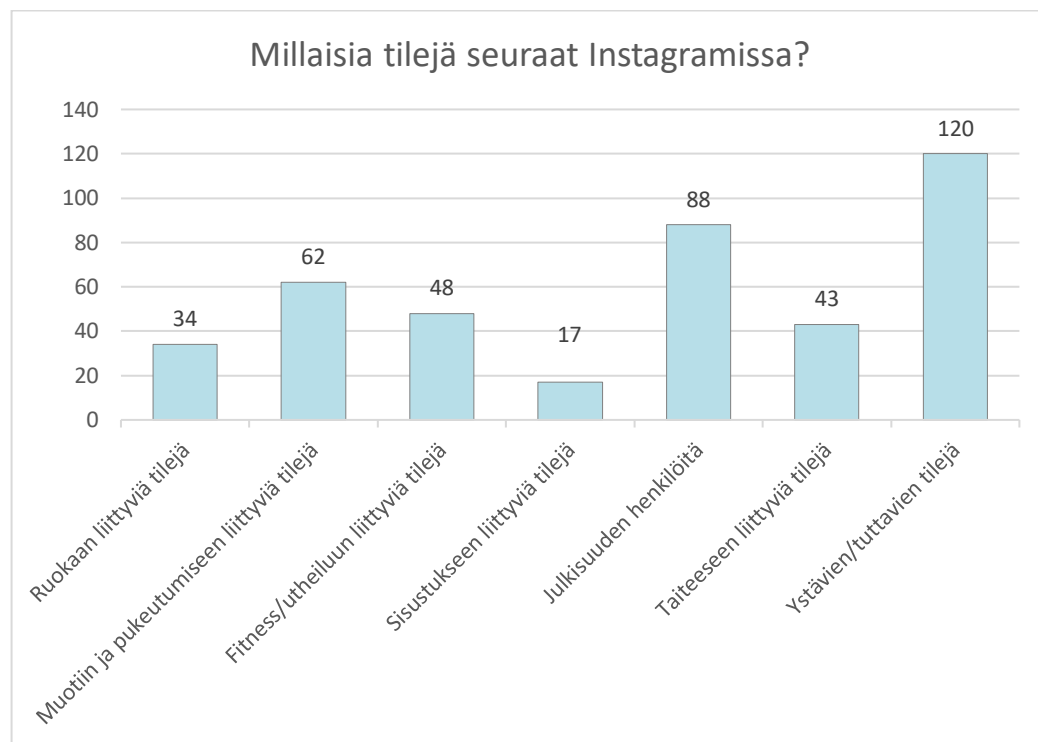
”Pidän oman estetiikan yllä”



Kuvio 10. Miten vastaajat luovat Instagram-profiilin ulkoasua.

8.2.5 Instagram-tilien seuraaminen

Vastaajilta kysyttiin monivalintakysymyksen avulla, millaisia tilejä he Instagramissa seuraavat. Vastaajilla oli siis mahdollisuus valita useampi vaihtoehto seitsemästä eri vaihtoehdosta. Selvä enemmistö vastaajista seuraa ystävien ja tuttavien tilejä (120). Toiseksi eniten vastaajat seuraavat julkisuuden henkilöitä (88) ja kolmanneksi eniten muotiin ja pukeutumiseen liittyviä tilejä (62). Neljänneksi eniten vastaajat seuraavat fitness- ja urheilutilejä (48) ja viidenneksi eniten taiteeseen liittyviä tilejä (43). Vähiten vastaajat seuraavat sisutukseen liittyviä tilejä (17) ja toiseksi vähiten ruokaan liittyviä tilejä (34).



Kuvio 11. Millaisia tilejä vastaajat seuraavat Instagramissa.

8.3 Instagramin herättämät tunteet

Kyselyssä oli seitsemän kysymystä, joissa kartoitettiin Instagramin herättämiä tunteita vastaajissa. Vastaajilta kysyttiin ovatko he lopettaneet seuraamasta tilejä negatiivisten tunteiden vuoksi, ovatko he poistaneet kuvia tililtään jälkepäin, ovatko he poistaneet tai harkinneet poistavansa sovelluksen, miten merkittäviksi he kokevat tykkäykset ja seuraajat, ovatko he kokeneet kiusaamista Instagramissa, kokevatko he Instagramin tuovan heille paineita ja millaisia tunteita Instagram on nuorissa herättänyt.

8.3.1 Tilien seuraamisen lopettaminen negatiivisten tunteiden vuoksi

Vastaajat saivat kertoa avoimesti, ovatko he lopettaneet jonkun tilin seuraamisen sen vuoksi, että se aiheutti heille negatiivisia tunteita. Vastaajista suurin osa (35) kertoi, että eivät tai eivät muistaakseen ole lopettaneet seuraamasta tilejä negatiivisten tunteiden vuoksi ja 24 vastasi, että on lopettanut. Samassa kysymyksessä halettiin tietää myös tarkemmin, miksi nuoret ovat lopettaneet tilin seuraamisen. 6

vastaajaa kertoi, että ei pitänyt kyseisen tilin kuvista tai henkilöstä tai koki turhaksi seurata tiliä.

”Koska tilillä oli paljon paljastavia kuvia”

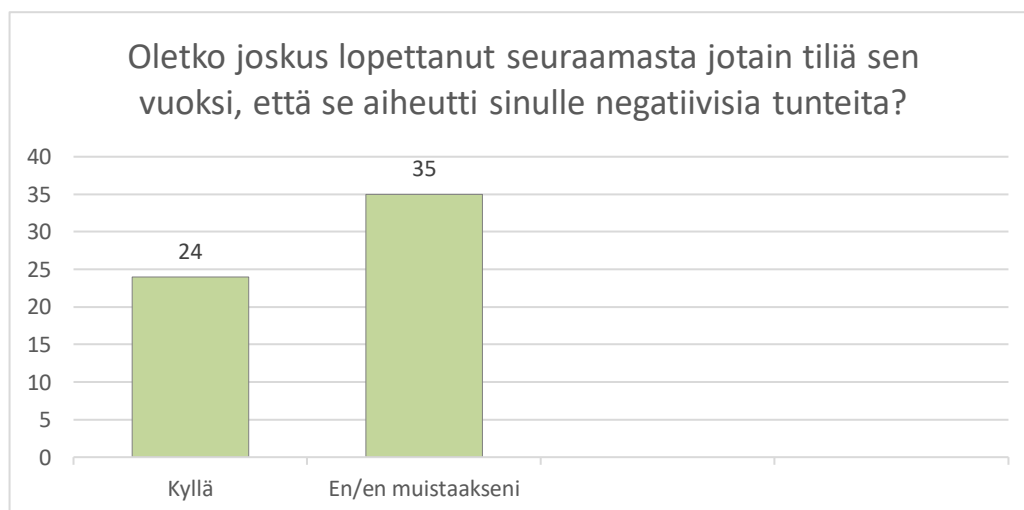
Vastaajista 6 kertoi, että lopetti tilin seuraamisen, koska tämä aiheutti heille mielihäpä, ahdistusta tai muita negatiivisia tunteita.

”Koska tilillä olevien laihojen naisten kuvat aiheuttivat pahaa mieltä.”

”Hienojen fitness-ihmisten tilejä, koska saan itselleni huonomman olon kun nään täydellisiä ihmisiä...”

”...ahdisteli ja oli epäkohtelias”

”on vaikeaa seurata sellaisten ihmisten elämää, jotka jakavat Instagramiin huonoimmatkin hetkensä.”



Kuvio 12. Tilin seuraamisen lopettaminen negatiivisten tunteiden vuoksi.

8.3.2 Kuvien poistaminen

Vastaajilta kysyttiin, ovatko he joskus poistaneet jakamiaan kuvia jälkeensä ja jos ovat, niin miksi. Vastanneista 102 kertoi poistaneensa kuvan jälkeensä ja 25 vastanneista ei ole poistanut kuviaan jälkeensä.



Kuvio 13. Oletko poistanut jälkeensä kuvia Instagram-tililtäsi.

Vastaajista enemmistö (50) oli poistanut kuviaan, koska ei ollut siihen jälkeensä enää tyytyväinen.

”Ne oli rumia ja aiheutti huonoa itsetuntoa”

”Koska näytin rumalta niissä”

”Koska en ole ollut tyytyväinen kyseisiin kuviin”

”Olen jotain vanhoja ja ihan vain sen takia koska ne olivat rumia tai turhia ja eivät sopineet feediini”

Toiseksi yleisin syy (30) kuvien poistamiselle oli se, että ne olivat vastaajan mielestä vanhoja tai tylsiä. Kuvia poistettiin myös sen vuoksi, että ne olivat alkaneet myöhemmin kaduttamaan tai hävettämään (5).

”Tili on ollut minulla niin kauan että jotkin vanhat kuvat alkavat hävettää eivätkä näytä enää yhtä hyvältä kuin ennen”

”Aloin katua kuvan jakamista sillä en enää kokenut näyttäväni tarpeeksi kauniilta kuvassa”

”Koska ne oli niin noloja”

Muut syitä kuvien poistamiselle oli yhteensä 14.

”Koska olen ollut sitten jälkepäin epävarma kuvasta”

”Jos ne liittyy johonkin huonoihin muistoihin tms”

”Siistin feediä oman maun mukaan”



Kuvio 14. Syyt kuvien poistamiseen.

8.3.3 Sovelluksen poistaminen tai sen harkitseminen

Nuorilta kysyttiin, ovatko he joskus poistaneet tai harkinneet poistavansa Instagram-sovelluksen puhelimestaan. Vastaaajista 37 oli poistanut tai harkinnut poistavansa sovelluksen ja enemmistö (89) ei ollut.

Kysymyksessä haluttiin myös saada tarkennusta siihen, miksi nuoret olivat poistaneet tai harkinneet poistavansa sovelluksen. Vastauksista ilmeni, että suurin osa oli

poistanut tai harkinnut poistavansa sovelluksen, koska he olivat kokeneet sen tarpeettomaksi. Vastaajista 5 kertoi, että sovelluksen poistamisen aiheutti paineet ”olla tietynlainen”, huono itsetunto tai itsekriittisyys.

”Olen, koska se on tuonut minulle useasti paineita.”

”huono itsetunto”

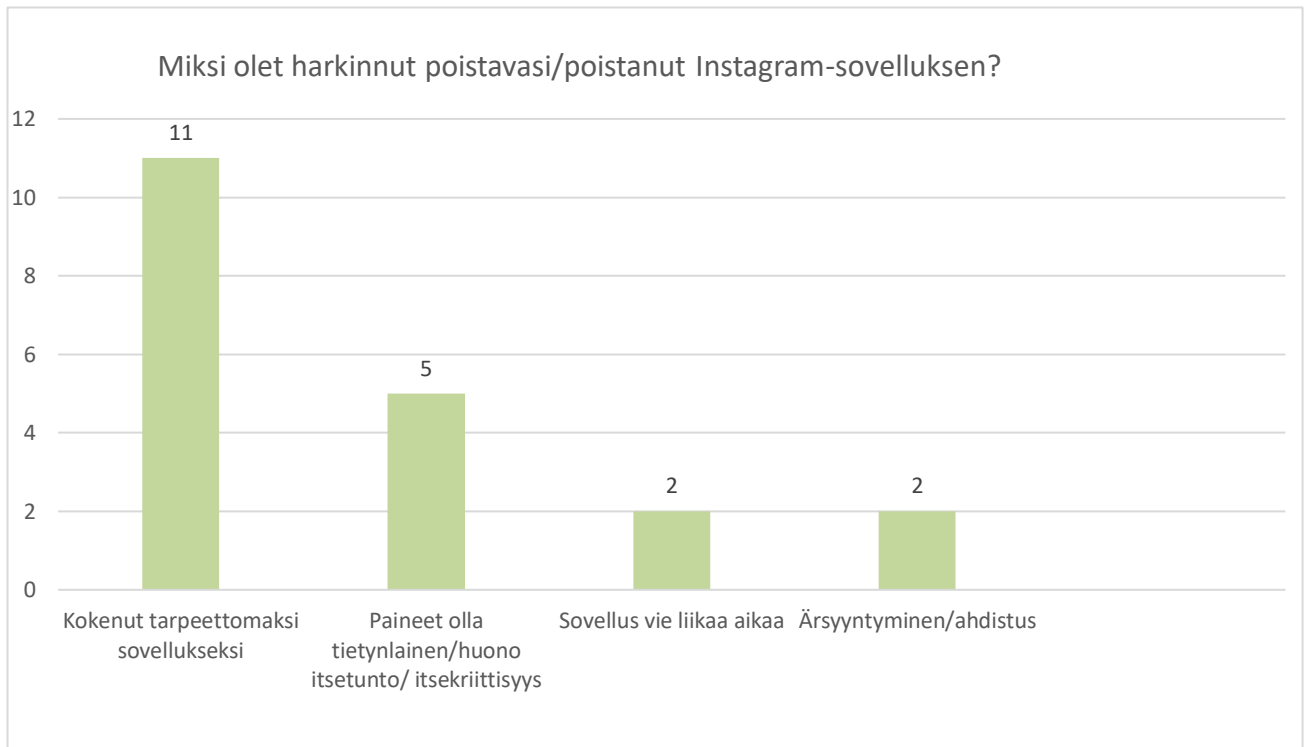
”En pidä stressistä, mikä siitä aiheutuu tykkäyksiä ja seuraajien suhteen.”

”Siellä on liikaa kuvia ja ihmisiä, jotka hipoo täydellisyyttä eikä niitä jaksata katella. Tulee vaan paha mieli.”

2 vastaajaa totesi vastauksissaan, että poisti sovelluksen, koska se vei liikaa aikaa ja 2 siksi, koska se aiheutti ärsyyntymistä tai ahdistusta.

”Poistin sen muun muassa siksi, että se vei liikaa aikaa pois muusta toiminnasta.”

”koska Instagramissa näkee tosi paljon alle 13v lapsia jakamassa itsestään kuvia. Tämä ahdistaa liikaa.”



Kuvio 15. Syyt sovelluksen poistamiselle.

8.3.4 Tykkäysten ja seuraajien tärkeys

Vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1-10, kuinka tärkeänä he pitävät kuviansa saamien tykkäysten ja tilin seuraajien määrää. 1 tarkoitti, että kuvien tykkäysten ja seuraajien määrä ei ole vastaajalle tärkeää ja 10 puolestaan tarkoitti, että nämä seikat ovat vastaajalle todella tärkeitä. 29 nuorta eli enemmistö vastaajista (17,83 %) arvioi tykkääjien ja seuraajien määrän tärkeyden asteikolla numerolla kahdeksan. Vähemmistö vastaajista eli yksi nuori (0,78 %) oli arvioinut tykkääjien ja seuraajien tärkeyden asteikolla numerolla 10. Muut nuorten antamat vastaukset vaihtelivat jonkin verran. Nuorten antamat arvosanat esitellään kuviossa 15.



Kuvio 16. Kuinka tärkeänä vastaajat pitävät tykkäyksien tai seuraajien määrää.

8.3.5 Kiusaaminen Instagramissa

Nuoret saivat vastata avoimesti, ovatko he kokeneet tai tietävätkö he jonkun, joka on kokenut kiusaamista Instagramissa. 102 vastaajista ei ole kokenut eikä tiedä kehtään, jota olisi kiusattu Instagramissa.

”Useasti vaan näkee ikäviä kommentteja muiden kuvissa”

”...joidenkin tunnetuimpien/julkkisten kommentteissa saattaa olla jotain ilkeää”

Vastaajista 19 oli kokenut tai tiesi jonkun, joka oli kokenut kiusaamista Instagramissa.

”Kaikkee ahdistelua haukkumista jne.”

”Jotkut mun seuraajat sanoivat että olen ruma”

”Jotkut ei vain arvosta toisten ulkonäköä ja olen nähnyt kommentteja jotka loukkaavat ihmisiä”

”Minua on haukuttu rumaksi ja muita loukkauksia. Tunsin itseni epävarmaksi sen jälkeen”

”Kyllä. Ilkeitä kommentteja ja loukkaavia kuvia ystäväistäni ja muista henkilöistä.”

8.3.6 Sosiaalisen median tuottamat paineet

Vastaaajilta kysyttiin, aiheuttaako sosiaalinen media heille paineita. Suurimmalle osalle vastaajista (86) sosiaalinen media ei aiheuta paineita. Osa vastaajista (19) ei osannut vastata tähän kysymykseen ja 14 vastaajista kertoi, että sosiaalinen media aiheuttaa heille paineita. Useimmilla vastaajista sosiaalinen media aiheuttaa ulkonäköpaineita tai paineita olla ”tietynlainen”.

”Paineita olla yhtä kaunis tai haluttava tai taitava, kuin joku seuraamani ihminen.”

”Aiheuttaa vähän. Muut tytöt näyttävät todella kauniilta kuvissa ja koen että en ole tarpeeksi kaunis”

”Jollakin tavalla joo. Tuntuu että oon ns. huononpaa tasoa kun jotkut.”

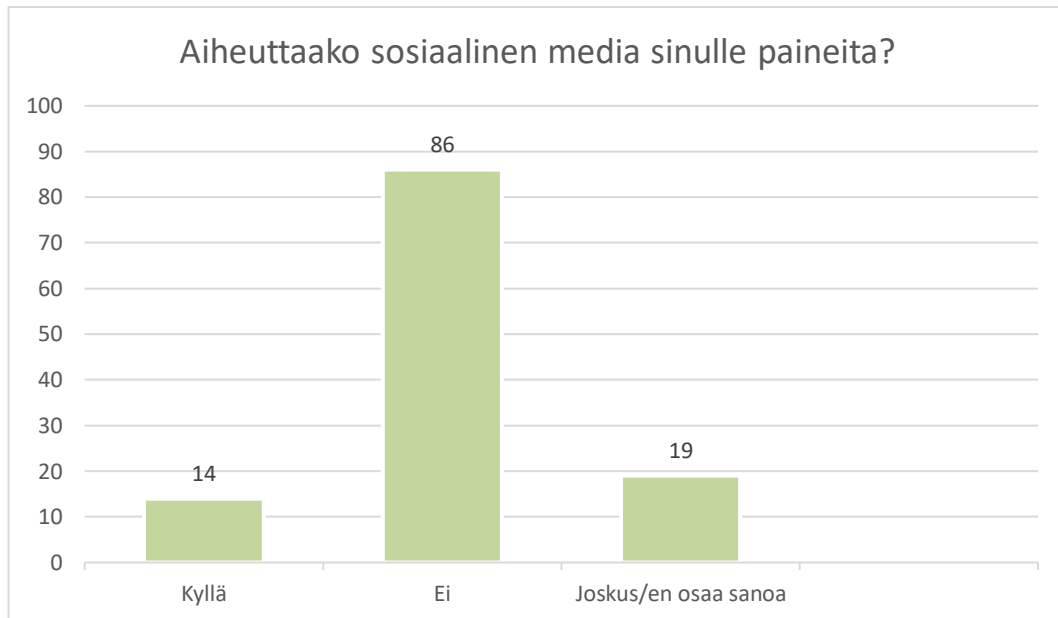
”Välillä. Pelkään jääväni ulkopuolelle.”

”Kyllä aiheuttaa, kaiken pitää olla somessa niin täydellistä, ettei siihen välttämättä itse pysty ja se aiheuttaa paineita. Esim julkkisten kuvat yms. Mutta onneksi voi valita ketä seuraa ja ketä ei.”

”Ehkä joskus. En tietenkään halua julkaista itsestäni mitään kauheita kuvia. Nykypäivänä otan kuitenkin sosiaalisen median paljon rennommin ja julkaisen mitä huvittaa. Tietenkin mietin etukäteen mitä julkaisen mutta en halua muiden ihmisten vaikuttavan itseeni.”

”Parisuhdepaineita, minusta tuntuu että sosiaalinen media vahvistaa yksinäisyyttäni.”

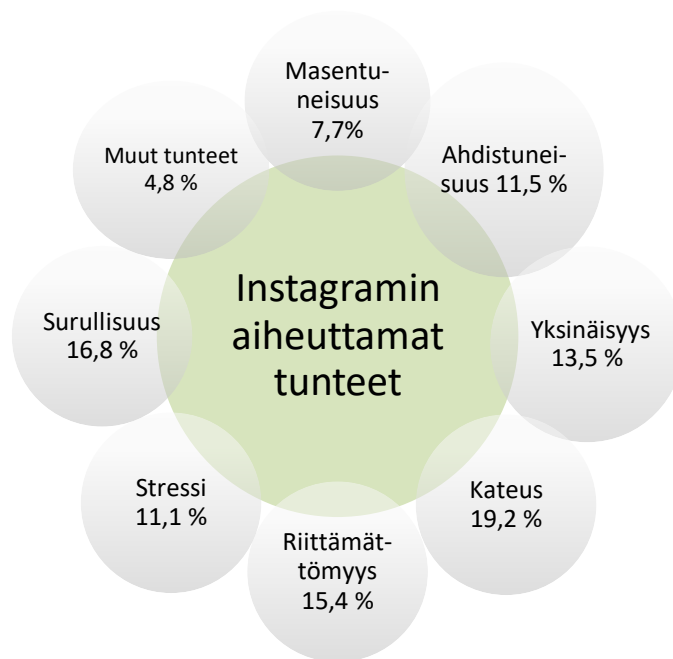
”itsetunnon laskua.”



Kuvio 17. Aiheuttaako sosiaalinen media nuorille paineita?

8.3.7 Instagramin aiheuttamat tunteet

Vastaajilta kysyttiin monivalintakysymyksen avulla, ovatko he kokeneet Instagramissa joitain seuraavan kaltaisia tunteita: masentuneisuutta, ahdistuneisuutta, yksinäisyyttä, kateutta, riittämättömyyttä, stressiä tai surua. Vastaajilla oli mahdollista varata edellä olevista vaihtoehdoista useampi. Eniten vastaajat olivat kokeneet kateutta (19,2 %), surua (16,8 %) ja riittämättömyyttä (15,4 %). Seuraavaksi eniten vastaajat olivat kokeneet yksinäisyyttä (13,5 %), ahdistusta (11,5 %) ja stressiä (11,1 %). Vähiten vastaajat olivat kokeneet masentuneisuutta (7,7 %). Vastaajilta kysyttiin myös, oliko heillä herännyt jokin muu tunne Instagramin käytön yhteydessä. 4,8 % vastaajista vastasi tähän kysymykseen. Muista tunteista vastaajat mainitsivat ilon, tyytyväisyyden, ärtymyksen sekä vihan.



Kuvio 18. Instagramin herättämät tunteet nuorissa.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tarkoituksena oli saada uutta tietoa Instagramin vaikutuksista nuorten itsetuntoon sekä selvittää, miten tiedostettuja nämä vaikutukset nuorille itselleen ovat. Opinnäytetyölle asetettu *päätutkimusongelma* tarkasteli siis sitä, millainen merkitys Instagramilla on nuorten itsetunnolle. Nuoret tuovat vastauksissaan esiin, että sovellus on tuonut heille paineita olla tietynlainen ja osa vastanneista kokee sovelluksen ulkonäkökeskeiseksi. Osa vastanneista kertoo myös lopettaneen jonkin tilin seuraamisen sen vuoksi, että se aiheutti heille negatiivisia tunteita. Selvä enemmistö vastaajista oli joskus poistanut kuvia jälkeinpäin tililtään. Yleisin syy kuvan poistamiselle jälkeinpäin oli tyytymättömyys kuvaan tai omaan ulkonäköön kuvassa. Moni vastaajista toi esimerkiksi esiin, että aiemmin ladattu kuva näyttikin omaan silmään myöhemmin ”rumalta”, oli ”nolo” tai alkoi hävettämään. Suurin osa kyselyyn vastanneista nuorista kertoi myös muokkaavansa kuviaan pääasiassa sen vuoksi, että ne näyttäisivät paremmilta. Vastausten sisältöjä tulkitsemalla voidaan olettaa, että Instagramilla voi olla myös negatiivinen vaikutus nuorten itsetuntoon ja että osa kyselyyn vastanneista nuorista ovat tästä tietoisia. Toisaalta Instagram tuo kyselyyn osallistuneille nuorille myös iloa ja tyytyväisyyden tunteita. Itsetuntoon negatiivisesti vaikuttavina tekijöinä voidaan pitää Instagramin ulkonäkökeskeisyyttä, täydellisyyden tavoittelua, ilkeitä kommentteja sekä päivitysten saamia, mahdollisesti vähäisiä tykkäyksiä.

Johtopäätöksiä tarkasteltiin päätutkimusongelman ohella myös suuntaa antavien alatutkimusongelmien kautta. *Ensimmäinen* opinnäytetyölle asetettu *alatutkimusongelma* oli, miksi ja miten nuoret käyttävät Instagramia. Suurimmalla osalla vastaajista on yksityinen tili, eli he voivat vaikuttaa Instagramissa oman tilinsä seuraajiin. Tutkimustulokset osoittavat, että enemmistö nuorista käyttää Instagramia, sillä se antaa mahdollisuuden jakaa tilille omia kuvia ja videoita. Nuoret kertovat jakavansa tililleen enimmäkseen *selfieitä* eli kuvia itsestään, joka puhuu puolestaan Instagramin ulkonäkökeskeisyydestä. Tulosten perusteella nuoret käyttävät Instagramia myös katsoakseen ja seuratakseen muiden kuvia ja profiileja, sekä seuratakseen ystäviään ja pysyäkseen ”ajan tasalla”. Ajan tasalla pysyminen liittyy olennaisesti teoriaosuudessa esitettyyn FOMO-ilmiöön.

Nuorten antamien vastausten perusteella selfiet eli omakuvat rakentavat pitkälti nuorten ”feediä” eli ulkoasua. Osa nuorista kertoi kokevansa ulkonäköön liittyviä paineita Instagramissa, joka saattoi johtaa kuvan poistamiseen myöhemmin kuvan lataamisen jälkeen. Nuoret toivat esiin vastauksissaan, että heille on tärkeää luoda profiilin ulkoasusta omannäköinen, jolla on vahva yhteys oman identiteetin luomiseen ja tätä kautta myös itsetuntoon. Toinen syy, jonka nuoret toivat esille kuvien poistamiseen liittyen oli, että kuva ei välttämättä värimaailmaltaan tai tyyliltään sopinut enää heidän ”feediinsä” eli profiilin kuvavirtaan. Vastausten perusteella voidaan siis tulkita, että osa nuorista muovailee omaa ”feediään” poistamalla kuviaan aina silloin tällöin.

Toinen alatutkimusongelma tarkasteli Instagramissa saatavien tykkäysten ja seuraajien määrän merkitystä nuoriin. Nuoria pyydettiin e-lomakkeessa arvioimaan asteikolla 1-10, kuinka tärkeänä he pitävät kuviensa saamien tykkäysten ja tilien seuraajien määrää. Tuloksista voidaan päätellä, että nuoret pitävät kuviensa saamia tykkäyksiä ja tilien seuraajien määrää huomattavan tärkeänä. Enemmistö vastaajista oli arvioinut tykkääjien ja seuraajien määrien merkityksen asteikolla numero kahdeksan. Eräs nuori toi myös esille, että paineet tykkääjistä ja seuraajista on johtanut sovelluksen poistamiseen.

Kolmannen alatutkimusongelman avulla pyrittiin puolestaan kartoittamaan sitä, millaisia tunteita Instagram nuorissa herättää. E-lomakkeessa kysyttiin nuorilta monivalintakysymyksen avulla, ovatko he kokeneet Instagramia selatessaan tiettyjä tunteita. Negatiivista tunteista nuoret olivat kokeneet eniten katetutta Instagramia käyttäessään. Toiseksi yleisin nuorissa herännyt tunne Instagramia selatessa oli surullisuus ja kolmanneksi yleisin riittämättömyys. Nuorille annettiin myös mahdollisuus vastata avoimesti, mitä muita tunteita Instagram heissä herättää. Yleisimmäksi vastaukseksi osoittautui ilo.

Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma oli 15-25 ikävuoden välillä. Selvä enemmistö vastaajista oli 16 –vuotiaita eli 53,49 % vastanneista. Kyselyyn saatiin vastauksia jokaisesta ikäluokasta, mutta selvä vähemmistö kyselyyn vastanneista muodostuu

20-25 –vuotiaista. Näin ollen ei voida tehdä yleistäviä johtopäätöksiä tälle tutkimukselle asetetusta ikäskaalasta, vaan pääpaino tutkimustuloksista koostuu lähinnä 15-18 –vuotiaiden nuorten vastauksista.

Selvä enemmistö vastaajista, lähes puolet, oli ladannut Instagram sovelluksen 11 –vuotiaana tai sitä nuorempana. Tutkimustulokset osoittavat, että kyseinen sovellus ladataan puhelimeen melko nopeasti älypuhelimien hankkimisen jälkeen. Nuoret lataavat siis sovelluksen huomattavan nuorena, kun palvelun käyttöehtojen mukaan sovelluksen käyttäjän tulisi olla vähintään 13 –vuotias.

Vastauksista on nähtävissä yhteys tutkimuksen teoriaosuuteen, joka toimii hyvin tukena kyselyssä saaduille vastauksille. Teoriaosuudessa on käsitelty sosiaalista mediaa, profiililyötä, ihmissuhteiden ja identiteetin yhteyttä someriippuvuuteen, sekä Instagramissa usein vallitsevaa ulkonäkökeskeisyyttä.

Suomalaisen tietokirjailija Ari Haasion (2016) mukaan nuorten sosiaalisessa mediassa hakema hyväksyntä perustuu kuvien ja päivitysten kautta saamaan palautteeseen, joka toimii nuoren itsetuntoa vahvistavana tekijänä. Negatiiviset ja ilkeät kommentit sekä tykkäysten ja kommenttien vähäisyys puolestaan saattaa tuottaa nuorelle pettymystä, mielipahaa sekä huonommuuden tunnetta. Tykkäysten ja kommenttien katsotaan liittyvän hyväksyntään kaveripiirissä. (Haasio 2016, 32-33.) Näin ollen niiden vähyys voi selittää myös riittämättömyyden tunnetta, joka koettiin yleiseksi tunteeksi opinnäytetyön kyselyyn vastanneiden nuorten kesken.

Tutkimuksen teoreettinen osuus itsetunnosta sekä nuoruudesta tukee hyvin vastauksia ja niiden pohjalta tehtyjä tulkintoja. Nuoret ovat tuoneet esiin vastauksissaan sellaisia tekijöitä, joilla on osuutta itsetuntoon. Myös se, millä tavalla ja miksi nuoret käyttävät Instagramia, peilautuu vahvasti itsetuntoteemaan.

10 POHDINTA

Itsetunto-ongelmat ovat nuorten keskuudessa yleisiä. On selvää, että itsetunto-ongelmat eivät kuitenkaan ole yksiselitteisiä, mutta jos nuori kamppailee jo valmiiksi henkisen hyvinvointinsa kanssa, voi Instagramin käyttö pahimmillaan jopa lisätä kielteisiä tuntemuksia itsestä. Opinnäytetyön tavoitteena oli kasvattaa sosiaalialan ammattilaisten, mutta myös vanhempien tietämystä kuvanjakosovellusten vaikutuksista nuorten itsetuntoon. Työn tavoitteena oli myös herättää pohdintaa sosiaalisen median vaikutuksista nykyisen z-sukupolven hyvinvointiin ja mielenterveyteen. Instagramin vaikutuksia tutkimalla pystytään tuomaan esiin tietoa, jota nuorten kanssa työskentelevät voivat hyödyntää omassa työssään. Sosiaalinen media on kasvattanut suosiotaan lyhyessä ajassa huomattavan nopeasti, joten on tärkeää saada myös nuorten kanssa työskentelevät sosiaalialan ammattilaiset tietoisiksi siitä, mikä vaikutus sosiaalisella medialla ja erityisesti Instagramilla on nuoriin. Sen lisäksi, että ammattilaiset ovat tietoisia Instagramin vaikutuksista nuoriin, on tärkeää, että he tuovat tätä tietoa myös nuorten tietoisuuteen.

Opinnäytetyössä aiemmin esitetyt tutkimukset ja niiden tulokset tukevat tässä opinnäytetyössä tehtyjä havaintoja. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys yhdessä tutkimustulosten kanssa tarjoaa mielestämme hyvää tietoa Instagramin vaikutuksista nuoriin ja sen yhteydestä nuorten itsetuntoon. Tätä opinnäytetyötä voidaan hyödyntää nuoria ja heidän vanhempia ohjattaessa sekä keskusteluissa nuorten kanssa. Käytännössä tutkimustuloksia voidaan hyödyntää koulumaailmassa esimerkiksi oppituntien yhteydessä. Aihe on hyvä keskustelunherättäjä, sillä Instagramin käyttö on monelle nuorelle arkipäivää. Opinnäytetyön tulokset hyödyttävät siis niin koulussa työskentelevää henkilöstöä, kuten koulukuraattoreita ja terveydenhoitajia, kuin myös vanhempia sekä muita sosiaalialan ammattilaisia heidän käydessä itsetuntoon liittyviä keskusteluita nuorten kanssa. Koska tiedossa on, että Instagramilla voi olla vaikutuksia itsetuntoon, on nuoria hyvä ohjeistaa sovelluksen käytössä. Se, että aiheesta puhutaan lisää myös nuorten tietoisuutta siitä, että Instagramilla voi olla vaikutuksia itsetuntoon. Tulosten seurauksena sosiaalisen median ja Instagramin pelisääntöjä ja taitoja on erittäin tärkeää opettaa nuorille. Opetus ja ohjeistami-

nen on hyvä tapahtua niin koulussa kuin kotona tai mahdollisesti myös muiden palveluiden piirissä, joita nuori käyttää. Koska vanhemmilla on erityisen merkittävä rooli nuoren some-käyttäytymisessä, myös heidän on tärkeä tietää kuvanjakosovellusten käytöstä, sen ”normeista” ja vaikutuksista.

Tutkimustulokset tukevat Lastensuojelun Keskusliiton toteuttamaa kyselyä (2017), jonka mukaan 74 % kyselyyn vastanneista nuorista kertoi käyttäneensä jotain sosiaalisen median palvelua alle 13 vuotiaana (Kallio & Lavikainen, 2017, 16). Opinäytetyön tutkimustulokset osoittavat, että Instagram –sovellukseen liittyminen tapahtuu jo peruskoulun alaluokilla. Nuoret eivät siis aina noudata annettua ikärajaa tai ole välttämättä edes tietoisia siitä. On myös mahdollista, että ikärajaa kierretään antamalla väärä ikä palveluun rekisteröityessä. Instagram edellyttää siis käyttöehdoissaan 13 vuoden ikää, mutta kyseistä ikärajaa ei ole käyttöehdoissa erityisesti perusteltu. Vastauksista päätellen Instagram houkuttaa nuoria sen vuoksi, että kaiveritkin ovat siellä. Instagramiin liittyminen ”alaikäisenä” kuitenkin altistaa nuoren myös sellaiselle sisällölle, jonka voidaan katsoa olevan epäsopevaa alle 13-vuotiaalle. Alle 13 –vuotiaiden voidaan katsoa olevan myös erityisen alttiita brittitutkimuksen esille tuomille varjopuolille, kuten ahdistukselle, masentuneisuudelle, FOMO –ilmiölle, huonolle unen laadulle sekä kiusaamiselle.

Nuorten vastauksista nousi esiin myös profiilin ulkoasun tärkeys. Internet on pullollaan ohjeita ja vinkkejä siitä, kuinka omasta Instagram-tilistä voidaan saada houkutteleva ja persoonallinen sekä nuorten vastauksia lainaten, omannäköinen. Instagramin käyttäjiä kannustetaan olemaan aktiivisia ja esillä. Tämä tapahtuu seurailemalla ja tykkäilemällä niiden henkilöiden julkaisuja, keitä yritetään tavoittaa seuraamaan myös omaa tiliä. Näin pystytään kasvattamaan oman profiilin yleisöä. (Kangas 2018.) Jatkuva painotus ”omannäköisestä” elämästä kasvattaa oletettavasti nuorten paineita tuottaa omaa profiilia Instagramissa – etenkin, kun puhutaan nuorista, joiden itsetunto on vielä rakennusvaiheessa. 15-25-vuotiaan itsetunto voi olla hyvinkin herkästi haavoittuva. Tukena Kuosmasen (2018) tutkimuksille, monet nuoret toivat vastauksissaan esiin, että jotkut profiilit olivat herättäneet heissä pahaa mieltä. Tuntemus oli syntynyt joidenkin nuorten kohdalla siitä, että seurattun tilin kuvissa oli esiintynyt laihoja ihmisiä tai fitness-urheilua harrastavia henkilöitä.

Muutama nuori toi myös vastauksissaan esiin ”täydellisyyden”, jonka he näkevät kyseisissä Instagram-profiileissa ja -henkilöissä. Pohdimme, ymmärtävätkö nuoret sen, että kenen tahansa profiili ja kuvat saadaan näyttämään hienolta, mutta niiden takana on usein paljon enemmän. Ymmärrämme kuitenkin sen, että Instagram-kuvien kriittinen tulkitseminen ei ole aina ensisijaista kuvia selatessa ja näin ollen kuville sokaistutaan yllättävän helposti, vaikka olisikin tietoinen siitä, kuinka paljon töitä kuvien ja profiilien eteen on tehty. Tietoisuudesta on siis apua, mutta se ei välttämättä estä kyseiselle illuusiolle altistumista.

Nuorten käsitys siitä, mikä on kuvan muokkaamista ja mikä ei, kiinnitti huomiota vastauksia läpikäydessä. Nuoret tuntuivat vastauksissaan vähättelevän kuvan muokkaamista. Kuvan rajauksen, kontrastin, valotuksen säätelyn ja filtteriin käytön koettiin olevan ainoastaan pientä hienosäätöä. Etenkin rajaamalla ja filtteriä käyttämällä kuvasta pystytään tarpeen mukaan joko piilottamaan tai korostamaan haluttuja seikkoja. Ero vähänkin muokatun ja täysin muokkaamattoman kuvan välillä voi olla siis huomattavan suuri. Kun Instagramiin jaetaan yleensä elämän kohokoh-
tia ja onnistuneimpia selfieitä enemmän tai vähemmän kiilloteltuina, jäimmekin pohtimaan, ovatko nuoret vieraantuneet arkitodellisuudesta kuvien takaa. Voisiko muokatut kuvat erottaa muokkaamattomista esimerkiksi jonkinlaisella vesileimalla tai muulla merkinnällä? Näin sosiaalisen median kuvatulvaa selatessaan käyttäjä erottaisi herkemmin eron muokatun ja muokkaamattoman kuvan välillä. Vesilei-
maa voisi kehittää niin, että se olisi sitä vahvempi, mitä muokatumpi kuva on. Vesileima voisi esimerkiksi olla väritykseltään vihreä, kun kuvan valoisuutta, terä-
vyyttä tai muita tehosteita on vähän säädetty. Vesileima voisi vaihtaa väriä kel-
taiseksi, kun kuvaa on näiden lisäksi myös rajattu. Voimakkaasti muokatun kuvan
vesileima voisi puolestaan olla punainen. Kuvaa on yleensä muokattu voimak-
kaasti, kun siihen on esimerkiksi lisätty voimakas filtteri ja kasvojen muotoa tai
yksityiskohtia on tämän lisäksi muokattu tai siloteltu.

Nuorten vastauksissa näkyy myös jonkin verran tietyn standardin omainen käyttäy-
tyminen; jotkut nuoret saattavat huomaamattaan toimia Instagramissa sen mukai-
sesti, mikä monien muiden käyttäjien kohdalla on tyypillistä. Tämä ilmeni vastauk-
sissa enimmäkseen siinä, kun eri nuoret antoivat monen kysymyksen alle samoja

vastauksia. Vastaukset liittyivät nimenomaan kysymyksiin, joissa kartoitettiin nuorten toimintaa Instagramissa – miksi sovellusta käytetään, mitä kuvia sinne jaetaan ja etenkin se, miten niitä jaetaan. Tämä toimintatapa voidaan liittää myös teoriassa esiin tuotuun itsenäisyyteen eli tarkemmin ottaen riippumattomuuteen muiden mielipiteistä, mikä on myös itsetunnon yksi tärkeimmistä rakennuspalikoista. Vastauksia pohtiessa mietimmekin erityisesti sitä, kuinka paljon Instagramissa tapahtuva toiminta rakentuu sen pohjalta, mitä mieltä muut ovat.

Vaikka opinnäytetyön ikäjakaumaksi oltiin rajattu 15-25-vuotiaat nuoret, tulosten seurauksena vastaajien ikä painottui kuitenkin 16 ikävuoteen. Jäimme miettimään kuinka tiedostettuja Instagramin vaikutukset todellisuudessa vastaajille ovat. Olimme kaivanneet lisää tietoa siitä, mikä Instagramin käytössä on todellisuudessa johtanut vastaajien mahdolliseen itsetunnon laskuun. Koska suurin osa vastaajista oli 16-vuotiaita, arviointi Instagramin vaikutuksista omaan itsetuntoon voi olla hankalaa. Nuorten tietoisuutta Instagramin vaikutuksista itsetuntoon liittyen on myös haastavaa arvioida luotettavasti kyselytutkimuksen avulla. Halusimme lisätä tämän kuitenkin tutkimusongelmaksi ja nähdä millaisia asioita nuoret tuovat omatoimisesti vastauksissaan esiin. Jäimme kuitenkin pohtimaan, olisiko tätä kysymystä pitänyt kysyä suoraan nuorilta vai voidaanko nuorten omatoimisesti tuomia vastauksia pitää luotettavampina mittaamaan tietoisuutta Instagramin vaikutuksista. Osa nuorista kertookin vastauksissaan, että Instagramilla on ollut vaikutuksia heidän itsetuntoonsa ja että Instagramissa luodaan tietynlaista illuusiota todellisesta elämästä, mikä puolestaan aiheuttaa paineita. Näin ollen voidaan olettaa, että ainakin vastaajista osa on tietoinen Instagramin vaikutuksista itsetuntoon.

Olisimme toivoneet, että tutkimukseen olisi osallistunut tasaisessa määrin eri ikäisiä nuoria 15-25 ikävuoden väliltä. Oli tietysti oletettavaa, että enemmistö vastaajista muodostui 16-vuotiaista, sillä toteutimme kyselyn Vamian ensimmäisen vuoden opiskelijoille. Uskomme, että vastaukset olisivat olleet monipuolisempia, mikäli vastaajien ikäskala olisi ollut laajempi.

Olisi mielenkiintoista tutkia aihetta nuorten vanhempien näkökulmasta ja kuulla, miten paljon he tietävät lastensa Instagramin käytöstä sekä mahdollisesta vaikutuksesta heihin. Aiheesta olisi mielenkiintoista haastatella myös sosiaalialan ammattilaisia, jotka työskentelevät nuorten parissa. Samantyyppinen kyselytutkimus voitaisiin toteuttaa myös hieman vanhemmalle ikäryhmälle, kuten 25-35 –vuotiaille. Tutkimus voitaisiin toteuttaa myös haastatteluna esimerkiksi sellaisille nuorille, jotka ovat kokeneet Instagramin vaikuttaneen heidän itsetuntoonsa negatiivisesti. Näin voitaisiin saada syvällisempää tietoa siitä, mitä nämä nuoret aiheesta ajattelevat. Olisi mielenkiintoista tietää, miten Instagramin negatiivisia vaikutuksia voisi heidän mielestään mahdollisesti lieventää ja mitä muita ohjeita he antaisivat soveluksen käytölle tai itsetunnon vahvistamiselle.

Jälkeen päin voidaan todeta, että opinnäytetyön etenemistä on hyvin vaikea ennakoita ja määritellä etukäteen. Opinnäytetyön tekeminen toimi hyvänä harjoituksena, sillä sen tekeminen antoi paljon kokemuksia siitä, mitä seuraavalla kerralla tutkimusta tehdessä tekisimme eri tavalla. Näin ollen koemme sen kehittäneen tutkimuksellista kehittämisosaamistamme. Sosiaalisen median ja Instagramin haitta-vaikutukset ovat ajankohtaisia aiheita, joten tutkimuksen voidaan katsoa kehittäneen myös asiakastyön osaamistamme. Opinnäytetyömme mahdollistaa aiheen soveltamisen asiakastyössä ja nuorten tukemisen sekä ohjaamisen sosiaalisen median käytössä.

Koemme kehittyneemme tutkimuksen tekemisessä ja saaneemme paljon perustietoa tutkimuksen eri vaiheista ja toteutuksesta. Siihen nähden, että kyseessä oli ensimmäinen tutkimuksemme, onnistuimme toteutuksessa varsin hyvin. Jos aloittaisimme työn nyt alusta, tekisimme monia asioita kuitenkin eri tavalla etenkin aikataulutukseen ja kysymysten muotoiluun liittyen. Kyselylomaketta laatiessamme pyrimme muotoilemaan kysymykset mahdollisimman neutraalisti, mutta jäimme pohtimaan, onnistuimmeko tässä riittävän hyvin. Jälkeenpäin ajateltuna huomasimme, että tämä olisi ehkä tarvinnut vieläkin enemmän panostusta ja tarkkaavaisuutta.

Omasimme hyvän tietoperustan aiheeseen liittyen, joka antoi hyvät lähtökohdat tutkimuksen tekemiselle. Tutkimuksen teoriaosuuden laatiminen vahvisti osaamistamme entisestään, joten koemme omaavamme hyvän ammatillisen tietämyksen sosiaalisen median ja Instagramin erilaisista vaikutuksista sekä kykenemme lähestymään aihetta eri näkökulmista.

Instagramin haittavaikutuksista on tärkeä puhua, vaikkakin sovelluksella on myös myönteiset puolensa. Instagramin yhteys itsetuntoon on mielestämme aiheena hyvin tärkeä. Sillä, että Instagramin vaikutuksia tutkitaan ja niistä puhutaan, voi olla jo todella suuri merkitys nuorelle, joka painii itsetunnon ja muiden henkisten ongelmien kanssa. Sosiaalisen median ja tarkemmin rajattuna Instagramin vaikutuksia nuorten mielenterveydelle onkin herätty tutkimaan enenevässä määrin. Samankaltaiset tutkimukset vahvistavat tuloksiaan entisestään ja näin ollen tekevät tuloksista myös luotettavampia. Sosiaalisen median kehittyessä siihen liittyviä tutkimuksia tarvitaan koko ajan yhä enemmän. Ilmiö on kuitenkin vielä suhteellisen uusi ja sen vaikutuksista pidemmällä aikavälillä ei vielä tiedetä.

LÄHTEET

BBC 2017. Health. Instagram 'worst for young mental health'. Viitattu 1.5.2018. <http://www.bbc.com/news/health-39955295>

Ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2016. Suomessa asuvien 13-29 –vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Viitattu 19.5.2018. <https://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/>

Erikson, E-H. 1982. Lapsuus ja yhteiskunta. Jyväskylä. Gummerus.

Haasio, A. 2016. Koukussa nettiin. Lapset, nuoret ja verkon vaarat. Viro. Avain.

Helsingin uutiset 2018. Tutkimus: Nuoret somessa jopa 8 tuntia päivässä – Facebook kiinnostaa edelleen. Viitattu 16.9.2018. <https://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/596895-tutkimus-nuoret-somessa-jopa-8-tuntia-paivassa-facebook-kiinnostaa-edelleen>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2014. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.

Honkanen, A. 2013. ”Kuvat toimivat paremmin itseilmaisussa kuin sanat”. Savon sanomat. Viitattu 18.12.2018. <https://www.savonsanomat.fi/kotimaa/Kuvat-toimivat-paremmiin-itseilmaisussa-kuin-sanat/436293>

Honkonen, K. & Rongas, A. 2016. Mikä ihmeen sosiaalinen media? Viitattu 20.5.2018. https://www.edu.fi/materiaaleja_ja_tyotapoja/tvt_opetuksessa/mika_ihmeen_sosiaalinen_media

Hämäläinen, V-P., Partanen, S., Tebest, T. & Pietarinen, E. 2015. Hei hei Facebook! Tällaisen sosiaalisen median nuoret saivat tilalle. Yle. Viitattu 7.12.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-8304451>

Instagram 2018. Käyttöehdot. Viitattu 20.5.2018. <https://help.instagram.com/478745558852511#>

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja –sarja. Jyväskylä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kallio, R. & Lavikainen, V. 2017. Nuoret verkossa. Raportti nuorille suunnatun kyselyn vastauksista. Lastensuojelun Keskusliiton verkkojulkaisu 3/2017. Lastensuojelun Keskusliitto. Viitattu 19.12.2018. https://www.lskl.fi/materiaali/woocomerce_uploadslastensuojelun-keskusliitto/LSKL_DigiSelvitys_0377.pdf

Kangas, A. 2018. Instagram – mitä siellä oikeasti kannattaa tehdä? Nettikaks. Viitattu 19.12.2018. <https://nettikaks.fi/uutiset/anniina-kangas/instagram-mita-siella-oikeasti-kannattaa-tehda/>

- Keltikangas-Järvinen, L. 2005. Hyvä itsetunto. Helsinki. WSOY.
- Keltikangas, L. 2010. Tunne itsesi, suomalainen. Juva. WSOY.
- Koskinen, P. 2012. Facebook ostaa Instagramin miljardilla eurolla. Viitattu 20.5.2018. <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/facebook-ostaa-instagramin-miljardilla-dollarilla/Jn63PDMP>
- Kuosmanen, M. 2018. Sosiaalisen median vaikutukset itsetuntoon. Nuorten kokemuksia aiheesta. Pro gradu -tutkielma. Itä-Suomen yliopisto. Kasvatustiede. Viitattu 19.12.2018. http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20180627/urn_nbn_fi_uef-20180627.pdf
- Kuula-Luumi, A. 2014. Alaikäisiin kohdistuvan tutkimuksen etiikka –seminaari 11.11.2014. Tutkimuseettinen neuvottelukunta. Helsinki. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 12.10.2018. <http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/media/Kuula-Luumi.pdf>
- Lagström, H., Pösö, T., Niina, R., Vehkalahti, K. (toim.) 2010. Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Helsinki. Nuorisotutkimusseura ry.
- Markkinointi & Mainonta 2017. Instagramin käyttäjien ja mainostajien määrä paisuu. Viitattu 17.7.2018. <https://www.marmai.fi/uutiset/instagramin-kayttajien-ja-mainostajien-maara-paisuu-6678923>
- Mielenterveystalo 2018. Toivo – kriisistä selviytymisen oma-apuohjelma nuorille. Minäkuva ja vaikea elämäntilanne. Viitattu 15.5.2018. https://www.mielenterveystalo.fi/nuoret/itsearviointi_omaapu/oma-apu/toivo/Pages/osio_7.aspx
- Mustonen, A. 2001. Mediapsykologia. Helsinki. WSOY.
- Nevasalmi, K. 2018. Oletko lapsesi Instagram-seuraaja? Seuraat todennäköisesti ”edustustiliä” – nuoret jakavat nolot kuvat salaisella kakkostilillä. Yle. Viitattu 14.12.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-10085489>
- Nieminen, P. 2018. Suvi Uski: Olemme niin uuden teknologian huumassa, että olemme jälkijunassa someriippuvuuden käsittelyssä. Viitattu 5.10.2018. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/04/05/suvi-uski-olemme-niin-uuden-teknologian-huumassa-etta-olemme-jalkijunassa>
- Nurmi, J-E., Ahonen, T., Lyytinen, H., Lyytinen P., Pulkkinen, L. & Ruoppila I. 2014. Ihmisen psykologinen kehitys. Jyväskylä. PS-kustannus.
- Pesonen, P. 2013. Sosiaalisen median lait. Viro. Kauppakamari.
- Piironen-Malmi, U. & Strömberg, S. 2008. Välittämisen pedagogiikka. Keuruu. Tammi.
- Roivainen, I. 2018. Vähän tutkittu Z-sukupolvi on joukko sosiaalisen median natiiveja, jotka eivät tiedä mitään elämästä ennen Facebookia. Kaleva. Viitattu

1.5.2018. <https://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/vahan-tutkittu-z-sukupuoli-on-joukko-sosiaalisen-median-natiiveja-jotka-eivat-tieda-mitaan-elamasta-ennen-facebookia/787403/>

Royal Society Of Public Health 2018. #StatusOfMind. Social media and young people's mental health and wellbeing. Viitattu 1.5.2018. <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

Suomen Mielenterveysseura 2010. Ihan mieletön – kampanjan kysely: Ulkonäkö vaikuttaa nuorten naisten onnellisuuteen. Viitattu 15.5.2018. <https://www.mielenterveysseura.fi/fi/ihan-mieleton-kampanjan-kysely-ulkonako-vaikuttaa-nuorten-naisten-onnellisuuteen>

Tilastokeskus 2017. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Verkkojulkaisu. Internetin käytön yleisyys, useus ja yleisimmät käyttötarkoitukset. Helsinki. Tilastokeskus. Viitattu 5.6.2018. http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_001_fi.html

Stenhammar, M. 2017. #Minä ja Instagram. Identiteetti ja profiilityö nuorilla sosiaalisen median käyttäjillä. Pro gradu -tutkielma. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta.

Tampereen Yliopisto. Viitattu 10.5.2018. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/101230/GRADU-1495794390.pdf?sequence=1>

Takkinen, N. 2018. Eikö teini suostu sulkemaan älylaitetta ennen nukkumaanmenoa? Syynä voi olla FOMO. Yle. Viitattu 12.12.2018. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/01/16/eiko-teini-suostu-sulkemaan-alylaitetta-ennen-nukkumaanmenoa-syyna-voi-olla>

Talouselämä 2017. Brittitutkijat arvioivat somepalvelut, haitallisin on Instagram. Viitattu 1.5.2018. <https://www.talouselama.fi/uutiset/brittitutkijat-arvioivat-somepalvelut-haitallisin-on-instagram/9b2f36d9-d1e5-3ad8-8452-35144203f056>

Toivio, T. & Nordling, E. 2013. Mielenterveyden psykologia. Porvoo. Edita.

Tuomi, J. & Sarajarvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Vantaa. Tammi.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Hyvä tieteellinen käytäntö. Viitattu 16.3.2019

Uski, S. 2015. Profile work for authenticity: Self-presentation in social network services. Väitöskirja. Helsingin yliopisto, valtiotieteellinen tiedekunta. Viitattu 19.5.2018. <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/157971/profilew.pdf?sequence=1>

Uski, S. 2016. Someriippuvuus. Päihdelinkki. Viitattu 5.10.2018. <https://www.paihdelinkki.fi/fi/tietopankki/tietoiskut/toiminnalliset-riippuvuudet/someriippuvuus>

Yrittäjät 2018. Suomen somekäyttäjien määrät julki: Twitter on ”elitistinen”, Instagram ja Whatsapp nousevat kohisten. Viitattu 17.7.2018. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/562158-suomen-somekayttajien-maarat-julki-twitter-elitistinen-instagram-ja-whatsapp-nousevat>

Vamia 2018. Vamia – työelämää varten. Viitattu 24.7.2018. <http://vamia.fi/vamia/>

Veneri 2014. Identiteetti, minäkuva ja itsetunto. Minäkuva. Viitattu 10.5.2018. <http://veneri.net/yleis/identiteetti-minakuva-ja-itsetunto>

Viestintäliiga 2017. Nuorten sometutkimus 2017. Viitattu 16.9.2018. <http://viestintaliiga.fi/wp-content/uploads/2017/12/sometutkimus2017.pdf>

Nuortenlinkki 2017. Itsetunto. Viitattu 1.10.2018. <https://nuortenlinkki.fi/tietopiste/tietoartikkelit/mielenterveys/itsetunto>

LIITE 1



Hei!

Olemme kaksi sosionomiopiskelijää Vaasan ammattikorkeakoulusta. Teemme opinnäytetyön yhdessä ja tutkimme Instagramin vaikutuksia nuorten itsetuntoon. Tutkimuksemme tarkoituksena on selvittää, millaisia vaikutuksia Instagramilla on nuorten itsetuntoon sekä miten tiedostettuja nämä vaikutukset nuorille itselleen ovat. Työ pohjautuu aiemmin tutkituun tietoon Instagramin haittavaikutuksista. Kohderyhmämme ovat 15-25-vuotiaat Vamian opiskelijat.

Kohderyhmäksi valitsimme aikuistumisen kynnyksellä olevan ikäryhmän ja näin toivomme saavamme tutkimukseen mukaan erilaisia kokemuksia Instagramin käytöstä. Olemme saaneet luvan tämän tutkimuksen toteuttamiseen Vamian rehtorilta Åsa Stenbackalta.

Toteutamme opinnäytetyön aineistonkeruun sähköisen kyselylomakkeen avulla. Pyydämme sinua ystävällisesti vastaamaan oheisiin kysymyksiin, jotka liittyvät kokemuksiin Instagramista, sen käytöstä ja vaikutuksista. Osallistuminen tutkimukseen on vapaaehtoista, mutta arvostamme kuitenkin jokaista vastausta. Vastaukset tullaan käsittelemään nimettöminä ja niitä käytetään ainoastaan tähän tutkimukseen. Valmis opinnäytetyö esitetään Vaasan ammattikorkeakoulussa ja se julkaistaan myös Theseus –tietokannassa.

Kyselylomakkeessa on yhteensä 19 kysymystä, joista 13 on avointa kysymystä ja 6 monivalintakysymystä. Kyselyyn pääset alla olevasta linkistä ja siihen vastaaminen vie noin 15-20 minuuttia.

Toivomme, että vastaatte kysymyksiin rehellisesti, vastauksenne ovat erittäin tärkeitä. Kiitos ajastasi!

Linkki kyselyyn: <https://e-lomake.puv.fi/elomake/lomakkeet/7418/lomake.html>

Ystävällisin terveisin, Aleksandra Hyyriö & Veera Riihimäki

Mikäli sinulla on kysymyksiä opinnäytetyöstämme, voit olla yhteydessä Vaasan ammattikorkeakoulun ohjaajaamme:

Lehtori Heidi Blom
Sosiaali- ja terveystieteiden
Wolfintie 27-31 (Alere)

65200 Vaasa
Puh 020 7663 348
heidi.blom@vamk.fi

LIITE 2



Tiedote vanhemmille/huoltajille

Hei vanhemmat!

Olemme kaksi sosionomiopiskelijää Vaasan Ammattikorkeakoulusta ja teemme opinnäytetyötä liittyen Instagramin vaikutuksesta nuorten itsetuntoon. Olemme laatineet sähköisen kyselylomakkeen, johon keräämme vastauksia 15-25-vuotiailta Vamian nuorilta.

Tarkoituksenamme on selvittää, millaisia vaikutuksia Instagramilla on nuorten itsetuntoon sekä miten tiedostettuja nämä vaikutukset nuorille itselleen ovat. Työ pohjautuu aiemmin tutkittuun tietoon Instagramin haittavaikutuksista.

Nuorene on osallistunut sähköiseen kyselyyn koskien opinnäytetyötämme. Kyselyyn osallistuminen on ollut nuorelle vapaaehtoista ja vastaukset tullaan käsittelemään nimettöminä. Vastauksia käytetään ainoastaan tähän tutkimukseen. Valmis opinnäytetyö esitetään Vaasan ammattikorkeakoulussa ja se julkaistaan myös Theseus –tietokannassa.

Ystävällisin terveisin, Aleksandra Hyyriö & Veera Riihimäki

Mikäli sinulla on kysymyksiä opinnäytetyöstämme, voit olla yhteydessä Vaasan ammattikorkeakoulun ohjaajaamme:

Lehtori Heidi Blom
Sosiaali- ja terveysala
Wolffintie 27-31 (Alere)
65200 Vaasa
Puh 020 7663 348
heidi.blom@vamk.fi

LIITE 3

Instagram & Itsetunto

Itsetunto on itsensä arvostamisesta. Olenko minä hyvä, arvokas, hyväksytty ja riittävä? Itsetunto yhdistää käsityksen itsestämme siihen millainen minä olen, millainen olisi tavoiteltava minä tai millainen haluaisin olla?

Itsetuntoa määrittelee se, kuinka lähellä todellinen ja koettu minä on sitä, jollaiseksi haluaisimme tulla. Mitä lähempänä todellinen ja tavoiteltava minä ovat toisiaan, sitä parempi itsetunto.

Hyvä ja terve itsetunto perustuu realistiseen minäkuvaan. Ei tarvitse olla mitään suurta tai erikoista – se mitä olen, riittää.

Lähde: Nuortenlinkki 2018

Kysely

1. Oma ikäsi:
2. Onko tilisi
3. Arvioi, kuinka monta tuntia päivässä käytät Instagramia
4. Minkä ikäisenä olet saanut/ostanut älypuhelimien?
5. Koska latsit Instagram-sovelluksen?
6. Miksi sinulla on Instagram-tili?
7. Millaisia kuvia jaat Instagram-tilillesi?
8. Muokkaatko Instagramiin lataamiasi kuvia? Jos muokkaat niin miten ja miksi?
9. Pyritkö tietoisesti luomaan profiiliisi tietynlaista ulkoasua ("feediä")? Jos vastasit kyllä, kertoisitko miten?

10. Millaisia tilejä seuraat Instagramissa? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Ruokaan liittyviä tilejä
- Muotiin ja pukeutumiseen liittyviä tilejä
- Fitness/urheiluun liittyviä tilejä
- Sisustukseen liittyviä tilejä
- Julkisuuden henkilöitä
- Taiteeseen liittyviä tilejä
- Ystävien/tuttavien tilejä

11. Oletko joskus lopettanut seuraamista jotain tiliä Instagramissa sen vuoksi, että se aiheutti sinulle negatiivisia tunteita? Jos olet, kertoisitko tarkemmin miksi lopetit tilin seuraamisen?

12. Oletko joskus poistanut jakamiasi kuvia tilitäsi jälkepäin? Jos olet, niin miksi?

13. Oletko joskus poistanut tai harkinnut poistavasi Instagram – sovelluksen puhelimestasi? Miksi?

14. Asteikolla 1-10, kuinka tärkeänä pidät kuviesi saamia tykkäyksiä tai tilisi seuraajien määrää?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

15. Oletko itse kokenut tai tiedätkö jonkun, joka on kokenut kiusaamista Instagramissa? Jos olet, kertoisitko kokemuksestasi?

16. Muuttaisitko itsessäsi jotain, jos se olisi mahdollista? Jos muuttaisit, niin mitä?

17. Aiheuttaako sosiaalinen media sinulle painetta? Jos aiheuttaa, niin millaisia?

18. Onko sinulla joskus herännyt seuraavankaltaisia tunteita Instagramia selatessasi? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Masennus Riittämättömyys
 Ahdistus Stressi
 Yksinäisyys Surullisuus
 Kateus

Muu tunne?

Tietojen lähetys

Tallenna

Kiitos ajastasi!