

[www.humak.fi](http://www.humak.fi)

# Opinnäytetyö

## TikTok, nuoret ja nuorisotyö

Nuorisotyön mahdollisuuksia ja nuorten ajatuksia hittisovelluksesta

*Miro Ruismäki*

**Yhteisöpedagogi  
(210 op)**

**Arvioitavaksi jättämisaika  
(11/2020)**



**HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU**

# TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu  
Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma

---

Tekijät: Miro Ruismäki  
Opinnäytetyön nimi: TikTok, nuoret ja nuorisotyö.  
Nuorisotyön mahdollisuuksia ja nuorten ajatuksia hittisovelluksesta  
Sivumäärä: 57 ja 12 liitesivua  
Työn ohjaaja(t): Maarit Honkonen-Seppälä ja Anu Utter  
Työn tilaaja(t): Jyväskylän nuorisopalvelut

---

Sosiaalinen media on osa jokapäiväistä elämäämme ja sen sovellukset muokkaavat arkipäiväistä käyttäytymistämme. Vuonna 2020 kiinalainen lyhytvideosovellus TikTok oli yksi maailman ladatuimmista sovelluksista. Se saavutti suuren suosion erityisesti nuorten keskuudessa. Sain kuulla nuorilta itseltään, kuinka TikTok on heidän keskuudessa käytetty sovellus ja näin ollen päätin valita sen opinnäytetyöni aiheeksi. Lähdin perehtymään sovellukseen eri uutisten, artikkeleiden ja tutkimusten perusteella sekä otin sovelluksen itse käyttöön, jotta ymmärtäisin sen kulttuuria paremmin. Tämä opinnäytetyö on selvitys nuorten TikTokin käytöstä sekä nuorisotyön mahdollisuuksista sovelluksessa. Työni tilaajana toimii Jyväskylän nuorisopalvelut.

Opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivisia että kvantitatiivisia menetelmiä. Työssä luotiin Webropol -kysely nuorille, johon vastaaminen tapahtui Seinäjoen seurakunnan rippileireillä, joissa olin itse töissä. Samoilla leireillä toteutui myös havainnointi. Tarkoituksena oli selvittää, mikä nuoria kiehtoo TikTokissa, onko nuorisotyöllä paikkaa TikTokissa, sekä voiko nuorisotyöllisiä tavoitteita saavuttaa sovelluksessa. Toinen Webropol -kysely luotiin nuorisotyöntekijöille, jotta kuultaisiin myös heidän ajatuksia sovelluksesta ja siihen liittymisestä. Työn teoria perustuu sosiaaliseen mediaan sekä TikTokiin kokonaisvaltaisesti niin, että huomioon on otettu hyviä sekä huonoja puolia. Asioita on tarkasteltu kriittisesti sekä aiheeseen liittyvät käsitteet on selitetty tarkasti. Myös mediakasvatuksen ja digitaalisen nuorisotyön piirteet on otettu huomioon.

Tuloksista selvisi, että neljä viidestä nuoresta käyttää TikTokia. Sovellusta käytetään puolesta tunnista kahteen tuntiin päivässä ja tytöt käyttävät sitä enemmän kuin pojat. Nuoret käyttävät TikTokia lähinnä hauskojen videoiden katseluun ja se on heille nopea, rentouttava sekä helppo ajanviete. Sovelluksessa on kohdattu myös opettavaista sisältöä ja sieltä on opittu erilaisia asioita. TikTokin käyttäminen on nuorilla itsellä hallinnassa, eivätkä he tämän opinnäytetyön tuloksien perusteella kaipaa sovellukseen nuorisotoimijoita.

TikTok on mahdollinen nuorisotyön väline, mikäli kiinnitetään huomiota sinne julkaistavaan sisältöön ja opetellaan sovelluksen käyttö kunnolla. Palvelua luodessa on tärkeää kuulla nuorilta oma mielipide sekä toimintaa on arvioitava koko ajan sen parhaan laadun saavuttamiseksi. Nuorisotoimijoiden sisällön tulee olla faktatietoa sekä heidän omaan ammattialaan liittyvää sisältöä. TikTokissa tapahtuva nuorisotyö ei voi viedä aikaa kasvotusten tapahtuvalta nuorisotyöltä vaan toimia sen tukena.

Työlle luomani tavoitteet täyttyivät tarkoituksenmukaisesti ja vastaukset tutkimuskysymyksiin löytyivät käyttämäni menetelmien avulla. Jokaiseen tutkimuskysymykseen sain laajan vastauksen, joka kertoo niiden oikeanlaisesta asettelusta. Työn haasteita olivat aiheen ajankohtaisuus sekä aiempien tutkimuksien niukkuus.

---

Asiasanat: sosiaalinen media, nuorisotyö, mediakasvatus, verkkonuorisotyö

## ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences  
Degree Programme in Civic Activities and Youth Work

---

Author: Miro Ruismäki

Title: TikTok, youth and youth work. Possibilities of youth work and thoughts from the youth about the popular application

Number of Pages: 57 and 12 attachment pages

Supervisor(s): Maarit Honkonen-Seppälä ja Anu Utter

Subscriber(s): Jyväskylä youth services

---

Social media is part of our daily lives, and its applications change our everyday behaviour. In 2020 Chinese short-video application called TikTok was one of the world's most downloaded apps. It gained huge popularity especially amongst teenagers. Youth themselves told me that TikTok is the most popular application amongst them, and thus I decided to choose it as a topic of my thesis. I studied the application using news, articles and other researches and also downloaded the application by myself so that I would understand more of its culture. This thesis is a report about the use of TikTok amongst the youth and youth workers' possibilities in the application. The subscriber of this thesis is Jyväskylä's youth services.

Qualitative and quantitative methods were used in this thesis. In this thesis, Webropol survey was created for youth and the answering happened at the Seinäjoki parish confirmation camps where I was working for summer. The observation was executed in the same camps. The purpose was to examine what intrigues the youth about TikTok, does youth work have a place in TikTok and can you reach youth work objectives in the application. Another Webropol survey was created for youth workers to hear their thoughts about the application and about joining in it. Theory of the work is based comprehensively on social media and TikTok so that the pros and cons are taken into account. Facts are examined critically and the terms that are related to the topic are explained in detail. Also the traits of the media education and digital youth work are taken into account.

The results showed that four out of five young persons uses TikTok. Application is used from 30 minutes to two hours in a day and girls use it more than boys. Youth uses TikTok mostly to watch funny videos and it is a fast, relaxing and easy way of spending time for them. Educational content has been faced in the application and many different things have been learned from the application. Youth knows how to use TikTok and based on the results of this thesis they don't want the youth workers in the application on the basis of res.

TikTok is a possible tool of youth work if one pays attention to the published content and learns the use of application properly. When creating the service, it is essential to hear the youth's opinion, and the activity must be evaluated all the time to reach the best quality. The content of youth workers has to be fact knowledge and content from their professional field. Youth work that happens on TikTok can't take time off from face-to-face youth work but instead support it.

The objectives that I set for this thesis were fulfilled appropriately, and the methods that I used gave me the answers to the research questions. I got a comprehensive answer to every research question which tells about the suitable formulation of the questions. Challenges of this work were topicality of the topic and lack of the former researches.

---

Keywords: social media, youth work, media education, online youth work

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

|     |                                                                               |    |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1   | JOHDANTO .....                                                                | 6  |
| 2   | TILAAJA, AIHEEN VALINTA JA TYÖN TARVE .....                                   | 8  |
| 2.1 | Jyväskylän nuorisopalvelut .....                                              | 8  |
| 2.2 | Aiheen valinta .....                                                          | 10 |
| 2.3 | Työn tarve .....                                                              | 11 |
| 3   | TIETOPERUSTA.....                                                             | 12 |
| 3.1 | Sosiaalinen media .....                                                       | 12 |
| 3.2 | Sosiaalinen media ja nuoret .....                                             | 14 |
| 3.3 | TikTok.....                                                                   | 16 |
| 3.4 | TikTokin historia.....                                                        | 17 |
| 3.5 | TikTokin vaikuttavuus.....                                                    | 18 |
| 3.6 | TikTok nuorisotyössä .....                                                    | 20 |
| 3.7 | Mediakasvatus ja digitaalinen nuorisotyö .....                                | 22 |
| 4   | KEHITTÄMISTYÖ .....                                                           | 25 |
| 4.1 | Menetelmät .....                                                              | 25 |
| 4.2 | Kyselyn laatiminen, testaus ja toteutus .....                                 | 26 |
| 4.3 | Havainnoinnin toteutus .....                                                  | 28 |
| 4.4 | Erytispiirteitä havainnoinnista.....                                          | 28 |
| 4.5 | Lisäkysely nuorisotyöntekijöille .....                                        | 29 |
| 4.6 | Tutkimusetiikka .....                                                         | 29 |
| 4.7 | Validiteetti ja reliabiliteetti.....                                          | 29 |
| 5   | TULOKSET .....                                                                | 32 |
| 5.1 | Puoli tuntia päivässä hyvää ajanvietettä, joka on täynnä iloa ja naurua ..... | 33 |
| 5.2 | ”Siellä on hauskoja videoita ja ikinä ei tule tylsää hetkeä” .....            | 36 |
| 5.3 | Vihakommenteja, addiktiota ja riittämättömyyttä .....                         | 37 |
| 5.4 | TikTok on hallussa .....                                                      | 39 |
| 5.5 | Noin puolet ovat säästyneet ikäviltä asioilta.....                            | 41 |
| 5.6 | Nuorisotahojen sisältö ei kiinnosta .....                                     | 43 |
| 5.7 | Mitä sisältöä TikTokiin halutaan? .....                                       | 45 |
| 5.8 | Nuorisotyöntekijöiden ajatuksia TikTokista .....                              | 48 |

|     |                                                             |    |
|-----|-------------------------------------------------------------|----|
| 6   | JOHTOPÄÄTÖKSET .....                                        | 49 |
| 6.1 | Paluu tutkimuskysymyksiin .....                             | 49 |
| 7   | POHDINTA.....                                               | 52 |
| 7.1 | Huomioita ja ehdotuksia nuorisotoimijoille TikTokista ..... | 52 |
| 7.2 | Itsearviointi.....                                          | 54 |
| 7.3 | Jatkotutkimusaiheet.....                                    | 55 |
| 7.4 | Työn merkitys nuorisoalalle .....                           | 56 |
|     | LÄHTEET.....                                                | 58 |
|     | LIITTEET .....                                              | 64 |

## 1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on vakiinnuttanut paikkansa koko maailmassa. Sitä käytetään ympäri maailman ja sen vaikutukset näkyvät useissa eri paikoissa. Erilaiset sovellukset löytyvät ihmisten puhelimista ja käytämme aikaa niiden selaamiseen päivittäin. Sosiaalinen media helpottaa yhteyden pitämistä ihmisiin ja sen eri alustat luovat työpaikkoja sisällöntuottajille sekä teknologia- ja media-alalle ylipäätään. Nykypäivänä me emme enää ”mene nettiin” vaan me ”olemme netissä” koko ajan. Vain harvat ihmisistä eivät ole sosiaalisessa mediassa millään tapaa.

Nuoret ovat sosiaalisen median käytön ammattilaisia ja ottavat uudet sovellukset haltuun useimmiten ensimmäisenä. Nuoret myös käyttävät sosiaalista mediaa lähtökohteisesti enemmän kuin vanhemmat. Nuorisotyön on hyvä olla siellä, missä nuorikin on. Nuorisotyön täytyy olla sosiaalisessa mediassa, sillä siellä on myös nuoret. Vuosien varrella on syntynyt uusia nuorisotyön muotoja. Esimerkiksi mediakasvatus sekä digitaalinen nuorisotyö ovat uusia nuorisotyön toimintatapoja. Molemmat käsitteet liittyvät sosiaaliseen mediaan sekä yleisesti internetin ja teknologisten laitteiden käyttöön, soveltamiseen ja hyödyntämiseen nuorisotyössä. Sosiaalisesta mediasta on tullut osa nuorisotyön työnkuvaa ja sen käytön hallitseminen on olennainen osa tämän päivän nuorisotyötä.

TikTok on uusi nuorten keskuudessa suosioon noussut lyhyiden videoiden jakamiseen tarkoitettu sovellus. Käytän tässä opinnäytetyössä sanaa lyhytvideosovellus, sillä vakiintunutta termiä ei ole vielä olemassa. Sen käyttäjämäärät ovat nousseet runsaasti vuoden 2020 aikana. Latauskerrat ovat päihittäneet jopa Facebookin ja WhatsAppin (Briskman 2020.) Sovelluksen olennaisena osana on musiikki, tanssiminen, hauskat videot sekä erilaiset haasteet ja pilat. TikTok on luonut uusia julkisuuden henkilöitä, joita nuoret fanittavat. Nuoret seuraavat kuumeisesti TikTokin trendejä sekä musiikkia ja tätä kautta TikTok vaikuttaa nuorten arkielämään. Sen vaikutukset näkyvät ympäri maailmaa yksittäisistä kodeista Donald Trumpin vaalitulaisuuksiin (esim. Parkkinen 2020, 27). Sovellus voi tehdä kestä tahansa julkisuuden henkilön lyhyessä ajassa. Oltuaan sovelluksessa hiukan alle vuoden amerikkalainen tyttö Charli D’amelio ehti kerätä kymmeniä miljoonia seuraajia ja esiintyi amerikkalaisen jalkapallon suurtahtuman SuperBowlin mainoksessa (Andrews 2020). Olen huomannut, että tuon nimen

tunnistaa miltei jokainen nuori. Samanlaisia tähtiä on nousussa myös Suomessa ja erilaisissa talkshow’issa on ollut vieraana tähtiä TikTokista. Sovellus luo aivan omaa kulttuuriaan, joka on nimenomaan nuorten ja nuorille suunnattu.

Tämä opinnäytetyö toimii ikään kuin pioneiritutkimuksena liittyen TikTokiin, nuoriin sekä nuorisotyöhön. Uusi sovellus nousi räjähdysmäisesti latauslistojen kärkeen, ja siitä ei ollut aiemmin tutkittavaa tietoa saatavilla. Tässä työssä käyn läpi nuorten ajatuksia TikTokista, miten ja miksi he käyttävät sovellusta, sekä sen vaikutuksia nuorten elämään. Paneudun myös nuorisotyön rooliin sovelluksessa ja selvitän minkälaista sisältöä nuorisotyön kannattaa lähteä tekemään TikTokiin. Käyn läpi myös nuorten ajatuksia sekä ehdotuksia siitä, haluavatko he nuorisotoimijoiden liittyvän TikTokiin. Työn tutkimusmenetelminä on käytetty kyselytutkimusta sekä havainnointia.

Työn tarkoituksena on antaa kattava katsaus aiheeseen liittyen ja auttaa nuorisotoimijoita ymmärtämään nuorten TikTokin käyttöä paremmin. Nuorisotoimijoiden ottaessa käyttöön uusia palveluita on merkittävää ottaa huomioon nuorten kuuleminen. Tämä työ on toteutus siitä. Tämän opinnäytetyön avulla eri nuorisotoimijat saavat ajankoh- taista ja olennaista tietoa suoraan nuorilta liittyen TikTokin käyttöön. Työ on tarkoi- tettu luettavaksi kaikille nuorten kanssa työskenteleville sekä erityisesti heille, jotka ovat miettineet TikTokin perustamista omassa organisaatiossaan.

Työn alussa kerron opinnäytetyön tilaajastani sekä käyn läpi aiheen valinnan prosessia ja työn tarpeellisuutta. Sen jälkeen siirryn tietoperustan avaamiseen, joka käsittelee sosiaalista mediaa sekä TikTokia. Tietoperustasta siirryn tutkimusmenetelmien esitte- lyyn ja paneudun tutkimusetiikkaan. Menetelmien läpikäynnin jälkeen kerron työn toistettavuudesta ja luotettavuudesta. Näistä siirryn tuloksiin, joista jatkan johtopää- töksiin. Lopuksi teen ehdotuksia nuorisotoimijoille sekä arvioin työtä kokonaisuutena. Viimeisenä kerron työn merkityksestä alalle.

## 2 TILAAJA, AIHEEN VALINTA JA TYÖN TARVE

Seuraavassa luvussa kerron työni tilaajan toiminnasta sekä tilaajan eri osa-alueista. Käyn läpi mitkä ovat olleet työn lähtökohdat ja tarve. Kerron myös työn ajankohtaisuudesta ja paneudun aiheenvalinnan prosessiin.

### 2.1 Jyväskylän nuorisopalvelut

Nuorisolain (1285/2016, 8§) mukaan nuorisotyö kuuluu kunnan tehtäviin ja kunnan täytyy luoda edellytyksiä nuorisotyölle, järjestää nuorille suunnattuja palveluita ja tiloja sekä tukea nuorten kansalaistoimintaa.

Työni tilaajana toimii Jyväskylän nuorisopalvelut ja siellä työskentelevä diginuorisotyöntekijä Panu Räsänen. Jyväskylän nuorisopalvelut on Jyväskylän kaupungin ylläpitämä palvelu, joka vastaa nuorisotyöstä Jyväskylän alueella. Heidän toimialaansa kuuluvat alueellinen nuorisotyö, erityisnuorisotyö, työpajatoiminta sekä yhteiset palvelut, joihin kuuluu esimerkiksi media- ja osallisuuskasvatus ja digitaalinen nuorisotyö. (Jyväskylän kaupunki 2020a.)

Jyväskylän kunnan nuorisotyön historia alkaa vuodesta 1945 kun opetusministeriön lähettämässä kirjeessä todettiin, että huonokäyttöisyys, alkoholijuomien käyttö sekä nuorisorikollisuus olivat kasvussa ja täten yhteiskunnan voimavarat täytyy keskittää nuorisoa tukeviin toimintoihin. Näin vuoden 1946 aikana Jyväskylään, kuten 150 muuhunkin kuntaan Suomessa, perustettiin kaupungin oma nuorisotyölautakunta. Lautakunnan tavoitteisiin kuului leirialueen perustaminen, kokous- ja juhlatilojen hankkiminen sekä nuoriso-ohjaajan palkkaaminen. Lautakunta auttoi nuorisoa myös päihdeongelmissa, työllisyyden edistämisessä sekä koulutusmahdollisuuksien parantamisessa. (Kolu 2017, 11, 20–21.)

Kunnallinen nuorisotyö kasvoi perustamisen jälkeen suuresti vuosikymmenten varrella. Perustettiin uusia kunnallisen nuorisotyön virkoja, saatiin valtiolta lainsäädäntö ja tukea nuorisotyön toteuttamiseen sekä perustettiin useita nuorisotiloja, joita vuonna 1988 oli Jyväskylässä 13 kappaletta. Jyväskylän maalaiskunta, Korpilahti sekä Jyväskylä liittyivät yhdeksi kunnaksi vuonna 2009 ja tällöin nuorisotoimet yhdistyivät muodostaen yksikön nimeltä Jyväskylän nuorisopalvelut. (Mt., 40–47, 85.)

Nykypäivänä osallisuus on yksi Jyväskylän nuorisopalveluiden toiminnan kulmakivistä. Jokaisen työntekijän työnkuvaan kuuluu osallisuus. Jyväskylän nuorisopalvelut



kannustaa nuoria osallistumaan päätöksentekoon sekä toiminnan suunnitteluun. Nuorisotyön tehtävänä on antaa mahdollisuuksia ja valmiuksia vaikuttamiseen sekä luoda erilaisia osallisuuden kokemuksia nuorille. Nuorisopalveluiden mukaan erilaisiin yhteisöihin kuuluminen ja omana itsenä oleminen on nuorien perusoikeus. Jokainen nuori on myös arvokas omine mielipiteineen ja kokemuksineen. (Jyväskylän kaupunki 2020a.)

Osallisuus on kuulumista sellaiseen kokonaisuuteen, jossa pystyy liittymään erilaisiin hyvinvoinnin lähteisiin ja elämän merkityksellisyyttä lisääviin vuorovaikutussuhteisiin. Osallisuus on vaikuttamista oman elämänsä kulkuun, mahdollisuuksiin, toimintoihin, palveluihin ja joihinkin yhteisiin asioihin. (Isola, Kaartinen, Leemann, Lääperi, Schneider, Valtari & Ketotokoi 2017.)

Nuorisotyön tehtävä on luoda edellytyksiä nuorten osallisuudelle, erilaisten pelkojen voittamiselle, itsenäiselle toimijuudelle sekä unelmien toteuttamiselle (Nuorisotyön ammattieettiset ohjeet 2020). Osallisuus on oikeutta saada tietoa, mahdollisuus ilmaista omaa mielipidettä sekä vaikuttaa osana yhteisöä. Osallisuus on kokemus. (Allianssi 2020). Nuorisolain (1285/2016, 2§) tavoitteena on edistää nuorten osallisuutta ja vaikuttamismahdollisuuksia sekä kykyä ja edellytyksiä toimia yhteiskunnassa.

Jyväskylän nuorisopalveluiden vastuuseen kuuluu myös kulttuurinen nuorisotyö, digitaalinen nuorisotyö, nuorten tieto- ja neuvontatyö sekä mediatoiminta. Nuorisopalvelut luovat mahdollisuuksia kansainvälisiin ja monikulttuurisiin kokemuksiin sekä kehittävät ja ylläpitävät kansainvälisiä verkostoja sekä kontakteja nuorille ja muille nuorisualan toimijoille. (Jyväskylän kaupunki 2020b.)

Jyväskylän nuorisopalvelut ylläpitävät kymmentä eri nuorisotilaa ympäri Jyväskylän aluetta. Nuorisotiloilla on mahdollista nähdä kavereita, jutella ohjaajille sekä useilta eri tiloilta löytyy pelejä, soittimia, karaokelaitteita sekä muita erilaisia harrastusmahdollisuuksia. Tiloilla järjestetään myös teemailtoja, ryhmien kokoontumisia sekä kerhoja. Jokaisella nuorisotilalla on joko omat Facebook-sivut tai Instagram-käyttäjät. Jyväskylän nuorisopalveluilla on myös Discord-serveri, jossa nuorisotyöntekijät päivystävät tiettyinä kellonaikoina sekä pitävät teemailtoja tai striimaussessioita. (Jyväskylän kaupunki 2020c.)

## 2.2 Aiheen valinta

Olen aina ollut kiinnostunut sosiaalisesta mediasta, älypuhelimista, tietokoneista ja eritoten niiden vaikutuksista meihin. Mielestäni on käsittämätöntä, että joku on keksinyt laitteen, jota vilkaisemme yli 150 kertaa päivässä (Sievinen 2019). Olen myös huomannut, kuinka puhelin voi pysyä metrin säteellä käyttäjästänsä useamman viikon ajan. Mielestäni se on pelottava ajatus. Yhteisöpedagogiopiskelijana olen kiinnostunut myös nuorten sosiaalisen median ja älypuhelimien käytöstä. Olen pyrkinyt seuraamaan trendejä nuorten keskuudessa mediasta, sekä työharjoitteluiden ja töiden kautta.

Keväällä 2019 olin työharjoittelussa Jyvässeudun 4H:lla Ysit töihin -hankkeessa ja sen kautta kävimme Jyväskylän alueen kouluilla pitämässä päivän pituisia koulutuksia. Siellä aloin kiinnittää huomiota nuorten älypuhelimien käyttöön ja siihen, mitä sovelluksia he käyttävät. Huomasin myös, kuinka paljon älypuhelin on kädessä nuorilla. Saman ilmiön huomasin kesätöissä Seinäjoen seurakunnan rippileireillä. Näiden kokemusten tiimoilta aloin rakentamaan aihettani. Aluksi aiheeksi muodostui vain sosiaalinen media ja nuoret, mutta keskusteltuani henkilökohtaisen valmentajani kanssa rajasimme sitä johonkin yksittäiseen älypuhelimien sovellukseen. Valmentajani kehotti tutkailemaan muita opinnäytetöitä Theseuksesta ja etsimään inspiraatiota sieltä. Kun Theseuksesta löytyvät työt oli käyty läpi ja olin keskustellut aiheesta kavereiden kanssa, alustavaksi aiheeksi syntyi Instagram ja nuorten itsetunto.

Syksyllä 2019 huomasin TikTok nimisen sovelluksen nostavan päätään nuorten keskuudessa sekä mediassa. Jo siihen aikaan TikTok löytyi miltei jokaisen nuoren älypuhelimesta (MTV 2019). Latasin sovelluksen omaan älypuhelimeeni miltei heti kun huomasin otsikoita ”nuorten uudesta hittisovelluksesta”. Koin, että minun tulevana nuorisotyöntekijänä on hyvä ymmärtää nuorten maailmaa ja heidän käyttämiään sovelluksia. Täten kulutinkin aikaa TikTokissa, jotta itse ymmärtäisin mikä sovelluksessa kiehtoo. Huomasin myös tuohon aikaan sen, kuinka valtava osa käyttäjistä oli nuoria. Olin hiihtolomarippileirillä helmikuussa 2020, jolloin kysyin nuorilta suoraan, mikä on heidän mielipiteensä aiheestani (joka silloin oli Instagram ja nuorten itsetunto) ja nuoret sanoivat: ”Ihan hyvä, mutta ei sitä [Instagramia] tuu enää nii paljo selattua, TikTokia käytän paljon enemmän”. Kyselin viikon aikana useilta nuorilta TikTokista ja se oli ylivoimaisesti käytetyimpiä sovelluksia nuorten keskuudessa. Instagram täytyi siis unohtaa ja näin ollen TikTok ja nuoret valikoitui aiheekseni.

### 2.3 Työn tarve

Tiesin TikTokin olevan nouseva trendi ja kuvaankin TikTokin ajankohtaisuutta ja vaikuttavuutta myöhemmin luvussa kolme. Aiheen ajankohtaisuus toi työlle myös tarvetta.

Niin kuin aiemmin mainitsin, työni tilaajaksi suostui Jyväskylän nuorisopalvelut ja sieltä diginuorisotyöntekijä Panu Räsänen. Tilanne Jyväskylän nuorisopalveluilla oli se, että TikTokista oli ollut puhetta, mutta käyttäjätiliä ei ollut vielä luotu. Syy tähän oli, että toiminnalle haluttiin päämäärä ja tarkoitus. Ei haluttu lähteä uuteen sosiaalisen median palveluun tietämättä mitä ollaan tekemässä. Räsänen näkemys oli, että toiminta täytyy olla suunniteltua, sillä pitää olla tarkoitus, sekä sitä voidaan arvioida ja kehittää. Tässä Räsänen oli ammattitaitoinen, sillä Verken (2019a) julkaisun mukaan sosiaalisen median viestinnän on hyvä olla suunniteltua, aikataulutettua ja sen strategia tarkasti mietitty. Nuorisopalveluiden tarkoituksena oli luoda yhteinen TikTok-tili koko Jyväskylän kaupungin nuorisotyöntekijöille. Toimintaan olisi varattu työaika, jotta olisi mahdollista tuottaa laadukasta sisältöä, sekä toiminta olisi TikTokiin sopivaa ja ajankohtaista sen kulttuuriin nähden. Yksi yhteinen tili TikTokiin eroaisi Jyväskylän nuorisopalveluiden muusta toiminnasta, sillä nyt esim. jokaisella nuorisotilalla on omat sosiaalisen median kanavat, jonka lisäksi vielä yksi yhteinen nuorisopalveluiden kanava. Pohdimme Räsänen kanssa myös sitä, onko TikTok nuorisotyön paikka vai ei. Näiden keskustelujen pohjalta syntyi myös tutkimuskysymyksiä, jotka ovat:

- 1) Onko TikTok mahdollinen nuorisotyön väline?
- 2) Voiko nuorisotyöllisiä tavoitteita saavuttaa TikTokissa?
- 3) Mikä TikTokissa vetää nuoria puoleensa?

Työni on rajattu koskemaan vain yhtä sosiaalisen median palveluista, TikTokia. Samanlaisia kysymyksiä ja tutkimuksia olisi syytä tehdä myös muista sosiaalisen median palveluista, mikäli nuorisotyö on niissä mukana. Nykypäivän sosiaalisen median alustoja ei ole suunniteltu nuorisotyön lähtökohdista tai näkökulmista. On siis tärkeää ottaa alustat haltuun ymmärtäen, miten kohderyhmä, eli nuoret, niissä käyttäytyvät. (Mäkinen-Kokkonen 2020.) Opinnäytetyössäni puhun nuorista, joilla tarkoitan nuorisolain mukaan alle 29-vuotiasta henkilöä sekä nuorisotyöstä, jolla tarkoitan nuoriso-

lain mukaan nuorten kasvun, itsenäistymisen ja osallisuuden tukemista yhteiskunnassamme (Nuorisolaki 1285/2016, 3§). Nuorisotyöllisillä tavoitteilla tarkoitan nuorisolain (Nuorisolaki 1285/2016, 2§) viittä tavoitetta jotka ovat:

1. edistää nuorten osallisuutta ja vaikuttamismahdollisuuksia sekä kykyä ja edellytyksiä toimia yhteiskunnassa;
2. tukea nuorten kasvua, itsenäistymistä, yhteisöllisyyttä sekä niihin liittyvää tietojen ja taitojen oppimista;
3. tukea nuorten harrastamista ja toimintaa kansalaisyhteiskunnassa;
4. edistää nuorten yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa sekä oikeuksien toteutumista; sekä
5. parantaa nuorten kasvu- ja elinoloja

### 3 TIETOPERUSTA

Tässä luvussa käsittelen erilaisia työhön liittyviä käsitteitä, termistöä sekä aihealueeseen kuuluvaa tutkittua tietoa. Tässä opinnäytetyössä tärkeimpänä tietoperustana on sosiaalinen media sekä siihen liittyvät aihealueet. Luvussa käyn läpi sosiaalisen median historiaa sekä sen käyttöä nuorison näkökulmasta. Kerron TikTokin syntytarinan sekä sen nykytilan ja sivuan aiheita myös nuorisotyön silmin. Luvun tarkoitus on avata lukijalle ymmärrystä sosiaalisen mediasta, digitaalisen nuorisotyöstä sekä TikTokista. Tarkoitus on myös käydä läpi näiden merkitystä nykypäivän yhteiskunnassa. Näin auttaa lukijaa ymmärtämään paremmin opinnäytetyön tärkeyttä ja ajankohtaisuutta sekä helpottaa lukukokemusta.

#### 3.1 Sosiaalinen media

Nykypäivänä internet on osa jokapäiväistä elämäämme, se on osa vapaa-aikaamme, osa työtämme ja osa yhteiskuntaamme. Sama pätee myös sosiaaliseen mediaan. Sosiaalinen media tarjoaa meille mahdollisuuksia löytää jotain kätevää sekä hyödyllistä, mutta on myös ajanvietettä. Se on korvannut puhelinkopit, kuva-albumit, kotivideot ja postikortit. (Rongas & Honkonen 2016.)

Termillä sosiaalinen media tarkoitetaan yleensä internetin erilaisia palveluita ja sovelluksia, joissa tapahtuu käyttäjien välistä kommunikaatiota sekä sisällöntuotantoa. Sosiaaliselle medialle ei ole olemassa tarkkaa määritelmää, vaikka sen käyttö on yleistynyt nopeasti yhteiskunnassa. (Hintikka 2020; Kettunen 2016, 71.) Kielitoimisto suosittelee vuonna 2010 sanan ”sosiaalinen media” tilalle sanaa ”yhteisöllinen media”,

mutta se ei vakiintunut termiksi yhteiskunnassa. Sen sijaan lyhenne ”some” on jäänyt suomalaisten käyttöön. Englannin kielessä on käytössä sana ”social media” ja useilla muilla kielillä käsite on hyvin samanlainen. (Rongas & Honkonen 2016; Pönkä 2014, 35.) Suomen sanastokeskus (2010) määrittelee termin sosiaalinen media seuraavasti: ”Tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita”. Sanastokeskuksen määritelmä on tehty yhdessä laajempaa sanastokokonaisuutta, joka käsitteli sosiaalista mediaa. Tämän takia määritelmää voi pitää suositeltavana. (Pönkä 2014, 36.)

Sosiaalinen media on hyvä väline tiedon nopeaan levittämiseen ja sen kautta tieto tavoittaa suuret määrät ihmisiä helposti. Se myös mahdollistaa kuvien, viestien ja äänien reaaliaikaisen välittämisen toiselle henkilölle ja näin monipuolistaa vuorovaikutuksen keinoja ihmisten välillä. Haasteena ovat tiedon virheellisyys, todenmukaisuus sekä ajantasaisuus. Sosiaalisen median selaamisessa korostuu medialukutaidon tärkeys. (Kettunen 2016, 72–73.)

Sosiaaliselle medialle ominaista on sen helppokäyttöisyys, maksuttomuus sekä sen helppo omaksuttavuus. Se erottuu normaalista joukkoviestinnästä siinä, että käyttäjät voivat tykätä, kommentoida ja jakaa toisten käyttäjien sisältöä sekä myös tutustua toisiin käyttäjiin. (Hintikka 2020.) Niin kuin Kettunen (2016) huomauttaa, sosiaalisessa mediassa käyttäjä voi itse vaikuttaa siihen onko sivustaseuraaja, aktiivinen, sisältöä tuottava vai keskusteleva. Somessa suurin osa käyttäjistä on kiinnostunut enemmän toisista ihmisistä, kuin uutisista tai muusta informaatiosta. Sosiaalisuuden tarve on kova. Somen kautta on helppo löytää ihmisiä, joilla on samoja kiinnostuksen kohteita ja on mahdollista seurata ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneita samoista asioista. Somen kautta on myös mahdollista löytää uusia kavereita. Varsinkin ujojen henkilöiden voi olla helpompi lähestyä muita ihmisiä somen kautta kuin kasvotusten. Eri sosiaalisen median alustat tarjoavat jokaiselle oman ilmaisutavan ja julkaisukanavan. Palvelu voi olla kuvan- tai videonjulkaisupalvelu, blogi, musiikinjakopalvelu tai yhteisöpalvelu. (Pönkä 2014, 11, 31, 73.)

Sosiaaliseen mediaan kuuluu myös tietynlainen sulkeutuvuus. Tulokkaat eivät välttämättä ymmärrä kaikkia viittauksia tai sanastoa, jota toiset käyttävät. Siellä myös korostetaan uusia asioita ja hienouksia. Sosiaalisessa mediassa on mahdollista kehua ja

tykätä, mutta siellä myös tuodaan itseä esille, loukataan sekä loukkaannutaan. Sosiaalisen median viestinnässä on helppo ymmärtää väärin ja siellä myös tehdään pienistä asioista isoja. Sosiaalisessa mediassa tapahtuu paljon myös kiusaamista, vihapuhetta ja häiriköintiä. (Rongas & Honkonen 2016.) Sosiaalisen median tiedetään vaikuttavan masennukseen, ahdistukseen, unenlaatuun sekä itsetuntoon negatiivisesti. On kuvailtu, että sosiaalinen media on ihmisiä yhdistävä keksintö, joka tuo meidät yhteen. Amerikassa tehdyn tutkimuksen mukaan sosiaalisella medially on kuitenkin negatiivinen vaikutus meidän hyvinvointiimme pitkällä aikavälillä sekä sen käyttö lisää yksinäisyyttä ja masennusta. (Hunt, Marx, Lipson & Young, 2018). Sosiaalisen median käyttö tuottaa aivoissa kemikaalia nimeltä dopamiini, joka itsessään on riippuvaisuutta tuottava kemikaali (Vuorisalmi 2015; Sinek 2016, 0:01–0:52; Palmén-Väisänen, Jokelainen, Lahti & Berghem 2015; Röksä 2019, 20). Samaa kemikaalia tuottaa myös alkoholi, uhkapelaaminen sekä tupakointi (Sinek 2016 0:45–0:52; Palmén-Väisänen, Jokelainen, Lahti & Berghem 2015).

Sosiaalista mediaa voisi luonnehtia ilmiöksi, joka on vaikuttanut koko yhteiskuntaan ja ihmisiin monilla eri tavoin. Siellä jaetaan ajankohtaista tietoa ja osallistutaan yhteiskunnallisiin keskusteluihin sekä ilmiöihin. Sen viestinnän rajat eivät rakennu maantieteellisesti, vaan kielen ja verkoston perusteella. Sosiaalisen median voima on sen nopeudessa ja vuorovaikutteisudessa. (Rongas & Honkonen 2016.)

### 3.2 Sosiaalinen media ja nuoret

Viestintäliigan tekemän tutkimuksen (2017) mukaan nuori käyttää sosiaalista mediaa keskimäärin 8 tuntia päivässä, kun taas Ebrand Group Oy:n ja Oulun kaupungin tekemän tutkimuksen (2019) mukaan suomalainen keskivertonuori käyttää sosiaalisen median palveluita 15–20 tuntia viikossa. On otettava huomioon, että nuorten ikä kyselyissä on voinut vaikuttaa vastaustuloksiin, samoin myös tutkimuksen ajankohta. Ihmisen on myös vaikea arvioida omaa sosiaalisen median ja älypuhelimien käyttöaikaa (Hoikkala 2016). Nuorista 97 % käyttää sosiaalisen median palveluita älypuhelimella. Palveluita käytetään useimmiten kotona, mutta myös opiskelu- ja työpaikalla sekä kaverin luona. (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019).

Sosiaalinen media on osa nuorten elämää ja se on paikka missä voi olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Se ei poissulje normaalia kanssakäymistä vaan tukee sitä. Se

antaa nuorelle mahdollisuuksia solmia uusia sosiaalisia suhteita sekä vahvistaa jo olemassa olevia suhteita. Siellä voi myös oppia mediataitoja, itseilmaisua ja siellä on mahdollista saada tukea ja kannustusta. Sosiaalisessa mediassa nuori pitää hauskaa, vaikuttaa ja luo ystävyyssuhteita, mutta samoin siellä voi myös pahoittaa mielensä, joutua kiusaamisen kohteeksi tai joutua kohtaamaan vastoinikäymiä. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2019.) Somen kautta nuori voi elämässään kuulua useisiin eri digitaalisiin yhteisöihin. Näitä ovat esimerkiksi WhatsApp -ryhmät, Jodel-kanavat tai somepersoonan seuraajajoukko. Somen kautta kuulee uusimmat tiedot ja ajankohtaisimmat uutiset omiin yhteisöihin liittyen. Monet nuorista käyttävät somea siksi, etteivät he haluaisi jäädä omien sosiaalisen median ympäristöjen ulkopuolelle. Nykypäivänä termi fomo (eng. fear of missing out) eli ulkopuolelle jäämisen pelko näkyy nuorien somekäytössä siten, että nuoret eivät halua jäädä ulkopuolelle muiden julkaisemasta sisällöstä. Tämän takia somessa vietetään monta tuntia päivässä ja se koetaan myös addiktoivaksi. Someen on myös muodostunut kulttuuri, että omia kanavia olisi hyvä päivittää säännöllisesti sekä usein, jotta seuraajien mielenkiinto pysyisi korkealla. (Verke 2019a, 56.)

Sosiaalisen median ongelmat liittyvät harvoin siihen, että joku palvelu itsessään olisi huono, vaan siihen, että käyttäjät eivät noudata käyttäytymissääntöjä tai hyviä tapoja. Palveluita, joita nuoret käyttävät sosiaalisessa mediassa ovat WhatsApp, YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook, TikTok sekä Jodel. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2019.)

Sosiaalista mediaa käytetään nuorten keskuudessa, sillä kaveritkin ovat siellä (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019; Manninen 2016). Sitä käytetään ensisijaisesti kavereiden kanssa keskustelemiseen. Nuorten mukaan palveluita on helppoa ja mukava käyttää esimerkiksi yhteydenpitoon tai tiedon etsintään. Nuoret myöntävät myös, että palveluiden käytöstä on tullut vain tapa. (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019.) Internetin ja sosiaalisen median käyttö on niin arkista nuorten keskuudessa, että siihen ei enää kiinnitetä huomiota. Nuoret eivät enää sano olevansa ”netissä” vaan siitä on tullut jatkumo heidän arkipäiväisissä kokemuksissaan. (Lauha, Tuominen, Merikivi & Timonen 2017, 218; Verke 2019a, 50.) Nuorten somen käyttö saattaa olla hyvinkin erilaista kuin aikuisten, vaikka alusta olisi sama. On otettava huomioon, että nuoret eivät ole somen käytön

suhteen yksi yhtenäinen joukko. (Verke 2019a, 51.) Nuorille somealustat sekä peliympäristöt ovat yksi paikka muiden joukossa, jossa voi viettää aikaa ystävien sekä uusien tuttavuuksien kanssa, rentoutua, pitää hauskaa ja harrastaa. Sosiaalinen media on yksi osa nuorten kasvuympäristöistä. (Rahja & Helenius 2018, 5.)

Nuorille media on iso osa arkea ja heidän mediataitojen taso riippuu heidän mahdollisuuksistaan mediankäytön suhteen sekä aikuisilta saadusta tuesta. Nuorisotyöntekijä on keskeisessä roolissa nuorten mediankäytön suhteen, sillä usein nuorisotyöntekijä on se, jolle tullaan keskustelemaan median käyttöä koskevista asioista. (Mediakasvatusseura 2020.) Kun nuori kertoo somessa tapahtuvista kokemuksistaan, on aikuisen suhtautuminen tärkeä. Sillä kun somessa tapahtuneet asiat ovat osa arkipäiväistä keskustelua, on nuoren helpompi kääntyä aikuisen puoleen myös ikävistä kokemuksista liittyen sosiaaliseen mediaan. (Rahja & Helenius 2018, 5.) Aikuisia saattaa ärsyttää, että nuori on koko ajan puhelimella. Kannattaa silti muistaa, että aikuiset ovat rakentaneet ympäristöt ja sovellukset houkutusiksi täyteen. (Sajaniemi 2016, 37.)

### 3.3 TikTok

TikTok on sosiaalisen median alusta, minne voi julkaista videoita, sekä katsoa toisten käyttäjien videoita. Videoklipit ovat pituudeltaan kolmesta sekunnista 60 sekuntiin, useimmat videot ovat kuitenkin 15 sekuntia pitkiä. Käyttäjät voivat kommentoida sekä tykätä toisten käyttäjien videoista. Videoiden katselu on mahdollista myös ilman käyttäjätunnuksen luomista. TikTokin videot sisältävät tanssimista, haasteita, piloja, pelejä, eläimiä, komediaa sekä huulisynkkausta. Videoihin voi lisätä musiikkia, efektejä ja filtereitä sekä niitä voi editoida erilaisin tavoin. TikTokilla on arvioitu olevan 800 miljoonaa aktiivisesti sovellusta käyttävää nuorta. Sovelluksen ikäraja on 13 vuotta. (Someturva 2020.) Useat TikTokin videoista ovat vanhan toistamista ja kopioimista, kuitenkin jokainen käyttäjä tekee niistä oman versionsa. Haasteet, trendit, sketsit ja ilmiöt lähtevät leviämään maailmanlaajuisesti, kun iso osa käyttäjistä osallistuu niiden tekemiseen lyhyen ajan sisällä. (Kartastenpää 2020.)

TikTokin koukuttavuuden piirteitä on esimerkiksi se, että videot alkavat pyörimään aloitusnäytöllä automaattisesti ja käyttäjä voi helposti pyyhkäistä seuraavaan videoon. Tekoälyn avulla sovellus antaa seuraavan videon, joten käyttäjän ei tarvitse itse valita mitään. (Mt., 2020) Omassa käytössä olen huomannut TikTokin käyttävän niin sanottua infinite scroll -menetelmää, mikä tarkoittaa TikTokin tilanteessa sitä, että vaikka



kuinka pyyhkäiset videoita eteenpäin, ne eivät ikinä lopu vaan tilalle tulee aina uusi video. Tämä on pidentänyt omaa käyttöaikaani sovelluksessa, sillä on vaikeampi lopettaa selaamista, kun tilalle tulee aina uusi video. Infinte scroll -menetelmän keksijä on pyytänyt anteeksi keksintöönsä, sillä keksinnön avulla pyyhkäisemme aina vain eteenpäin ja eteenpäin odottaen seuraavan dopamiiniannoksen tulemistä (Röksä 2019, 20).

TikTokissa on mahdollista selata sisältöä kahdessa eri syötteessä. Toinen on For You -osio, jossa videot tulevat TikTokin algoritmien ehdottamana. Mitä enemmän katsot tietynlaisia videoita, sitä enemmän algoritmi syöttää niitä sinulle. Algoritmi toimii koko ajan ja laskee, minkälaiset videot olisivat sinulle suotuisia. Toinen syötteistä on Following -osio, jossa pystyt katsomaan videoita vain henkilöiltä, joita itse seuraat. (Verke 2020b.)

TikTok kuvailee itseään lyhytvideosovellukseksi, jonka missio on inspiroida luovuuteen, tuoda iloa, sekä antaa heidän ilmaista itseään aidosti ja vapaasti (TikTok 2020a).

TikTok -sovelluksesta ei ole juurikaan tutkimuskirjallisuutta saatavilla (Kartastenpää 2020.) Theseuksesta hakusanalla TikTok löytyy (syyskuussa 2020) 169 julkaisua/opinnäytetyötä. Toiseen somen isoon palveluun verraten, hakusanalla Facebook löytyy 26039 julkaisua/opinnäytetyötä. Sekä hakusanalla Instagram löytyy 8609 julkaisua/opinnäytetyötä. Yhdenkään työn/julkaisun otsikossa ei ole käytetty sanaa TikTok. Google Scholarin hakutuloksissa sanalla TikTok löytyy 4720 tulosta kun sanalla Instagram löytyy 1 320 000 tulosta. Humak Finnan perushausta ei löydy tuloksia hakusanalla TikTok ja Melinda kansalliskirjastostakin vain yksi osuma koskien sosiaalisen median palvelua TikTok.

### 3.4 TikTokin historia

TikTokin historia alkaa vuodesta 2014, jolloin Kiinassa julkaistiin sovellus nimeltä Musical.ly. Musical.ly keskittyi myös 15 sekunnin videoihin TikTokin tapaan, mutta pääasiallisesti videot olivat lip sync eli huulisynkkavideoita, missä käyttäjä liikuttaa huuliaan ja/tai tanssii tunnettujen kappaleiden tahdissa. (Schwedel 2018.) Musical.ly sovelluksessa oli yli 200 miljoonaa käyttäjää vuonna 2017 (Rys 2017). Vuoden 2017 alussa kiinalainen teknologiayritys ByteDance osti Musical.ly sovelluksen. ByteDance oli aiemmin luonut jo TikTok sovelluksen, mutta Musical.ly oston jälkeen yritys päätti yhdistää sovellukset, jolloin kaikki käyttäjät ja heidän videonsa siirrettiin TikTokiin.

Näin Musical.ly lakkasi olemasta ja jäljelle jäi vain TikTok. (Schwedel 2018.) Syyskuussa 2020 amerikkalaisten yritysten Oraclen sekä Walmartin oli tarkoitus ostaa TikTok, mutta tämän opinnäytetyön tekemisen aikaan neuvottelut ovat vielä käynnissä (Vaarala 2020).

### 3.5 TikTokin vaikuttavuus

TikTok on tällä hetkellä (syksy 2020) yksi suosituimmista sovelluksista maailmassa. Sovellusta on ladattu yli 2 miljardia kertaa ja vuoden 2020 ensimmäisten kolmen kuukauden aikana sitä ladattiin yli 315 miljoonaa kertaa. Määrä on enemmän kuin mikään muu sovellus ikinä kolmen kuukauden aikavälillä. (Chapple 2020; Viljanen 2020.) TikTok on päihittänyt latauskerroissa Facebookin, Instagramin, sekä WhatsAppin (Briskman 2020). Sovellus on tällä hetkellä ainoa ladatuimmasta viidestä sovelluksesta, joka ei ole Facebook-yhtiön omistama (Mohsin 2020).

TikTokin käyttäjistä 93 prosenttia on alle 25-vuotiaita sekä suurin käyttäjäryhmä on 13–18-vuotiaat, joita on 41 prosenttia sovelluksen käyttäjistä (Peltola 2020). TikTokin suunniteltu kohderyhmä on alle 18–vuotiaat ja sovellus on luotu miettien nuorten tarpeita ja käyttötapoja älypuhelinsovelluksissa. Toisin sanoen, TikTok on löytänyt oikean markkinointitavan tavoittaa kohderyhmänsä. Sovellusta käytetään keskimäärin 52 minuuttia päivässä sekä yhdeksän kymmenestä käyttäjästä avaa sovelluksen useita kertoja päivässä. (Mohsin 2020.)

Yksi iso ero TikTokissa on verrattuna muihin sosiaalisen median palveluihin. Kuka tahansa voi päästä kuuluisaksi hyvin helposti. Mikään muu palvelu ei anna samanlaista mahdollisuutta siihen kuin TikTok. Sovelluksen algoritmit etsivät koko ajan uusia käyttäjiä ja uusia videopätkiä, joita voisi suosia ja tuoda muiden nähtäville. Sovellus ei suosi niin paljon jo kuuluisia käyttäjiä, kuten muut sosiaalisen median palvelut tekevät. (Leight 2019; Peltola 2020.)

Sovelluksella on ollut erilaisia ongelmia sen jälkeen, kun suosio on ollut maailmanlaajuista. Kirjoittaessaan artikkelia Helsingin Sanomiin TikTokista, Miina Viljanen (2020) otsikoi juttunsa ”Taistelu internetin vallasta”, joka jo itsessään kertoo siitä, kuinka iso sovellus tällä hetkellä on. Kirjoitus koskee Donald Trumpin allekirjoittamaa asetusta, jonka tarkoitus on kieltää TikTokin toiminta Yhdysvalloissa, mikäli sovellus ei siirry amerikkalaisomistukseen tiettyyn aikaan mennessä. Trump pitää sovellusta

kansallisena turvallisuusriskinä, joka vuotaa tietoja Kiinan valtiolle ja havittelee yrityssalaisuuksia amerikkalaisilta yhtiöiltä. Amerikkalaisjohtajat ovat ottaneet syytteet tosissaan ja ovat päättäneet teettää sovelluksesta perusteellisen tietoturvatutkimuksen. Yhdysvaltain huoli perustuu sovelluksen suosioon sekä nuoreen käyttäjäkuntaan. TikTokin kautta olisi mahdollista vaikuttaa poliittisesti nuorisoon. (Viljanen 2020.) Vaikkakin sovellus vaikuttaa vain huolettomalta nuorten tanssisovellukselta, ovat tutkimukset osoittaneet, että myös politiikka on yksi kiinnostavista asioista sovelluksen sisällä (Kerttula 2020). TikTokin asema Yhdysvaltojen ja Kiinan välisessä valtakamppailussa on se, että aiemmin teknologiamahdi on ollut Yhdysvallat. Yhdysvallat ovat omistaneet Googlen ja Facebookin kaltaiset jättyyhtiöt. Nyt kiinalainen sovellus on onnistunut löytämään tiensä maailmanlaajuisille markkinoille ja tämä on ennenkuulumatonta. (Viljanen 2020.)

Sovellusta on syytetty sensuurista ja informaationsodasta. Hong Kongin levottomuuksien aikaan hakusanalla #hongkong ei löytynyt yhtäkään videota mellakoista tai mielenosoituksista. (Harwell & Romm 2019.) Syytöksiä on tullut myös vakoilusta, pornon levittämisestä alaikäisille ja yksityisten tietojen lähettämisestä Kiinan hallinnolle. TikTok kiistää väitteet tietojen luovuttamisesta. (Viljanen 2020.) Yhtiötä on myös kritisoitu sovelluksessa tapahtuvasta moderoinnista. Henkilöt, jotka ovat ”rumia, köyhiä tai vammaisia” saavat vähemmän näkyvyyttä kuin muut. (Biddle, Ribeiro & Dias 2020.)

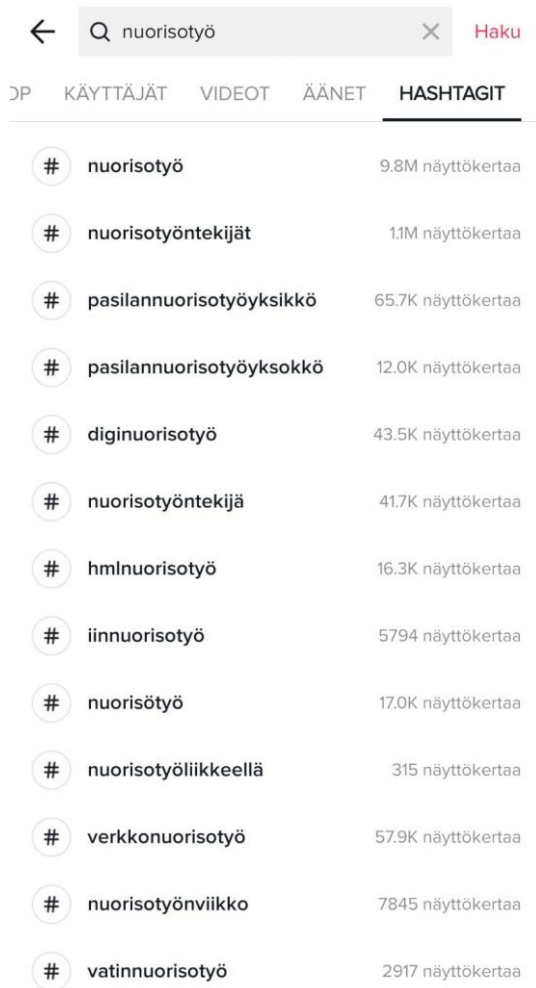
TikTok on muuttanut myös maailmanlaajuista musiikkibisnestä. Videoiden taustalla soi eri artistien kappaleita ja mikäli kappaleesta sekä videosta lähtee trendi leviämään, on kappaleen suosio taattu. Näin kävi Lil Nas X:än kappaleelle Old Town Road, joka päätyi soittolistojen kärkeen useaksi kuukaudeksi vuonna 2019. Kaikki oli TikTokissa leviävän #yeehaw -haasteen ansiota, jonka taustalla kappale soi. Lil Nas X, joka oli aiemmin ollut pieni artisti, päätyi Grammy-galaan, josta hän sai kuusi ehdokkuutta sekä kaksi palkintoa. Lil Nas X tuli hetkessä tähdeksi ja hän on kiittänyt siitä TikTokia. (Haavisto 2019; Vanha-Majamaa 2019; Jokelainen 2019.) TikTokin vaikutus popmusiikkibisnekseen on valtava. Levy-yhtiöt miettivät kiivaasti minkälainen kappale pitäisi tehdä, jotta se menestyisi TikTokissa. Menestys sovelluksessa takaisi maailmanlaajuisen suosion. Tuottajat keskittyvät sanoituksiin, joita voisi näytellä käsillä. Ensin kappaleista tehdään ensin vain lyhyt pätkä TikTokiin ja mikäli se menestyy, kappale tuotetaan loppuun. (Vanha-Majamaa 2019.) Mutta niin kuin Jokelainen (2019) toteaa,

haasteena on TikTokin arvaamattomuus, sillä kappaleet vuosikymmenten takaa tai kappaleet, joita ei ole erikseen edes singlenä julkaistu, saattavat nostaa päätään TikTokissa täysin arvaamatta. Maailmalla ja Suomessakin monet artistit ottavat yhteyttä TikTok-tähtiin ja pyytävät, että tähti käyttäisi heidän musiikkia TikTok-videossaan. Tämän kautta artisti saisi näkyvyyttä. Tämä on yksi markkinoinnin ja kaupallisen yhteistyön tavoista sovelluksessa. (Haavisto 2019).

TikTokin suosion on huomannut myös jättiyhtiö Facebook, joka perusti uuden videotoinnin heidän omistamaan Instagram palveluun. Instagram Reels on kuin kopio TikTokin ulkoasusta ja toimii täysin samalla tavalla. Reels -toiminnossa videot ovat myös 15 sekunnin mittaisia ja niihin voi lisätä musiikkia taustalle sekä muokata halumallaan tavalla, samoin kuin TikTokissa. (Nurminen 2020.) Samanlaisen lyhytvideopalvelun toi markkinoille myös YouTube. YouTubeen palvelun nimi on Shorts. Videoiden selaaminen, pituus, editointi ja musiikit ovat samanlaiset kuin TikTokissa tai Reelissä. (Kemppi 2020; Alexander 2020b.) Näistä voi huomata, että TikTok on saanut kilpailijoita ympärilleen sekä luonut täysin uuden tavan tuottaa sisältöä sosiaaliseen mediaan. Lyhyet videot ovat nyt (2020) uusi muoti-ilmiö.

### 3.6 TikTok nuorisotyössä

TikTok on löytänyt tiensä myös kaupunkien ja järjestöjen nuorisotyön piireihin. TikTokin omaa hakutoimintoa käyttäen, sanalla nuorisotyö, löytyy useita eri vaihtoehtoja nuorisotyöhön liittyen. Kyseisiä hashtageja on käytetty TikTokiin ladatuissa videoissa. Yhteensä näyttökertoja kyseisten hashtagien alaisilla videoilla on useita miljoonia. (Kuva 1)



Kuva 1: Haku TikTokista sanalla nuorisotyö

Nuorisotyö on siis tehnyt itseään jo tutuksi TikTok sovelluksessa. Eri nuorisopalveluiden ja järjestöjen TikTok -tilejä löytyy hakutoiminnolla kymmeniä tai jopa satoja, mutta en koe niiden listaamista tähän opinnäytetyöhön olennaiseksi asiaksi.

Yksi suurimmista suomalaisista nuorisotalon liittyvistä TikTok -tileistä on Oulun Myllyojan nuorisotalon tili, käyttäjänimeltään *myllynuokkari*. Seuraajia tilillä on (syyskuussa 2020) 20 tuhatta. Huhdan ja Kaukon blogikirjoituksessa (2020) tilin pitäjät kertovat kuinka ajatus liittyä TikTokiin toteutettiin ja kuinka toiminta keräsi tuhansia seuraajia. Videot koskivat nuorisotalon arkea ja näin seuraajat pääsivät näkemään, mitä nuorisotalon toimintaan kuuluu. Videot ovat lisänneet nuorisotyön näkyvyyttä ja yhteydenottoja tulee ympäri Suomen. Nuorisotalo on saanut myös videoihin erilaisia ivallisia kommentteja, mutta siitä huolimatta seuraamispyyntöjä sekä muita yhteyden-

ottoja tulee jatkuvasti. TikTokin kautta monet nuoret ovat uskaltaneet lähestyä Myllyojan nuorisotalon työntekijöitä. Myös kadulla on huudeltu ”Hei sää oot sieltä TikTokista”. (Huhta & Kaukko 2020.)

### 3.7 Mediakasvatus ja digitaalinen nuorisotyö

Mediakasvatus on kasvatusmuoto, jonka avulla edistetään ihmisten taitoja sekä valmiuksia mediakulttuuriin, mediasisältöihin sekä mediavälineisiin. Sen tarkoitus on tukea osallisuutta, kriittistä medialukutaitoa, yleistä hyvinvointia sekä oman mediasuhteen tiedostamista. Mediakasvatuksessa tarkastellaan arjen medioitumista ihmisen kasvun ja hyvinvoinnin näkökulmasta. (Mediakasvatusseura 2020.)

Mediakasvatus on jatkuvaa testailua ja kokeilua, sillä median käyttö muuttuu arjessa jatkuvasti. Se voi olla strukturoitua opettamista, luentoja tai sisällöntuottamista tai se voi olla arjessa tapahtuvaa keskustelua mediasta, sen vaikutuksista, sen roolista sekä sen vaikuttavuudesta ja mahdollisuuksista. Media on nyky-yhteiskunnassa hyvin merkittävässä asemassa, sillä siellä luodaan jatkuvasti uusia sosiaalisia ilmiöitä ja sisältöä. Näistä ilmiöistä ja sisällöistä muodostuu meidän arkiset keskustelumme sekä tavat, joilla kommunikoimme. (Mt.)

Nuorisotyöntekijän rooli mediakasvatuksessa on löytää nuorelle sopivat median kanavat, joissa nuori pääsee ilmaisemaan itseään ja saa omat ideansa kuuluviin. Tarkoituksena on ohjata nuoren ajattelua kriittiseksi, muita huomioonottavaksi ja eettisesti toimivaksi. (Mediakasvatusseura 2020.) Niin kuin Salokoski ja Mustonen (2007, 8) osoittavat, mediaa voidaan soveltaa oppimisympäristöinä monin eri tavoin. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon se, että nuorilla kaveripiirin vaikutus median käytössä ja viestien tulkinnassa on valtava (mt., 8). Vaikka nuorisotyöntekijä ja nuori käyttävät mediaa eri tavoin, on nuorisotyöntekijä silti esimerkki nuorelle. Nuorisotyöntekijän on hyvä kiinnittää huomiota siihen, milloin on läsnä hetkessä. (Rahja & Helenius 2018, 12.)

Sana digitalisaatio on nykypäivänä noussut trendisanaksi. Sana on tullut osaksi myös nuorisotyötä. On huomattu uudet kulttuurilliset ilmiöt, joissa nuoret ovat mukana ja näihin liittyy vahvasti digitaalisuus välineellisesti, toimintaympäristöllisesti sekä sisällöllisesti. (Lauha 2016, 19–20.) Digitalisaation myötä meidän arkemme muuttuu ja samoin myös se, miten ymmärrämme itsemme sekä mahdollisuutemme ihmisenä (Lind-

gren, Mokka, Neuvonen & Toponen 2019, 15). Nuorisotyötä ei voi erottaa muusta yhteiskunnasta ja kun yhteiskunnassa tapahtuu jotain perustavanlaatuista muutosta, se täytyy tapahtua myös nuorisotyössä (Lauha 2016, 19–20).

Nuorisotyöntekijöiden suhtautuminen digitaaliseen mediaan sekä teknologiaan on pääosin myönteistä ja erilaisia digivälineitä hyödynnetään nuorisotyössä paljon. Sosiaalisen median palvelut ovat suuressa käytössä, mutta nuorten osallisuuden johtava toiminta palveluiden kautta on vähäistä. Digitaalisessa nuorisotyössä ei tarvitse hallita kaikkia laitteita ja sosiaalisen median alustoja, vaan tärkeintä on halu ymmärtää niiden rooli nuorten elämässä. Digitalisaatio on käynnissä oleva prosessi, jossa nuorisotyön täytyy elää ja mukautua nuorten tarpeiden mukaisesti. On tärkeää myös kääntää katsetta tulevaisuuteen ja miettiä, mitä voisi tapahtua nuorisotyön kentällä esimerkiksi seuraavien 5–10 vuoden aikana. Digitalisaatio vaikuttaa erilaisten palveluiden tuottamiseen, työn tekemiseen sekä kansalaisten rooliin ja näiden vaikutus nuorisotyöhön on merkittävä. Digitaalinen nuorisotyön kehittyminen edellyttää laajaa rakenteellista kehittämistyötä, joka on lähtöisin koko työyhteisöstä ja organisaatiosta. (Mt., 21–23.)

Keskeinen digitalisaation piirre nuorisotyössä on älypuhelimien käyttö. Useilla nuorisotyöntekijöillä on käytössään työnantajan käyttöön antama älypuhelin, joka mahdollistaa uusia yhteydenpidon ja tiedottamisen väyliä nuorta kohti. Nuorisotyöntekijän on tärkeä ymmärtää, miten suuri rooli sosiaalisella medialla ja digitalisaatiolla on nuorten elämässä ja arjessa. Tämän ymmärrettyä on työntekijän helpompi itse integroida digitaalisuutta omaan työkuvaan. Täytyy kuitenkin muistaa, että nuorisotyöntekijän omat runsas median käyttö vapaa-ajalla ei takaa sitä, että hän osaisi käyttää mediaa työssään tavoitteellisesti ja tarkoituksenmukaisesti. (Lauha, Tuominen, Merikivi & Timonen 2017, 222–223, 225.)

Teknologian kehitys ja digitalisaation lisääntyminen tuo lisävaatimuksia nuorisotyöntekijälle. Oma osaamista on syytä päivittää jatkuvasti sekä tietotaito teknologian yleisestä tilasta ja kehitymisestä on hyvä osata. Nykypäivänä nuorisotyöntekijän rooli ammatillisena kasvattajana edellyttää ymmärrystä ja osaamista digitaalisesta mediasta ja sen vaikutuksista. Nuorisotyöntekijöiden koulutuksissa digitaalista nuorisotyötä on vaihtelevasti saatavilla. Nuorisoalaa opiskelevat, että jo nuorisoalalla työskentelevät, tarvitsevat osaamisen vahvistamista sekä koulutusta digitaalisesta nuorisotyöstä. (Mt., 224–226.)

Digitaalisen nuorisotyön täytyy olla tavoitteellista toimintaa niin, että toimintaa on mahdollista kehittää sekä sen laatua on mahdollista tarkkailla. Näin voidaan osoittaa digitaalisen nuorisotyön vaikutuksia ja työn merkitystä. Tavoitteet voivat kummuta esimerkiksi nuorisolaissa määritetyistä nuorisotyön tavoitteista. Nuorisolain tavoitteita, joita voisi hyödyntää digitaalisessa nuorisotyössä ovat esimerkiksi: tukea nuorten kasvua, itsenäistymistä, yhteisöllisyyttä sekä niihin liittyvää tietojen ja taitojen oppimista, edistää nuorten yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa sekä oikeuksien toteutumista ja tukea nuorten harrastamista sekä toimintaa kansalaisyhteiskunnassa (Nuorisolaki 1285/2016, 2§). On huomioitavaa, että jo nuorten kannustaminen sekä innostaminen kiinnittämään huomiota digitaaliseen mediaan sekä sen ilmiöihin, on yksi arvokkaista tavoitteista digitaalisessa nuorisotyössä. (Mt., 223–224.) Nuorisotyössä sosiaalisen median palveluiden, teknologian ja digitaalisen median käytön tulisi aina edistää nuorisotyöllisiä tavoitteita, nuorisotyön laatua sekä kehittymistä (Lauha 2019, 18).

Cohlmeier (2016, 30–31) listaa digitaalisen nuorisotyön tärkeimmiksi päämääriksi seuraavat:

1. nuorten digitaalisen taitojen kehittäminen
2. nuorten digitaalisen kansalaisuuden ja osallisuuden tukeminen
3. digitaalisen kahtiajaon murtaminen ja digitaalisuuden ulkopuolelle jäämisen vähentäminen erityisesti valmiiksi haavoittuvissa yhteisöissä
4. nuorten tukeminen verkkoon liittyvien riskien ja mahdollisuuksien tehokkaassa hallinnassa verkossa
5. tarjota nuorille tukipalveluita monenlaisiin pulmiin

Digitaalista nuorisotyötä ei ole enää tarkoitus erottaa muusta nuorisotyöstä ja pitää sitä omana työmuotonaan. Nuorten verkon käyttö on niin arkipäiväistä, että niin sanottu perusnuorisotyö kattaa digitaalisen nuorisotyön piirteet. (Lauha, Tuominen, Merikivi & Timonen 2017, 218–219.) Digitalisaatio on nykypäivän yksi kansalaistaidoista ja nuorisotyön siirtyminen digitaaliseen toimintaympäristöön on oikeastaan vain ajan tasalla pysymistä (Lauha 2019, 16).



## 4 KEHITTÄMISTYÖ

Tässä luvussa käyn läpi kehittämistyön eri menetelmät sekä niiden toteutustavat. Kerron taustaa kunkin menetelmän kohdalta sekä perustelen, miksi olen ottanut käyttöön juuri kyseisen menetelmän. Kerron myös mikä on johtanut kyseisen menetelmän valintaan. Kuvailen, miten olen toteuttanut menetelmät ja mitä on pitänyt ottaa huomioon niitä toteutettaessa. Käyn läpi myös tutkimusetiikkaa valitsemani menetelmät huomioon ottaen.

### 4.1 Menetelmät

Valitsin kehittämistyön menetelmäksi kyselytutkimuksen. Kyselytutkimus soveltuu ajankohtaisten ilmiöiden sekä ihmisten toiminnan tutkimukseen ja sen avulla saa tietoa myös ihmisten arvoista, asenteista sekä mielipiteistä (Vehkalahti 2014, 11). TikTokia voisi luonnehtia tämän ajan ilmiöksi. Näin ollen kyselytutkimus valikoitui tutkimustyöni menetelmäksi. Kyselytutkimuksen avulla on mahdollista kerätä laaja aineisto, jossa isolta joukolta ihmisiä voi kysyä samoja kysymyksiä. Yksi perusvaatimuksista kyselytutkimukselle on, ettei ilmiöstä ole saatavilla aiempaa tutkittua tietoa riittävästi. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 111–112.) Kuten jo aiemmin mainitsin, tutkimustietoa TikTokista ei ole juurikaan saatavilla. Näin ollen kyselytutkimuksen käyttäminen sopii tähän kyseiseen opinnäytetyöhön. Kyselyn muodoksi valitsin sähköisen kyselyn, jonka toteutin Webropol -ohjelmalla. Valintaan vaikutti ohjelman helppokäyttöisyys ja se oli itselleni jo ennestään tuttu. Sähköisen kyselyn etu on nopeus, vaivattomuus sekä helppous (Ojasalo ym. 2014, 128; Vehkalahti 2014, 48). Sähköistä kyselyä on erityisen hyvä käyttää tilanteisiin, joissa tutkimuksen kohteena on digitaalisuus ja siellä tapahtuva kanssakäynti (Ojasalo ym. 2014, 129). Sähköisen kyselyn haittapuolia on, että ei voida olla varmoja vastaajan rehellisyydestä sekä huolellisuudesta. Vastaajilla on mahdollisuus vastata mitä tahansa välittämättä ohjeistuksesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 195; Humanistinen ammattikorkeakoulu 2020, 28.)

Toinen kehittämistyöni menetelmä oli havainnointi. Havainnoinnin avulla on mahdollista saada tietoa siitä, miten ihminen käyttäytyy ja toimii hänen luonnollisessa toimintaympäristössään. (Mt., 114.) Tässä opinnäytetyössä havainnoinnin tarkoitus on täydentää kyselyä. Opinnäytetyön tarkoituksena on saada tietoa siitä, mikä TikTokissa

kiehtoo nuoria ja onko nuorisotyöllä paikkaa TikTokissa. Näiden kysymyksien vastauksiin tarvitaan havainnointia nuorison TikTokin käyttämisestä päivittäisessä elämässään sekä myös tutkijan ymmärrystä sovelluksesta. Tähän havainnointi on oiva kehittämismenetelmä. Havainnointi ei ole vain satunnaista katselemista vaan järjestelmällistä toimintaa. Havainnoijan rooli voi olla esimerkiksi aktiivinen osallistuja tai ulkopuolinen tarkkailija. Havainnointi voi olla strukturoitua tai strukturoimatonta. (Mt., 115–116.) Opinnäytetyön toteuttamiseen on käytetty enimmäkseen strukturoimatonta havainnointia.

Opinnäyteyössäni käytetyt menetelmät ovat kvalitatiivisia sekä kvantitatiivisia ja ne tukevat toisiaan.

#### 4.2 Kyselyn laatiminen, testaus ja toteutus

Kyselyä laatiessa taustalla olivat tutkimuskysymykseni sekä ajatus nuorille suunnatusta kyselylomakkeesta. Kysymykset ja niiden muoto laadittiin yhdessä tilaajan kanssa myös tilaajan tarpeet huomioon ottaen. Lopullisen kyselyn lähetin ohjaajalleni sekä tilaajalle kommentoitavaksi, kysyen kommentteja laadituista kysymyksistä, ulkoasusta, kysymysten järjestyksestä sekä yleisistä asioista. Kommenttien pohjalta tein viimeiset korjaukset. Testasin kyselyn noin kymmenellä kohderyhmään kuuluvalla nuorella, ennen sen virallista käyttöä.

Kyselyyn vastaaminen vei noin 5–8 minuuttia. Kysymyksiä on kokonaisuudessaan 25, mutta kysymysten todellinen määrä vaihtelee riippuen vastaajan valinnoista. Esimerkiksi mikäli ei omista TikTok sovellusta, ei vastaajan tarvitse vastata sen käyttöön liittyviin kysymyksiin. Kyselyn ensimmäinen puolisko käsittelee nuorten TikTokin käyttöä ja sen herättämiä ajatuksia, tunteita ja tapoja. Jälkimmäinen puolisko käsittelee nuorisotyötä ja TikTokia.

Opinnäytetyön kehittämistyön kohteena on nuoret. Minulla oli kesätyöpaikka Seinäjoen seurakunnalla, jossa pääsin olemaan mukana kolmella rippileirillä. Ennen kesää päätimme tilaajan kanssa että jos mahdollista, kysely ja havainnointi toteutetaan rippileireillä. Nämä 14–15-vuotiaat leiriläiset sekä 16–18-vuotiaat isokset olisivat täydellinen kohderyhmä. Tilaajan kanssa ei ollut ongelmaa siinä, että aineisto kerätään seinäjokelaisista nuorista, vaikka tilaajan toimipaikka on Jyväskylässä. Työn tarkoituksena

on yleisesti ymmärtää nuorten TikTokin käyttöä ja sitä, onko nuorisotyöllä paikkaa sovelluksessa. Kyse ei ole vain jyvaskyläläisistä nuorista tai Jyväskylän nuorisotyöntekijöistä. Koimme myös rippileirin olevan hyvä paikka monipuoliselle otokselle. Leireillä ei ole esimerkiksi vain urheilijoita, nuorisotilalla käyviä, seurakunnan toiminnassa mukana olevia tai tietyn ”ryhmän” nuoria. Leireillä olevat nuoret ovat hyvin heterogeeninen ihmisjoukko. Seinäjoen seurakunnan alueella rippikoulun käy 90 % ikäluokasta, joten leireille tulee hyvin erilaisia nuoria (Seinäjoen seurakunta 2020).

Kyselyn useissa kohdissa on annettu valmiit vastausvaihtoehdot vastaamisen helpottamiseksi. Mukana on myös avoimia kysymyksiä omakohtaisten kokemusten selvittämiseksi kuitenkin yksilöimättä vastaajaa. Arviointikysymyksiin, tiedustellen nuorten kiinnostusta, käytin liukukytkintä asteikoilla 1–5, yhden ollessa ”en ollenkaan” ja viiden ollessa ”hyvin paljon”. Käytin väittämien arviointiin Likert-asteikkoa vaihtoehdoilla täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä, täysin samaa mieltä. Pyrin luomaan kyselyn mahdollisimman helpoksi vastattavaksi sekä niin, ettei siihen vastaaminen olisi yksitoikkoista. Kiinnitin huomiota myös kyselyn ulkoasuun sitä laatiessa. Kyselylomakkeen ulkoasun on tarkoitus olla helppolukuinen sekä helposti vastattava (Kananen 2010, 93). Kysely on opinnäytetyössä liitteenä (liite 1).

Webropol -kyselyyn vastaaminen tapahtui leirin aikana, kullakin leirillä sopivassa ajankohdassa. Kyselyyn vastaamista ei ollut erikseen merkitty leirin päiväohjelmaan nuorille nähtäväksi, sillä näin ollen nuori voisi olettaa kyselyyn vastaamisen pakolliseksi ja osaksi leirillä tapahtuvaa ohjelmaa. Nuoria leireillä oli määrällisesti 20–40 per leiri, riippuen leirin koosta. Jokaisella leirillä olin läsnä, kun kyselyyn vastaaminen tapahtui, näin nuoret pystyivät esittämään tarkentavia kysymyksiä, mikäli kyselyssä oli epäselvyyksiä. En pitänyt tarkkaa kirjaa, kuinka moni nuorista vastasi kyselyyn per leiri, mutta jo kyselyyn vastaamistilanteissa muutama nuori kertoi älypuhelimesta akun olevan loppu, netti ei toiminut tai älypuhelin ei ollut läsnä vastaamishetkessä. Kokonaisvastaajamäärä oli 71.

Ennen kyselyyn vastaamista kerroin mitä kysely koskee, miksi pyydän nuoria vastaamaan siihen ja miksi juuri yhdenkin nuoren vastauksella on väliä. Kehotin nuoria vastaamaan kyselyyn mahdollisimman rehellisesti ja tarkasti oman arvion mukaan. Kerroin myös kyselyn olevan vapaaehtoinen.

### 4.3 Havainnoinnin toteutus

Toteutin havainnoinnin kolmen rippileirin aikana jokaisena leirin päivänä. Seurasin nuorten toimintaa TikTokin käytön suhteen. Leirien alkupuoliskolla olin enemmänkin ulkopuolinen tarkkailija, enkä niinkään osallistunut nuorten toimintaan TikTokin käytön suhteen. Loppuleiristä osallistuin itsekin enemmän sekä kyselin asioita havainnoinnin helpottamiseksi. Tutkimuksen alkuvaiheessa on suotavampaa käyttää tarkkailijan roolia, mutta kun tutkija tulee tutuksi tutkittaville, on helpompi ottaa aktiivisen tarkkailijan rooli (Ojasalo ym. 2014, 116–117). Leiriympäristö havainnoijan näkökulmasta on otollinen paikka, sillä pystyin olemaan mukana tutkittavien kanssa aamusta iltaan jokaisessa hetkessä mukana. Tämän takia olin tiiviisti leiriläisten kanssa esimerkiksi myös oppitunneilla, vaikka en itse ollut tunnin opettaja. Samoin myös vapaa-aikana vietin paljon aikaa nuorten seurassa, havainnoiden miten TikTok on silloin läsnä. Pysin olemaan koko leirin ajan kuitenkin enemmän kesätyöntekijä ja läsnä oleva aikuinen nuorille kuin tutkija. Täten roolini nuorten näkökulmasta oli hyvin luonnollinen.

Havainnoinnin haittapuolena voidaan nähdä se, että havainnoija saattaa muuttaa tilanteen kulkua, häiritä tai vaikuttaa siihen eri tavoin (Hirsjärvi ym. 2009, 114). En itse kokenut tätä ongelmaksi rippileireillä, sillä olin nuorille samaan aikaan yksi työntekijöistä ja tapani on olla hyvin läsnä nuorille. Nuorten käyttäytyminen leireillä oli hyvin normaalia, enkä kokenut havainnoinnin vaikuttavan heidän leirielämäänsä. Pystyn vertaamaan nuorten käyttäytymistä kolmeen aiempaan kesään, jolloin olen tehnyt samaa työtä.

### 4.4 Erityispiirteitä havainnoinnista

Havainnoinnin kohteena oli nuoret ja erityisesti nuorten käyttämä älypuhelinsovellus, joten tämä edellytti minulta erityisiä toimenpiteitä. Nuorilla sekä ihmisillä yleisestikin älypuhelin on kädessä ison osan päivästä ja jotta tietäisin milloin nuori käyttää TikToksovellusta, oli minun itse tiedettävä miltä sovellus näyttää, mitä sen käyttämiseen kuuluu, mitä ääniä siitä tulee ja miten se toimii. Päätin siis jo ennen kesää alkaa käyttämään sovellusta aktiivisesti, jotta ymmärtäisin sitä paremmin. Tästä oli hyötyä havainnoinnissa, sillä tunnistin erilaisia tansseja ja musiikkeja mitkä liittyivät sovellukseen eri havainnointitilanteiden aikana. Kerron havainnointituloksistani enemmän luvussa

viisi. Eettisten sekä laillisten syiden takia en myöskään voinut olla koko ajan tuijottamassa nuorten puhelimen näyttöä ”salaa”, joten sovelluksen käyttö täytyi tunnistaa muilla tavoilla.

#### 4.5 Lisäkysely nuorisotyöntekijöille

Palaverissa työn tilaajan sekä ohjaajan kanssa päätimme, että luon pienimuotoisen kyselyn myös nuorisotyöntekijöille TikTokista. Tavoitteena selvittää onko nuorisotyöntekijöillä halua lähteä TikTokiin mukaan ja jos on, niin miksi ja minkälaista sisältöä sinne tuotettaisiin. Kyselyyn ei ollut tarkoitus saada suurta vastaajamäärää, vaan enemmänkin muutamia kommentteja alan työntekijöiltä. Kyselyä on jaettu Jyväskylän nuorisopalveluiden Teamsin kautta. Vastaajamäärä oli 17 henkilöä. Kyselyn ei ole tarkoitus kilpailla pääkyselyn kanssa, vaan tuoda vastakkainasettelua ja näkökulmia myös nuorisotyöntekijöiltä. Kysymyksiä on seitsemän, mutta todellinen määrä vaihteli vastausten mukaan. Kysely on liitteenä opinnäytetyössä (liite 2).

#### 4.6 Tutkimusetiikka

Seinäjoen seurakunta sekä Jyväskylän nuorisopalvelut myönsivät tutkimusluvan opinnäytetyön kehittämistyön toteuttamiseen. Samoin rippileirien vastuutyöntekijät hyväksyivät tutkimuksen tekemisen sekä leiriläisten vanhempia informoitiin tutkimuksen toteutuksesta. Mikäli tutkimuksen kohteena on organisaatio tai sen toiminta, on hyvä tapaista kysyä tutkimukseen erikseen lupa (Arene 2020). Kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista sekä vastanneiden anonyymiteetti säilyi koko kyselyn ajan. Henkilötietoja kyselyssä ei kerätty. Havainnoinnin aikana en kuvannut videoita tai ottanut kuvia nuorista tai heidän toimenpiteistään osin eettisistä syistä. Syy tähän oli, että kyseisiin toimiin olisi erikseen pitänyt pyytää lupa jokaiselta nuorelta ja heidän vanhemmiltaan. Tutkimustuloksista saadut tiedot on kirjoitettu tähän työhön niin, ettei niistä tunnista yksittäisiä vastaajia.

#### 4.7 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimusta toteutettaessa on tarkoitus välttää virheiden syntymistä. Tämän takia tutkimuksen laatua pyritään arvioimaan eri tavoin. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.) Tutkimuksen laadun tarkkailuun käytetään validiteettia sekä reliabiliteettia (Ronkainen, Leila, Lindblom-Ylänne & Paavilainen 2011, 129–131). Jokaiselta tutkimuksen tekijältä edellytetään tutkimuksen tuloksien laadun ja pätevyyden arviointia. Jos tutkimus itsessään

ei ole pätevä eikä huolellisesti tehty, sen tuloksia ei voi käyttää mihinkään. (Ronkainen ym. 2011, 129.)

Validiteetti kertoo siitä, kuinka hyvin tutkimus kuvaa mitattavaa asiaa tai ilmiötä. Validiteetti kuvaa tutkimuksen pätevyyttä. (Hirsjärvi ym. 2009, 231; Ronkainen ym. 2011, 130–131; Kananen 2010, 69.) Validiteetti voidaan jakaa sisäiseen sekä ulkoiseen validiteettiin. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen teoriaa, logiikkaa sekä johdonmukaisuutta. Kun taas ulkoinen validiteetti viittaa tutkimuksen tuloksien yleistettävyyteen, niin että tutkimuksen tulokset voidaan siirtää yhteydestä toiseen. (Ronkainen ym. 2011, 130.) Validiteetti kärsii, jos esimerkiksi kyselyyn vastanneet ovat vastanneet kysymyksiin, mutta ymmärtäneet kysymyksen tarkoituksen eri tavoin kuin tutkija (Hirsjärvi ym. 2009, 232).

Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittauksen tarkkuutta ja pysyvyyttä, niin että jos saman tutkimuksen tekisi toisen kerran, saisi saman tuloksen. (Kananen 2010, 69; Ronkainen ym. 2011, 130–132.) Reliabiliteetti määrittää myös sitä, kuinka yhdenmukaisesti tutkimus on suoritettu sekä miten hyvin mittari toimii. Jokaisessa mittauksessa syntyy virheitä mutta jos tutkittavat ovat valikoituneet tutkimukseen satunnaisesti ja heitä on tarpeeksi paljon, satunnaisvirheet kumoavat toisensa. Reliabiliteetin huomioon ottaminen tutkimusta tehdessä on huolellista suunnittelua, johdonmukaisuutta sekä sitä että koko tutkimus on toteutettu huolellisesti. (Ronkainen ym. 2011, 131–133.)

Opinnäytetöissä on tärkeää tehdä luotettavuusarviointia koko kehittämistyön ajan, eikä vain lopuksi, sillä silloin se on myöhäistä. Luotettavuuskysymykset täytyy ottaa huomioon työn alusta lähtien ja pohtia niitä jatkuvasti läpi työn. (Kananen 2015, 343.) Tässä opinnäytetyössä käytin alusta lähtien useita eri aineistolähteitä sekä pyrin kiinnittämään huomiota lähteiden eri tyyppeihin. Työssä on käytetty useita eri lähteiden tyyppisiä esimerkiksi kirjat, e-kirjat, videot, artikkelit ja sanomalehdet. Käyttämistäni lähteistä useat ovat internet lähteitä, mutta se sopii opinnäytetyön aiheeseen ja siihen, että aiheen ajankohtaisuuden vuoksi, tutkittua kirjallista tietoa ollut saatavilla. Huomioitavaa on myös, että kaikista käyttämistäni lähteistä valtaosa on alle kaksi vuotta vanhoja.

Kyselyä laatiessa pyrin kiinnittämään huomiota kysymysten muotoiluun niin, etteivät kysymykset olisi johdattelevia tai niin, etteivät ne vääristäisi vastaajan ajatusta. Kysy-

mykset ja vastausvaihtoehdot olivat myös erilaisia, jottei vastaaja automaattisesti vastaa samaa kuin edellisessä kysymyksessä. Kyselyssä käytin avoimia- sekä valintakysymyksiä kokonaisvaltaisen kuvan saamiseksi. Pysin lisäämään kyselyn luotettavuutta myös testaamalla sitä kohderyhmään kuuluvilla henkilöillä varmistaen, ettei kyselyssä ole epäselviä kohtia. Kiinnitin huomiota myös havainnointiin niin että se oli samantyylistä ja huolellista jokaisessa tilanteessa.

Tutkimuksen luotettavuutta lisää myös triangulaatio, joka tarkoittaa useiden menetelmien käyttöä samassa tutkimuksessa (Hirsjärvi ym. 2009, 233). Kysely, havainnointi ja aiempien tutkimusaineistojen käyttäminen olivat tässä työssä triangulaation piirteitä. Käytin tutkimuksessa siis kvalitatiivisia sekä kvantitatiivisia menetelmiä. Koen silti, että haastatteluiden tekeminen olisi vahvistanut tutkimuksen luotettavuutta. Vaikka kyselyssä oli avoimia kysymyksiä, koen että haastatteluiden tuoma syventävä vaikutus olisi tuonut yksityiskohtaisempaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimuksen reliabiliteetin näkökulmasta haasteen tuo tuloksien aikasidonnaisuus. Älypuhelinsovellukset muuttuvat jatkuvasti sekä niiden käyttötarkoitus muuttuu ajan kuluessa. Esimerkiksi olen huomannut, että kaverini sekä minä itse, käytämme Facebookia aivan eri tavalla kuin kymmenen vuotta sitten. Sama voi päteä TikTokiin tulevaisuudessa, jolloin tutkimuksen tulokset eivät oletettavasti ole toistettavissa.

Tekstissä olen huolellisesti tuonut esiin koko tutkimusprosessin alusta loppuun sekä avannut ilmiöön liittyviä termejä ja käsitteitä perinpohjaisesti. Olen pyrkinyt avaamaan tutkimuksen eri vaiheet mahdollisimman tarkasti. Olen tulkinut tuloksia poh-tien niihin vaikuttaneita tekijöitä sekä esittänyt kysymyksiä, joita tuloksista herää. Tuloksia esiteltäessä olen kirjoittanut auki eri menetelmistä saatuja yhteneväisyyksiä sekä eroavaisuuksia. Työtä tehdessäni olen ollut orientoitunut aiheeseeni ja pitänyt mielessäni tutkimuskysymykset.

## 5 TULOKSET

Tässä luvussa käyn läpi kyselyjen tuloksia sekä havainnoinnista saatuja huomioita. Jokainen alaluku käsittelee tiettyä kohtaa kyselystä. Teksti keskittyy pääsääntöisesti nuorille suunnatun kyselyn tuloksiin. Sivuväenäänä toimii havainnoinnin tulokset, nuorisotyöntekijöille suunnatun kyselyn tulokset ja omat huomioni tuloksista. Tekstissä on kerrottu minkä menetelmän tuloksista on milloinkin kyse. Kuvaan aluksi hieman vastaajien taustatietoja, jotta lukijan on helpompi tietää, minkälaisesta vastaajajoukosta on kyse. Näin lukija pystyy ymmärtämään vastauksia sekä saamaan paremman käsityksen koko tutkimustuloksista. Avaan myös tuloksien pääpiirteitä, jotta lukija saa ”viilauksen” kokonaiskuvasta. Sen jälkeen käsittelen tuloksia eri alaluvuissa. Osan tuloksista olen analysoinut tarkemmin Webropol Insight -ohjelmalla. On huomioitava, että vastaajamäärän pienen koon takia analyysit eivät ole täysin luotettavia, vaan enemmänkin suuntaa antavia ja huomioonotettavia.

Kyselyyn vastasi 71 nuorta, joista suurin osa (82 %) oli 13–15-vuotiaita. Mukana oli myös jonkin verran 16–18-vuotiaita (11 %) sekä muutama yli 18-vuotias (7 %). Vastaajien sukupuolijakauma oli yllättävän tasainen, sillä vastaajista naisia oli vain hieman vähemmän (42 %) kuin miehiä (55 %). Yksi vastaajista ei halunnut kertoa sukupuoltaan ja yksi ilmoittautui muun sukupuoliseksi. Kyselyn tarkoituksena oli tutkia TikTokiin käyttöä ja nuorisotyön mahdollisuuksia TikTokissa. Niin kuin oma oletukseni oli, suurimmalla osalla nuorista (80 %) TikTok löytyi älypuhelimesta. Tytöistä 90 % sovellus oli puhelimesta, kun taas pojilla sama luku oli 74 %.

Päähuomiot kyselyn tuloksista olivat, että nuoret selaavat TikTokia omaksi ajan kuluksi ja TikTokista he löytävät hauskaa sisältöä, jota voivat jakaa kavereiden kanssa. Nuoret itse tunnistavat sovelluksen olevan hyvin addiktoiva, mutta heidän omien arvioiden mukaan aikaa sovellukseen ei kulu useita tunteja päivässä. Videoissa olevat kiusaavat kommentit ovat sovelluksen suurimpia huonoja puolia. Sovellusta käytetään koulussa sekä kavereiden kanssa. Kuitenkin suurin osa käytöstä tapahtuu kotona. Nuoret hallitsevat sovelluksen käytön itse eivätkä halua nuorisotyöntekijöiden tai muiden nuorisotahojen liittyvän sovellukseen.



### 5.1 Puoli tuntia päivässä hyvää ajanvietettä, joka on täynnä iloa ja naurua

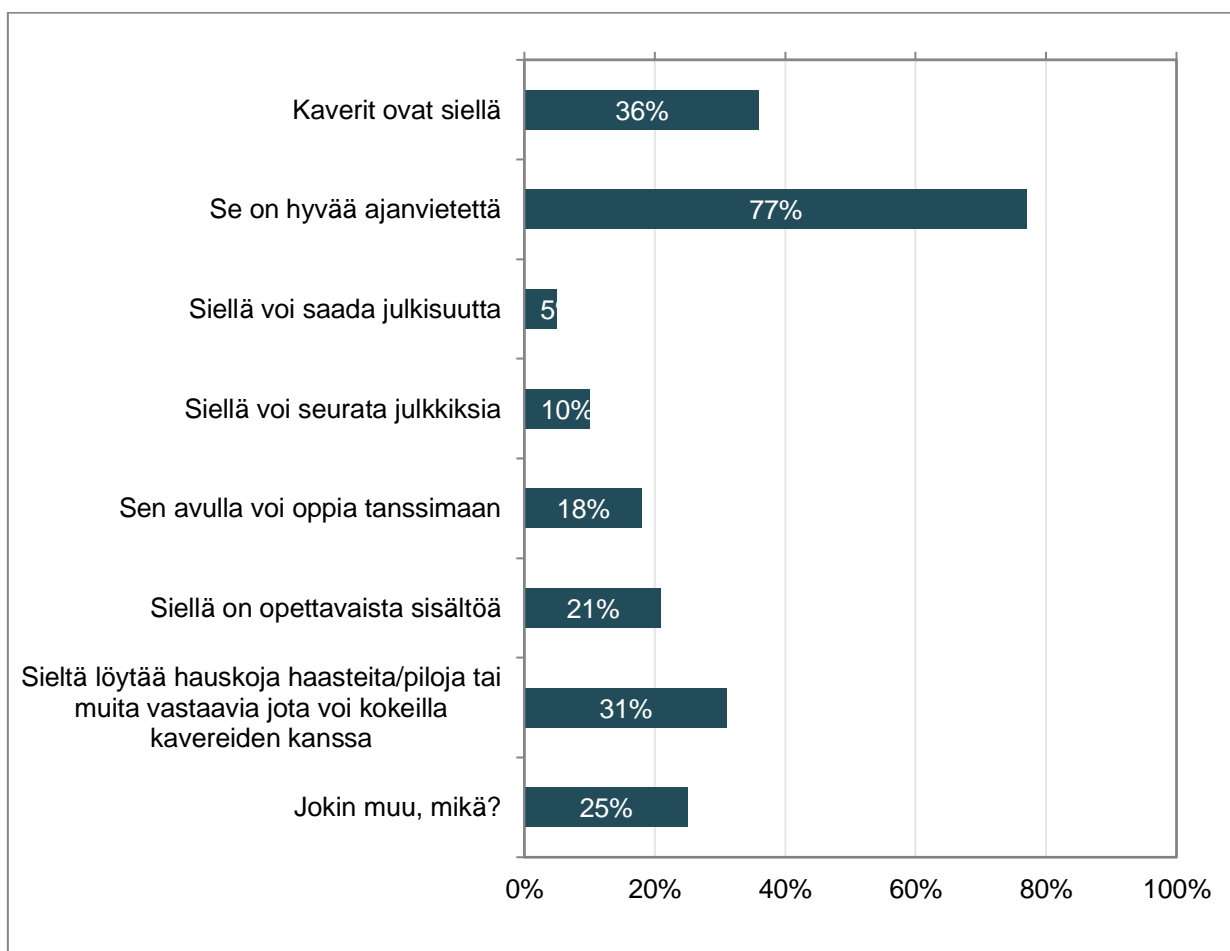
Kysymyksessä kahdeksan kysyin syitä nuorten TikTokin käyttämiseen. Tulokset löytyvät kuviosta yksi (kuvio 1.) Tuloksista selvisi, että nuoret nauttivat TikTokin selaamisesta ja käyttävät sitä suurimmaksi osaksi sen takia että se on hyvää ajanvietettä. Toinen tuloksista erottuva syy TikTokin käyttämiseen on se, että kaverit ovat siellä. Nuori haluaa siis olla siellä missä kaveritkin ovat. Nuorille kaverit ovat suuressa merkityksessä ja kysyin, kokeeko nuori ulkopuolisuuden tunnetta (fomo), jos hän ei olekaan sovelluksessa mukana? Tämän lisäksi kysyn ajaako ryhmäpaine yksittäisiä nuoria lataamaan sovelluksia, joita ei muuten tulisi ladattua? Vai onko ryhmäpaineen vaikutus nuorelle positiivinen niin että on mahtavaa, kun kaveri löysi uuden sovelluksen, jota voi itsekin käyttää?

Noin kolmannes on kiinnostunut sovelluksen käytöstä kavereiden kanssa kokeiltavien haasteiden/pilojen tai muiden vastaavien toimintojen takia. Haasteet leviävät ympäri maailman hyvin nopeasti ja havainnoinnin aikana nuoret suorittivat niitä leireillä eri tilanteissa. Tunnistin niiden alkuperän olevan TikTokista. Yksi haasteita oli ns. splash challenge (esim. Saunt 2020) jossa ”hypätään” veden pinnalta. Haasteessa seistään uima-altaan reunalla, selkä veteen päin, ja tarkoituksena on hypätä niin että jalat hi-paisevat veden pintaa, jonka jälkeen jalat tulevat takaisin altaan reunalle (Saunt 2020).

Vaikka sovellus itsessään pyörii hyvin paljon tanssivideoiden ympärillä, vain 18 % vastaajista käyttää TikTokia oppiakseen tanssimaan. Mielenkiintoinen huomio on se, että tuosta 18 prosentista kaikki paitsi yksi vastaajista olivat tyttöjä. Tytöille tanssimisen oppiminen näyttäisi olevan tärkeämpi asia kuin pojille. Toinen yllättävä huomio oli, että vaikka TikTokissa kuka tahansa voi nousta julkisuuteen helpostikin, vain harva vastaajista (5 %) käyttää sovellusta siihen, että voisi itse tulla julkisuuden henkilöksi. TikTok ei selvästi ole ensisijainen kanava, jossa seurataan julkisuuden henkilöitä, sillä vain kymmenesosa vastaajista kertoi sen olevan syy TikTokin käyttämiseen. TikTok ei ehkä alustana ole kaikista informatiivisin, jos mietitään julkisuuden henkilön elämää. Oma kokemukseni on, että julkisuuden henkilöt jakavat yleensä henkilökohtaisempaa tietoa Instagramissa tai Snapchatissa kuin TikTokissa. Joka viides vastaajista listasi yhdeksi syyksi käyttää TikTokia vaihtoehdon ”Siellä on opettavaista sisältöä”. Olisi

mielenkiintoista tietää minkälaista opettavaista sisältöä vastaan on tullut ja minkälaisilta käyttäjiltä. Kyseinen sisällöntuotanto olisi hyvin luonteva tapa tuottaa sisältöä myös nuorisotyöntekijöille tai muille nuorisotalon tahoille.

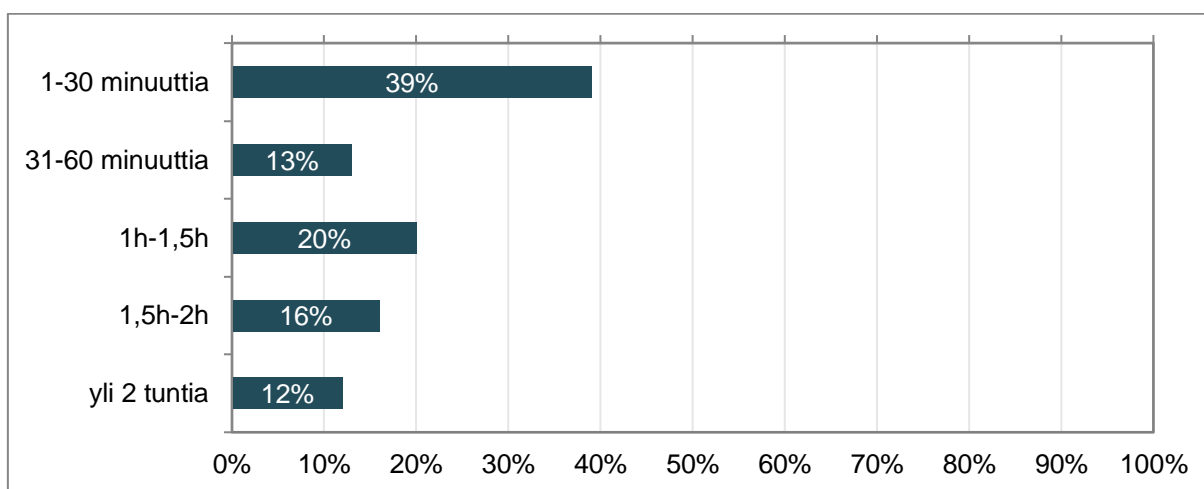
Havainnoinnissa tuli ilmi, että TikTok oli usein ensimmäinen sovellus, joka aukesi, jos nuorille tuli tylsä hetki. Kun ei ollut ohjattua ohjelmaa tai piti odottaa jotain, nuoret täyttivät sen tyhjän hetken selaamalla TikTokia. Tämä tukee tuloksia ajanvietteen tärkeydestä käyttäessä TikTokia.



Kuvio 1. Onko jokin seuraavista vaikuttanut päätökseesi käyttää TikTokia?

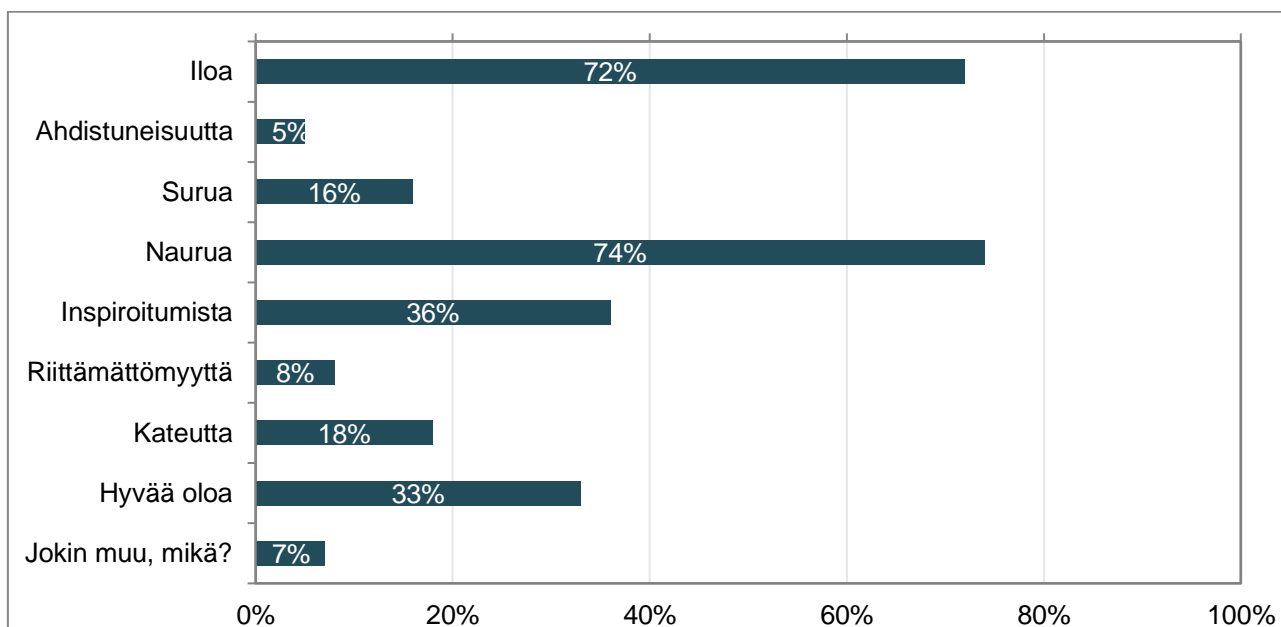
Kuten jo aiemmin mainitsin, ihmisen on vaikea arvioida omaa puhelimen käyttöään. Kysymyksessä seitsemän kysyin TikTokiin käytettyä aikaa päivässä (kuvio 2.) Eniten valittu vastausvaihto oli 1–30 minuuttia, johon vastasi 39 prosenttia tutkittavista. Ylälättäen toiseksi eniten valittu vastausvaihtoehto oli 1h-1,5h. Onko puolitoista tuntia päivässä yhteen sovellukseen paljon vai vähän aikaa? Älypuhelimien käyttö on niin yksilökohtaista, että tuloksista on vaikea vetää johtopäätöksiä. Tämän kysymyksen tu-

lokset ovat myös yllättävän tasaisia lukuun ottamatta ensimmäistä vastausvaihtoehtoa. Aiemmissa tutkimustuloksissa TikTokiin käytettiin päivässä keskimäärin 52 minuuttia (Mohsin 2020.) Tuloksia analysoidessa selvisi, että yli puolet pojista käyttävät sovellusta alle 30 minuuttia päivässä, kun taas yli puolet tytöistä käyttävät sovellusta enemmän kuin tunnista kahteen tuntiin päivässä. Vain 3 prosenttia pojista selaa TikTokia yli 2 tuntia päivässä, kun taas tytöistä saman tekee 20 prosenttia. Tuloksien perusteella tytöt käyttävät sovellusta huomattavasti enemmän päivän aikana kuin pojat. Olisi tietenkin hyvä tutkia käyttävätkö tytöt yleisesti enemmän älypuhelinia kuin pojat, joka jo sinänsä selittäisi tuloksia.



Kuvio 2. Paljonko käytät aikaa TikTokin selaamiseen päivittäin?

TikTok herättää nuorissa ilon sekä naurun tunteita. Sovelluksesta haetaan selvästi hyvää oloa ja mukavia hetkiä. Sovellus toimii eräänlaisena nykypäivän ”vitsikirjana”. Kysyessäni mitä tunteita sovellus herättää oli tulos selvä (kuvio 3). Yli 70 prosenttia vastaajista kertoi TikTokin herättävän tunteina iloa ja naurua. Tulokset ovat ymmärrettäviä, sillä harva meistä haluaisi käyttää sovellusta, joka tuo meille pahaa oloa. Vaikka sovellus on ollut mediassa huonossa valossa erinäisten syiden takia (esim. tietosuojongelmat tai moderointi sovelluksessa), negatiivisia tuntemuksia se herättää vain pienessä osassa vastaajia. Yksi yllättävä tulos oli, että yli kolmannes kokee inspiroitumista sovellusta käyttäessä. Erilaiset tanssin muodot, haasteet, temput ja kokeet herättävät nuorissa tunteita innostuksesta ja halusta tehdä jotain mikä on heille tärkeää. Voi olla, että kun nuoret näkevät tavallisten ihmisten videoiden saavan tuhansia näytökertoja tai kun tavallinen ihminen tekee vaikealta tuntuvan haasteen, se muistuttaa heille, että joku päivä heistäkin voi tulla jotain mitä he ovat halunneet.



Kuvio 3. Minkälaisia tunteita TikTokin käyttäminen herättää sinussa?

## 5.2 ”Siellä on hauskoja videoita ja ikinä ei tule tylsää hetkeä”

Kysymys numero kymmenen oli ensimmäinen avoin kysymys kyselyssä ja sen tarkoitus oli kerätä TikTokin hyviä puolia yhteen. Avoimissa kysymyksissä vastaaja voi vastata mitä tahansa tai jättää vastaamatta varsinaiseen kysymykseen, mutta onneksi suurin osa vastaajista vastasi asiallisesti. Muutama ”en tiä” -vastaus kuitenkin joukosta löytyi. Tuloksista selviää, että ”hauskat videot” ja ”hyvää ajanvietettä” ovat teemoiltaan ylivoimaisesti kärjessä. Kyseisiä vastauksia tai samaa tarkoittavia asioita oli miltei jokaisessa vastauksessa. Aiemmin vertasin TikTokia nykypäivän vitsikirjaksi ja yksi vastaajista luonnehtii alustaa ”uudeksi meemimaailmaksi”. On selvää, että nuoret käyttävät sovellusta viihdyttääkseen itseään ja kavereita. Yksi vastaajista totesi ”se tuo iloa ja se rentouttaa, ei tarvitse miettiä mitään” ja kyseinen teema nousi muissakin vastauksissa. TikTok toimii nuorille siis eräänlaisena rentouttavana hetkenä hektisen elämän keskellä. Kun aikuinen istuu sohvalle pitkän työpäivän jälkeen ja avaa television, nuori tekee saman, mutta avaa TikTokin.

Sovellus on luotu nuorten käyttöön ja nuorille helppokäyttöiseksi, joka ilmenee myös vastauksista: ”nopeasti selattava”, ”nopeus”, ”helppo selata” olivat huomioita nuorilta itseltään vastauksien muodossa. TikTok ei tarjoa myöskään vain yksipuolisia videoita, joihin kyllästyisi nopeasti vaan vastauksista ilmenee videoiden monipuolisuus, joka on

se mikä nuoria sovelluksessa kiehtoo. Tähän väitteeseen tukevia vastauksia olivat: ”tulee monipuolisesti videoita kaikista”, ”paljon erilaisia ihmisiä ja videoita”, ”siellä on monenlaista sisältöä monenlaisilta ihmisiltä”.

Yksi mielenkiintoisimmista vastauksista oli: ”se yhdistää maailmaa ja vähentää eriarvoisuutta”. TikTokin salaisuus piilee siinä, että kestä tahansa voi tulla mitä tahansa ja näin myös eriarvoisuus vähenee. Ehkä nuoret ajattelevat, että toinen ihmisryhmä ei olekaan sen alempiarvoisempi sillä samoja tansseja hekin tanssivat ja vieläpä hyvinkin. Videot vilahtavat näytölle eri maista ja eri kulttuureista, joten myös tämä tutustuttaa nuorta eri maihin ja heidän asioihinsa. Muutamat kokevat myös vertaistuen löytymisen, opettavat videot, tanssin oppimisen sekä videoiden tekemisen sovelluksen hyväksi puoleksi.

Havaintoihin perustuen nuoret naureskelevat usein yhdessä TikTokista löytyneille videoille. Yksi havainnoistani oli, kun nuoret makoilivat yleisen tilan sohvilla, he kaikki katsoivat TikTokeja ja vähän väliä nauroivat, jonka jälkeen näyttivät sitä kaverille ”tsii-gaa tää” ja nauru jatkui. Nuoret myös tekivät omia TikTok-videoita leirin aikana, useimmiten kavereiden kanssa. TikTokien tekeminen oli muille nuorille normaalia. Kun nuoret laittoivat kännykän kuvaamaan ja alkoivat tanssia musiikin tahtiin, harva kiinnitti huomiota ja jos kiinnitti, niin kysymys oli usein ”saanko mäki tulla mukaan?” Useat nuorista halusivat olla TikTokeissa mukana ja innolla suorittivat erilaisia haasteita ja tansseja mitä olivat löytäneet TikTokista. Kehonkielestä huomasi, että he nauttivat, hymy ja ilo oli aina heidän kasvoillaan, kun TikTokeja kuvattiin.

### 5.3 Vihakommentteja, addiktiota ja riittämättömyyttä

Kysymys 11 oli myös avoin kysymys ja sen tarkoitus oli kerätä yhteen TikTokin huonoja puolia. Nuoret kokevat pääpiirteittäin sovelluksen huonoiksi puoliksi vihakommentit erityisesti suomalaisissa videoissa sekä sovelluksen koukuttavuuden. Vaikka ajankäyttö ei nuorten omien arvioiden mukaan ollut montaa tuntia päivässä, silti monet kokivat, että TikTokiin jää koukkuun helposti. Tämä ilmeni useista kommentteista, jotka kuvasivat ajankäyttöä: ”siihen addiktoituu helposti”, ”vei aikaa sikana”, ”jää koukkuun liian helposti”. Onko TikTok ainutlaatuinen sovellus sen koukuttavuuden kannalta? Vai onko muutkin nuorten käyttämät sovellukset yhtä lailla koukuttavia? Piilekö TikTokin nousun salaisuus juuri sen koukuttavuudessa?

Monet kertoivat myös kiusaamisen, haukkumisen, toksisuuden ja pilkkaamisen olevan sovelluksen huonoja puolia. Tämä kaikenlainen toisten haukkuminen tapahtuu kommenttiosioissa ja erityisesti suomalaisten videoiden kommentteissa. Suurin osa vastauksista käsitteli kiusaamiskommentteja eri näkökulmista. ”Paljon vihakommentteja turhista syistä”, ”kommenteissa kiusaaminen”, ”kiusaamista ja pilkkaamista on paljon” olivat nuorten vastauksia ja listaa olisi voinut jatkaa pidempäänkin. Miksi kiusaamista tapahtuu juuri suomalaisten videoiden kommentteissa? Tapahtuuko sitä myös muunkielisissä videoissa? Aiempi tutkimus (Ristiluoma 2020, 26, 34) osoittaa että verkkokiusaamista tapahtuu 4.–9.-luokkalaisilla henkilöillä eniten TikTokissa. Ristiluoma (2020, 34) pohtii syiden johtuvan täysi-ikäisten käyttäjien vähäisyydestä sovelluksessa. Selvää on, että nuorisotyöllä olisi tässä kohta mihin tarttua, mikäli nuorisotyö lähtisi mukaan sovellukseen. Jos turvalliset aikuiset olisivat mukana sovelluksessa, saisiko sillä kitketettyä sovelluksessa tapahtuvaa kiusaamista? Toisaalta jotkin nuorista eivät halua aikuisia TikTokiin, joka kumpusi vastauksista ”siellä on aikuisia” tai ”siel o jotai mummoi”. TikTokin ikäraja on 13 vuotta mutta sovelluksesta löytyy selvästi myös alle 13-vuotiaita, sillä huonoiksi puoliksi listattiin myös lapset ja muut alle 13-vuotiaat sovelluksessa.

Sosiaalisesta mediasta ja ulkonäköpaineista on ollut mediassa puhe jo kauan. Myös vastauksista ilmeni samoja piirteitä. ”Voi tulla ulkonäköpaineita”, ”välillä se aiheuttaa itsetunnon laskemista koska siellä näkee niin paljon upeita ihmisiä” ja ”voi tuntea itsensä huonommaksi” olivat osa vastauksista, jotka liittyivät riittämättömyyden tunteeseen. TikTok on yksi nuorten käyttämistä kanavista, joka tuo hyvää fiilistä ympärilleen, mutta saattaa pahimmillaan laskea itsetuntoa ja luoda vahvojakin paineita käyttäjilleen sekä erityisesti haavoittuvassa iässä oleville nuorille. Nuoriso-ohjaaja Mari-Katri Lempinen kommentoi YLEn artikkelissa (2020) että monet somevaikuttajista osaavat poseerata niin että heidän kroppansa näyttävät täydellisiltä. Tämän nuoret tietävät ja esimerkiksi TikTokissa on useita opetusvideoita poseerauksesta. Videoissa opetetaan esimerkiksi, kuinka saadaan vyötärö näyttämään kapealta. Kyseisiä asioita mainostetaan avoimesti eivätkä poseerausvinkit ole salaisuus. (Lempinen 2020.) Vaikka nuori tietäisi, että tietyt kuvat ja videot ovat vain poseerauksen salaisuuksia, miettiikö hän sitä joka videon tai kuvan kohdalla? Videot tai kuvat voivat silti herättää itsetuntopaineita, vaikka nuori tietäisi kyseessä olevan ns. trikkikuvaa poseerauksen avulla.

#### 5.4 TikTok on hallussa

Kysymyksessä 12 oli erilaisia väittämiä TikTokin käyttöön liittyen (kuvio 4). Tuloksista selviää, että TikTokia ei käytetä ensimmäisenä sovelluksena aamulla. Tietyille osalle vastaajista TikTok on viimeinen sovellus ennen nukkumaanmenoa. TikTok ei ole kummassakaan tapauksessa se sovellus, joka aina olisi auki ensimmäisenä aamuna tai viimeisenä illalla. Useat nuorista käyttävät sovellusta enimmäkseen kotona, mutta samoin sovellus on auki myös kavereiden kanssa sekä koulussa. Aiemmin kertomani havainnot kavereiden kanssa käytöstä tukee tätä näkemystä. Voisi ajatella, että jos nuorelle tulee tylsä hetki kotona tai hän joutuu odottamaan jotain, hän täyttää sen ajan TikTokin selaamisella.

| n=61                                                                                                                                                         | Täysin samaa mieltä | Jokseenkin samaa mieltä | Jokseenkin eri mieltä | Täysin eri mieltä |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|
| TikTok on ensimmäinen sovellus minkä avaan aamulla                                                                                                           | 1,64 %              | 27,87 %                 | 18,03 %               | 52,46 %           |
| TikTok on viimeinen sovellus minkä suljen illalla                                                                                                            | 9,84 %              | 44,26 %                 | 14,75 %               | 31,15 %           |
| Käytän TikTokia koulussa                                                                                                                                     | 31,15 %             | 39,35 %                 | 14,75 %               | 14,75 %           |
| Käytän TikTokia kotona                                                                                                                                       | 65,57 %             | 26,23 %                 | 3,28 %                | 4,92 %            |
| Käytän TikTokia kavereiden kanssa ollessani                                                                                                                  | 39,34 %             | 42,62 %                 | 6,56 %                | 11,48 %           |
| Osaan erottaa mikä on luotettavaa sisältöä TikTokissa                                                                                                        | 60,65 %             | 34,43 %                 | 3,28 %                | 1,64 %            |
| Ymmärrän TikTokin kirjoittamattomat säännöt(tavan postata videoita, tieto siitä mitkä tanssit tai haasteet ovat nyt "in", miten sovelluksessa käyttäydytään) | 67,21 %             | 21,31 %                 | 4,92 %                | 6,56 %            |
| Videoiden teko, muokkaus, ulkoasu ja sovelluksen käyttö onnistuu minulta ongelmitta                                                                          | 55,74 %             | 22,95 %                 | 14,75 %               | 6,56 %            |
| Kaipaisin apua TikTokin käyttöön                                                                                                                             | 4,92 %              | 1,64 %                  | 8,20 %                | 85,24 %           |
| Olen kohdannut TikTokissa opettavaista sisältöä (esim. parisuhdeneuvoja, elämänohjeita, vinkkejä johonkin lajiin tms.)                                       | 44,26 %             | 39,34 %                 | 4,92 %                | 11,48 %           |

#### Kuvio 4. Väittämiä TikTokin käytöstä

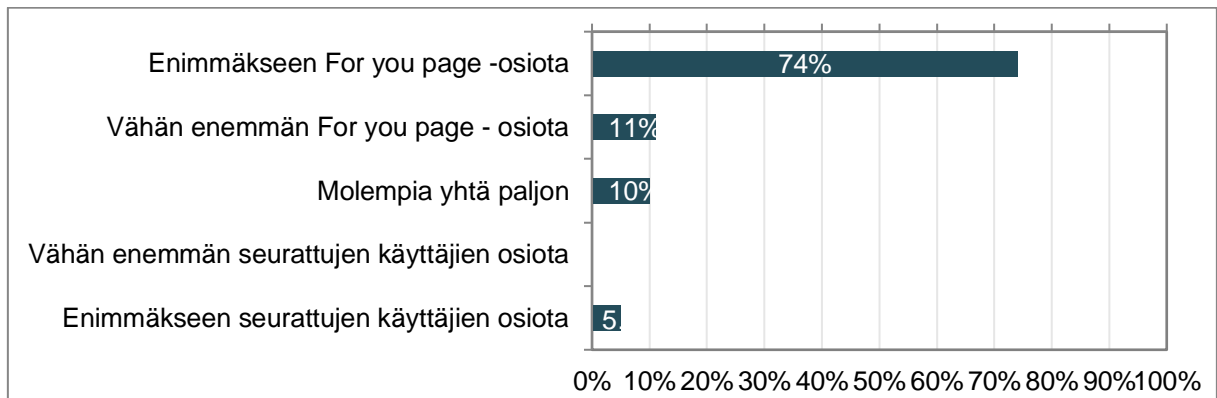
Suurin osa nuorista on perillä TikTokin sisällöstä ja pystyvät erottamaan luotettavan sisällön. Uskoisin että nuorten medialukutaito on varmasti parantunut viime vuosina ja kaikkea mitä sosiaalisessa mediassa nähdään ei uskota todeksi. Sama pätee myös TikTokin sisältöön. Huomioitavaa on, että Lahden (2019) tutkimuksen mukaan nuoret luottavat somevaikuttajien jakamaan sisältöön hyvin paljon ja se vaikuttaa jopa heidän arkipäiväisiin valintoihinsa. Nuoret kokevat suhteet somevaikuttajiin hyvin kaverillisina (Lahti 2020). Jos somevaikuttaja jakaa jotain epäluotettavaa, tunnistaako nuori silloin sisällön luotettavuuden vai uskooko hän vaikuttajaa empimättä?

TikTokin käyttö ylipäättään on tuloksien mukaan hallinnassa eikä suurin osa tarvitse sen käyttämiseen apua. Iso osa nuorista on kohdannut opettavaista sisältöä TikTokissa, joka on positiivinen asia huomata. Niin kuin jo aiemminkin mainitsin kyseinen sisällöntuotanto tapa olisi luonteva mielestäni juuri nuorisoalalle. Ehkä nuorisotyöntekijöiden pitäisi tutkia minkälaista opettavaista sisältöä sovelluksesta löytyy ja hyödyntää näitä oppeja.

Havainnointitilanteissa kohtasin nuorten tekevän erilaisia tanssiliikkeitä tai laulavan tietyn biisin sanoja, johon monesti joku muu kommentoi: ”eiks toi [tanssi tai laulu] oo TikTokista?” Nuoret selvästi tiesivät mitkä kappaleet ja tanssiliikkeet ovat nyt ”in” ja mitkä ovat olleet pinnalla esimerkiksi muutama kuukausi takaperin. Leirin oppitunneilla kuulin useita erilaisia ääniä älypuhelimista. Monia niistä tunnistin TikTokista tuleviksi ääniksi. Voisi olettaa, että myös koulujen oppitunneilla käyttöä tapahtuu, välitunneista puhumattakaan.

Yksi tärkeimmistä tuloksista on se, kuinka paljon nuoret selaavat sovelluksen For You -osiota (kuvio 5). Tämä osio on täysin algoritmeihin pohjautuvaa sisältöä, joka tarkoittaa sitä, että nuoret näkevät sen mitä TikTok haluaa heidän näkevän. Vaikka nuorisotyö lähtisi sovellukseen mukaan on sisällön oltava sellaista, jotta se tulee suosituksi. Tällä tavalla nuoret löytävät käyttäjän sekä sisällön. Pelkkä nuorisotyön tilin seuraaminen ei riitä, sillä vain pieni osa nuorista selaa seurattujen tilien osiota TikTokissa. For You -osiossa pyörii ”in” olevat kappaleet sekä trendit ja mikäli nuorisotyö haluaa tavoittaa mahdollisimman paljon nuoria, on heidän oltava kartalla siitä, mitä sovelluksessa tapahtuu. Se mitä käyttäjä seuraa sovelluksessa, vaikuttaa siihen mitä videoita hänen For You -osioon tulee. Se ei kuitenkaan anna taetta siitä, että käyttäjä näkee hänen seuraamiensa tilien videot For You -osiossa. (TikTok 2020b.) Esimerkiksi, jos nuori seuraa Jyväskylän nuorisotyön tiliä, hänen For You -osioon ei välttämättä tule Jyväskylän nuorisotyön tilin videoita vaan, vaikka muita nuorisotyöntekijöitä tai muita samankaltaisia videoita mitä Jyväskylän nuorisotyön tili TikTokiin jakaa.

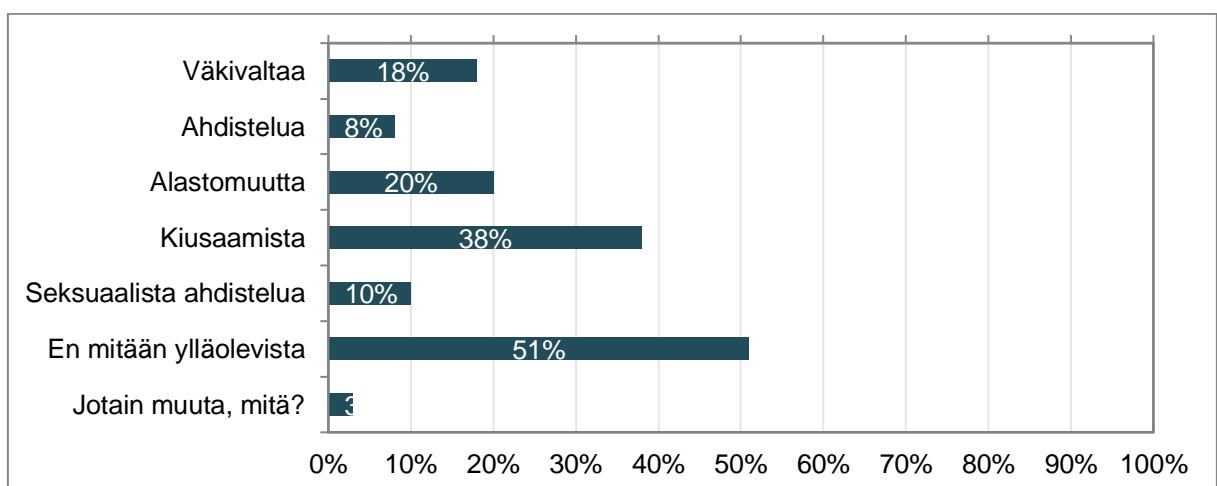




Kuvio 5. Selaatko TikTokissa vain For You page -osiota vai seurattujen käyttäjien osiota?

### 5.5 Noin puolet ovat säästyneet ikäviltä asioilta

Viimeinen kysymys TikTokin käytöstä käsitteli negatiivisten asioiden kohtaamista sovelluksessa. Vastaukset löytyvät kuviosta kuusi (kuvio 6). Yli puolet vastaajista ei ole kohdannut sovelluksessa mitään mainituista asioista. TikTokissa on levinnyt erilaisia sopimattomia videoita. Esimerkiksi syyskuun alussa palvelussa levisi itsemurhavirus, joka oli leikattu Facebook livelähetyksestä. TikTok pyrki poistamaan videon mahdollisimman nopeasti (Kallionpää 2020; Alexander 2020a). Kiusaaminen on tuloksissa kohdatuin asia. Niin kuin aiemmista tuloksista selvisi, kiusaaminen tapahtuu usein kommenttiosioissa. Ahdistelua tai seksuaalista ahdistelua on kohdannut sovelluksessa vain harvat.



Kuvio 6. Oletko kohdannut TikTokissa jotain seuraavista?

TikTokissa on myös yksityisviesteihin tarkoitettu ominaisuus, mutta siellä ei voi lähettää kuvia. Alastomuutta on kohdannut joka viides. Olen kuullut useilta kavereiltani

kommentteja että ”se TikTok on vaan yks nuorten herutusmesta” viitaten siihen, että nuoret käyttäjät tekevät videoita vähäpukeisena. Voi olla, että nuoret yrittävät saada enemmän näyttökertoja tai seuraajia, jos he ovat videoissaan vähäpukeisempia. Vaikka useille sovellus saattaa näyttäytyä tämänlaisena, on silti muistettava, että kyse on vain murto-osasta käyttäjiä, jotka osuvat juuri sinun For You page -osioon. Uskoisin että nuoret eivät lähtökohtaisesti tee videoita, joissa he esiintyvät vähäpukeisina. Aiemmin kysyessäni TikTokin huonoja puolia, selvisi että muutama vastauksista käsitteli alastomuuteen liittyviä asioita. Vastauksia olivat esimerkiksi ”siellä heruttamalla saa lisää katsojia” ja ”softcore porno jota alaikäiset tekevät”. Nostaako TikTokin algoritmi juuri tämänlaiset videot For You Page -osioon? Luvussa 3.5. kerroin, kuinka TikTokin moderointi on toiminut niin että ”rumat” eivät saa paljoa näkyvyyttä. Suosiiko algoritmi siis juuri kauniita ja vähäpukeisia? Tämä puolestaan voi aiheuttaa suuria itsetunto ongelmia sekä -paineita nuorille. Tällaisissa asioissa mediakasvatuksella on iso rooli nuorisotyön näkökulmasta. Kyseisiä asioita on hyvä ottaa puheeksi nuorten kanssa ja niitä pitäisi sisällyttää koulujen opetussuunnitelmiin. Nuorten pitää tietää, mikä on hyväksi heille itselleen ja heille täytyy opettaa sosiaalisen median sääntöjä.

Mikäli oli kokenut jotain kysymääni TikTokissa, sai kokemusta kuvailla omin sanoin seuraavassa vastauksessa. Useimmat vastauksista liittyivät kommenttiosiossa kiusaamiseen, mutta myös duetto -ominaisuudessa tapahtuvaan kiusaamiseen. TikTokissa on duetto -ominaisuus, jossa voit ikään kuin vastata omalla videolla toisen videoon, niin että molemmat videot ovat näkyvissä. Olen huomannut, että duettovideoissa esimerkiksi reagoidaan toisen käyttäjän videoon, tanssitaan samaan tahtiin tai kommentoidaan toisen videota. Jotkut alkuperäisistä videoista tehdään nimenomaan duetto-tarkoituksessa. Tuloksista selvisi, että näissä duettovideoissa on myös haukuttu alkuperäistä tekijää esim. ylipainon takia. Muutamat vastaajista kertoivat kohdanneensa väkivaltaisia videoita, joissa oli satutettu ihmisiä tai eläimiä.

TikTok itse julkaisi läpinäkyvyysraportin syyskuussa 2020. Raportin mukaan ensimmäisen puolen vuoden aikana 2020 TikTokista poistettiin yli 100 miljoonaa videota, jotka olivat palvelun sääntöjä vastaan. Suurin osa häiritsevistä videoista sisälsi alastomuutta tai seksuaalista aktiivisuutta. Toiseksi suurin osa koski lasten turvallisuutta ja kolmas osa muuten laitonta toimintaa, esimerkiksi huumeita. Sovellukseen ladatusta sisällöstä alle yksi prosentti on palvelun sääntöjä rikkovaa. Poistetuista videoista 96 % huomattiin ennen kuin niillä oli yhtään näyttökertaa. (TikTok 2020c).

## 5.6 Nuorisotahojen sisältö ei kiinnosta

Toinen puolisko kyselystä liittyi nuorisotyöhön ja TikTokiin. Aluksi kysyin kuinka moni seuraa nuorisotyöntekijöiden tai nuorisotilojen kanavia. Vain 7 prosenttia vastaajista kertoi seuraavansa. Tuloksien mukaan nuorisotyö ei ole myöskään kiinnostava aihe seurattavaksi, sillä vain 3 prosenttia kertoi olevansa kiinnostunut nuorisotyöntekijöiden tai tilojen kanavista. Tulokset kertovat, että nuorisotyö ja nuorisotyöntekijät eivät ole tehneet isoa ja onnistunutta aluevaltausta niin, että nuoret olisivat hyvin kiinnostuneita heistä. On huomioitavaa, että tulos ei kerro kuinka paljon he seuraavat nuorisotyötä muissa somekanavissa. Voi olla, että tulokset ovat samanlaiset myös Instagramin tai Snapchatin kohdalla. On myös mahdollista, että tulokset ovat muissa somepalveluissa täysin päinvastaiset. Kysynkin, miksi nuoret eivät seuraa nuorisotyön kanavia? Onko nuorelle noloa seurata nuorisotyön kanavia somessa? Eikö nuorisotyö ole tarpeeksi ”cool” seurattavaksi?

Kysymykset 15–20 olivat liukukytkin kysymyksiä, jossa pystyi vastaamaan numeron nollan ja viiden väliltä. Arvot olivat 0=en ollenkaan ja 5=hyvin paljon, kun väittämänä oli ”olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä”. Tahoina käytin

1. Nuorisotyöntekijät ja nuorisotilat
2. Koulun henkilökunta (esim. opettajat, kouluavustajat)
3. Urheiluseurat ja valmentajat
4. Seurakunnan nuorisotyöntekijät
5. Nuorisojärjestöt (esim. YAD, 4H, NMKY, EHYT ry)
6. Poliisi

Pyrkimyksenä oli käydä läpi jokainen taho, joka koskettaa nuoren elämää jollain lailla. Jokaisen tahon kohdalla yli puolet vastauksista oli liukukytkimen arvossa kaksi tai alle. Tämä on tuloksena hyvin tärkeä ja kertoo siitä, että nuoret eivät ole kiinnostuneita heidän elämänsä koskevien instituutioiden tai virallisten tahojen sisällöstä. Tutkimuksissa on aiemmin selvinnyt, että nuoret eivät halua olla niissä palveluissa, joissa vanhemmat ja muut aikuiset ovat. Aikuisten läsnäolo palveluissa saattaa myös muuttaa nuorten käyttäytymistä kyseisellä sosiaalisen median alustalla. (Lundqvist 2016, 16:50–17:44.) Tuloksista käy ilmi, että suurin osa vastaajista haluaa pitää nuorten palvelut nimenomaan nuorten palveluina. Kaikkien tahojen prosenttikohtaiset vastaukset

löytyvät liitteestä 3 (liite 3), sillä koin jokaisen taulukon liittämisen tekstiin hankaloitettavan luettavuutta sekä haittaavan tekstin sisältämistä.

Tahoista poliisi oli kiinnostavin ja vähiten kiinnostavia olivat nuorisojärjestöt sekä seurakunnan nuorisotyöntekijät. Poliisin kohdalla vastauksista miltei 50 prosenttia oli liukukytkimen arvossa kolme tai yli kun taas nuorisojärjestöjen ja seurakunnan nuorisotyöntekijöiden kohdalla sama luku oli noin 10 prosenttia. Poliisi selvästi kiehtoo nuoria ja he kaipaivat poliisilta sisältöä sosiaalisessa mediassa ja tämän tutkimuksen mukaan TikTokissa. Poliisi saattaa olla nuorille etäininkin taho, mutta silti jokainen tiedostanee sen läsnäolon. Nuoret mahdollisesti haluaisivat poliisin olevan lähellä heitä eikä niinkään pelottava auktoriteetti. TikTokiin liittyminen voisi tuoda poliisia tutummaksi nuorelle.

Nuorisotyöntekijöiden ja -tilojen tuottamasta sisällöstä oli kiinnostunut noin neljännes vastaajista. Eli kyseinen määrä vastasi liukukytkimen arvoksi kolme tai yli. Koulun henkilökunnan kohdalla arvoksi kolme tai yli vastasi joka viides. Nuorten joukossa on henkilöitä, joita kiinnostaa nuorisotahojen tuottama sisältö ja voi olla, että he jopa kaipaivat sitä. Jos nuori on ollut jo pitkään nuorisotoiminnassa mukana eri paikoissa ja seurannut heitä somessa, ehkä hän kaipaa tahoja myös TikTokiin. Toisaalta nuori, joka ei ole kaivannut nuorisopalveluita tai ei ole ollut niiden kanssa tekemisissä ei tarvitse niitä myöskään omaan someensa. Vaikka nuorisotyötä yleisesti tehdään kaikille nuorille, se ei silti kosketa kaikkia nuoria, eikä ehkä tarvitsekaan.

Urheiluseurat saivat kiinnostusta yli kolmannekselta nuorista. Olen itsekkin kohdannut TikTokissa paljon urheiluun liittyvää sisältöä, joka on useimmiten hienoja suorituksia tai vinkkejä kyseiseen lajiin. Ehkä nuoret kokevat TikTokin luontaiseksi alustaksi urheilusisällölle ja näin ollen urheiluseurat voisivat nuorten mielestä liittyä TikTokiin.

Nuorisotyöntekijöille tehdyssä lisäkyselyssä kysyin, pitäisikö yllä mainittujen nuorisotahojen liittyä TikTokiin vai ei. Vastaajista noin 53 prosenttia oli sitä mieltä, että pitäisi liittyä. Jokainen nuorisotyöntekijä ei kannata sovellukseen mukaan lähtemistä. Kannattajia on kuitenkin prosentuaalisesti enemmän kuin nuoria, jotka haluaisivat heitä sinne. Onko niin että nuori ei tiedä mikä hänelle itselle on hyväksi? Vai luuleeko aikuinen tietävän mikä nuorelle on hyväksi? Yksi kysymykseen kielteisesti vastanneista nuorisotyöntekijöistä kommentoi asiaa näin: ” Koen, että TikTokin kulttuuri ei toimi

nuorisotyössä. Mielestäni myös nuorilla tulisi olla joku sosiaalisen median alusta, johon aikuiset/ammattilaiset eivät tunge. :)” ja toinen vastaaja sanoi samaa: ”miksi mennä joka kanavaan missä nuoret.” Vastaajien mukaan nuorilla pitäisi olla yksi sosiaalisen median alusta missä he saavat olla rauhassa ilman aikuisia. Muita huomioita vastaajilta oli myös se, että suurella todennäköisyydellä nuori, joka käyttää TikTokia, käyttää myös muita sosiaalisen median palveluita missä nuorisotyö on jo mukana. Nuori siis tavoitetaan jo muutakin kautta eli TikTokiin mukaan lähtemistä ei koeta tarpeelliseksi. Tuloksista selviää, että TikTokia haluttaisiin pitää vain nuorten kanavana ja niin kuin yksi vastaajista ilmaisi ”ei sitä itsekään nuorena olisi halunnut, että eri toimijat tunkisivat mukaan meidän kirjevihkoihin ja slämäreihin :D” eli alustana TikTok koetaan paikaksi, minne ei tarvita aikuisia.

### 5.7 Mitä sisältöä TikTokiin halutaan?

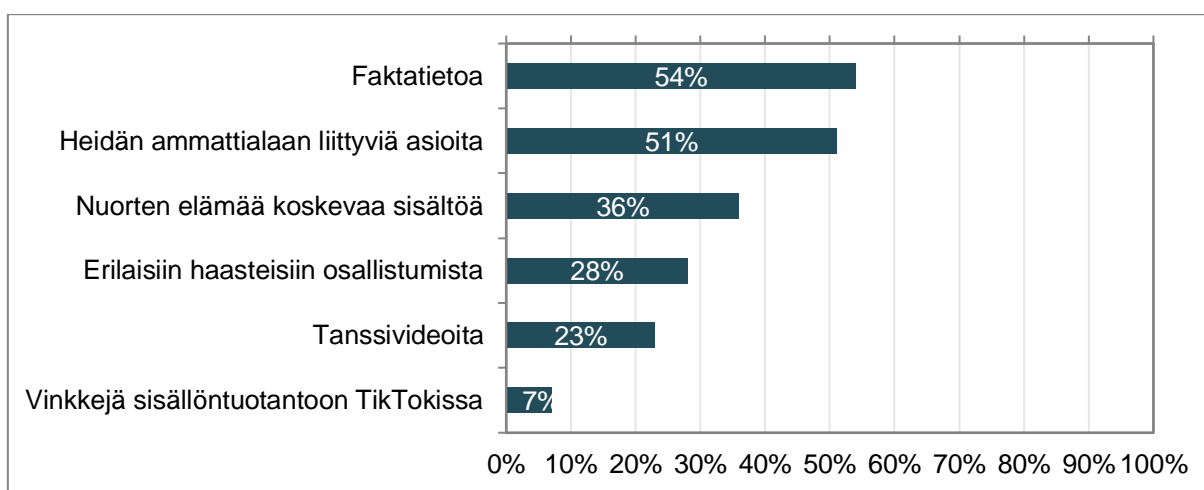
Kysymyksessä 21 selvitin, minkälaista sisältöä aiemmin mainituilta nuorisotahoilta haluttaisiin, mikäli ne liittyisivät TikTokiin. Kysyin saman kysymyksen myös nuorisotyöntekijöiltä muodossa ”Sisältö nuorisotoimijoiden TikTokissa olisi...”. Molemmat vastauskaaviot ovat kuvioina tekstin alla. Nuorten vastaukset on merkitty sinisellä värillä (kuvio 7) ja nuorisotyöntekijöiden vastaukset oranssilla (kuvio 8).

Vastausvaihtoehto ”faktatietoa” oli nuorilla vastatuin vaihtoehto ja nuorisotyöntekijöillä toisiksi vastatuin vaihtoehto. Molemmat ovat sitä mieltä, että faktapohjainen sisältö erilaisista asioista olisi hyvä idea. Nuorisotyöntekijät eivät itse innostu siitä, että ammattialaan liittyviä asioita pitäisi jakaa TikTokiin, mutta nuoriso sen sijaan haluaisi juuri tätä tietoa. Nuoret haluavat nuorisotahot tutuiksi henkilöiksi ja haluavat tietää, mitä heidän työhönsä kuuluu sekä mitä tapahtuu kulissien takana. Voisi ajatella, että nuoren uteliaisuus on niin suuri, että hän haluaa tietää mitä työ pitää sisällään. Työmaailma voi olla nuorelle hyvin tuntematon ja faktaperäiset asiat sekä ammattiin kuuluvat asiat kiinnostavat nuoria.

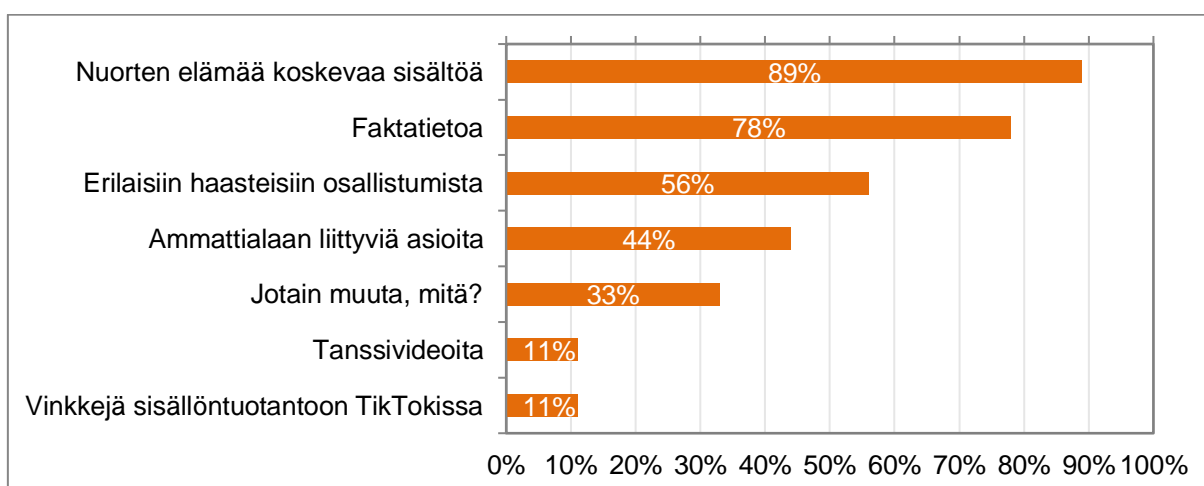
Valituin vastausvaihtoehto nuorisotyöntekijöillä oli ”nuorten elämää koskevaa sisältöä”. Nuorilla vaihtoehto oli kolmanneksi vastatuin. Vastausprosentit voivat olla erilaisia, sillä nuoret ja nuorisotyöntekijät saattavat kokea vaihtoehdon tarkoittavan eri asioita. Jos nuorisotyöntekijät julkaisevat heidän ammattialaansa liittyviä asioita, esimerkiksi työn kulisseista faktapohjaisen videon, se ei sinänsä ole nuorten elämää kos-

kevaa sisältöä, mutta nuori voi kokea sen itselle merkittäväksi. Mielestäni sisällöntuotannossa on tärkeää kuunnella kohderyhmää, eikä vain ajatella mikä omasta mielestä olisi hyvää sisältöä.

Haasteisiin osallistuminen olisi nuorisotyöntekijöiden mieleen, mutta nuoret itse eivät tätä kaipaishi nuorisotahoilta. Hieman alle 30 prosenttia haluaisi nuorisotahojen sisällön olevan haasteisiin osallistumista. Tanssivideot tai sisällöntuotantovinkit on ylivoi- maisesti vähiten haluttu sisällöntuotanto tapa nuorten sekä nuorisotyöntekijöiden mielestä.



Kuvio 7. Mikäli joku yllä olevista tahoista olisi TikTokissa, toivoisin heiltä seuraavanlaista sisältöä. (nuorten vastaukset)



Kuvio 8. Sisällöntuotanto TikTokissa olisi... (nuorisotyöntekijöiden vastaukset)

Kysyin saman kysymyksen myös avoimesti niin, että jokainen sai itse kertoa mitä sisältöä nuorisotahoilta haluaisi. Useimmat vastauksista olivat ”en tiedä” tai ”ei kiinnostaa”. Muutamat nuorista toivoivat ”arkipäiväisiä asioita”, ”nuorille suunnattuja

hauskoja tiktokkeja”, sekä ”lifhackeja”. Monet ilmaisivat myös, että nuorisotahoja ei haluta TikTokiin. Muutamat vastaajista halusivat myös arkipäiväisiä asioita sekä tiedonjakoa ja kertomusta siitä minkälaista työ on. Tuloksista ilmenee, ettei nuoret halua nuorisotahoja TikTokiin sekä ainakaan ”nolot tanssivideot” eivät ole nuorten mieleen.

Kysyin avoimen kysymyksen myös nuorisotyöntekijöiltä koskien sisällöntuotantoa TikTokissa. Nuorisotyöntekijät lähtisivät tuottamaan informatiivista sisältöä TikTokin ehdoilla niin, että se sopisi TikTokin kulttuuriin. Vastauksista ilmeni myös nuoria kiinnostava ja houkutteleva sisältö. Nuorisotyöntekijät eivät halua lähteä palveluun vain sen takia että palveluun ”pitäisi” mennä. He haluavat, että toiminnalla olisi tarkoitus ja toiminta olisi nuorille sopivaa. Yksi vastaajista kertoi, että sisältö olisi ”informatiivista, mielenkiintoisessa ja houkuttelevassa muodossa”. Nuorten mielenkiinnon herättäminen huomioitiin esimerkiksi vastauksella ”sellaista joka kohtaa oikeasti nuoret ja on heistä oikeasti kiinnostavaa”.

Yleisesti nuorten ja nuorisotyöntekijöiden vastauksista ilmenee tiettyjä vastakkainasetteluita, mutta myös yhteneväisyyksiä. Nuorisotyöntekijöiden on oltava valmiita kuulemaan nuoria ennen kuin TikTokiin liitytään. Nuorisotyöntekijät ovat perillä nuorten haluista melko hyvin, mutta aina se mitä itse haluaa, ei ole sitä mitä nuori haluaa. Toiminnan tarkoitus ja tavoitteet on otettava huomioon ja mietittävä niitä pitkäjänteisesti. Kerron kuvitteellisen esimerkin: nuorisotyöntekijä tekee TikTokiin nuorten mielestä nolon tanssivideon, mutta video nouseekin suosituksi nuorten keskuudessa. Näin ollen nuoret tunnistavat nuorisotyöntekijän kadulla TikTokista tutuksi henkilöksi. Tämän jälkeen työntekijälle voi tulla useita kohtaamisia nuorten kanssa ja hän voi mahdollisesti päästä auttamaan nuoria sekä nuoria voi esimerkiksi alkaa käymään nuorisotilalla. Tällöin nolosta tanssivideosta, jota nuoret eivät halunneet, tulikin oiva tapa saada kohdattua nuoria. Kyse on kuitenkin vain esimerkistä mikä voisi tapahtua. Voi käydä myös niin että videon takia nuoret eivät haluaisi käydä enää nuorisotilalla, sillä siellä on noloja aikuisia, jotka tulevat keskustelemaan.

## 5.8 Nuorisotyöntekijöiden ajatuksia TikTokista

Lisäkyselyssä nuorisotyöntekijöille kysyin myös toiminnan tavoitteista, arvioinnista ja kehittämisestä sekä siitä mikä olisi onnistunut TikTok kanava. Vastaajista 47 prosenttia ei pitänyt TikTokiin lähtemistä hyvänä vaihtoehtona. Ja näin ollen teksti koostuu sen 53 prosentin vastauksista, jotka olivat sitä mieltä, että nuorisotoimijoiden pitäisi liittyä TikTokiin.

Toiminnan tavoitteiksi miltei jokainen nuorisotyöntekijä vastasi nuorten tavoitettavuuden. Vastaajat kertoivat kuinka TikTokissa oleminen olisi yksi kanavista, missä nuori voisi lähestyä nuorisotyötä. Samoin myös oman toiminnan esille tuominen ja nuorille suunnattu info on listattu tavoitteiksi. Tämä ilmeni esimerkiksi vastauksista ”tavoittaa nuoret ja saattaa erilaisia informaatioita heidän tietoonsa”, ”pää tavoite oman palvelun esille tuonnissa ja tavoitettavuuden lisäämisenä” tai ”nuorten tavoittaminen ja arkisten asioiden ja ilmiöiden käsittely huumorin kautta”. Nuorten tavoittamiseen halutaan useita eri väyliä, jotta tavoitettaisiin mahdollisimman monta nuorta.

Kävin läpi, miten toimintaa arvioitaisiin sekä kehitettäisiin. Tuloksista selvisi, että sisältöä tulisi arvioida nuorten kanssa sekä kysellä nuorilta suoraa palautetta. Myös tykkäyksiä, kommentteja ja näyttökertoja tarkkailtaisiin, mutta vastaajat eivät luottaisi yksinomaan vain numeroihin. Ne olisivat enemmänkin suuntaa antavia. Niin kuin yksi vastaajista tiivistä ”numeraalinen palaute + nuorilta itseltään saatu suullinen palaute esim. kanavaa esiteltäessä”. Molemmat palautteet koetaan tärkeiksi toiminnan arvioinnissa.

Onnistuneeksi kanavaksi vastaajat kokivat erilaiset piirteet, eikä yhtä linjaa löytynyt. Toiset kertoivat hauskuuden riittävän, toiset kokivat sen onnistuneeksi, jos nuoret seuraavat kanavaa. Kun taas kolmas kertoi onnistuneen kanavan piirteiksi sen, ettei sitä heti tunnista, että se on jonkun ”palvelun” hallinnoima. Yksi mainitsi sen tärkeäksi piirteeksi, jos kanavan selaaminen tuo hymyn katsojan kasvoille. Onnistuneen kanavan käsite on siis erilainen miltei jokaisen vastaajan mielestä. Tavoitteiden asettaminen määrittää kanavan onnistuneisuutta ja jos tavoitteena on ollut olla hauska, niin onnistuneisuus määritetään eri tavoin. Yhtä oikeaa tapaa ei ole ja jokainen nuorisotoimija voi tehdä kanavastaan omanlaisen. TikTok sovelluksena mahdollistaa sen, että erilaiset toimijat voivat tehdä kanavastaan hyvinkin erilaisen verrattuna esimerkiksi Facebook tai Instagram kanaviin.



## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Paluu tutkimuskysymyksiin

Tässä luvussa käyn läpi vastaukset tutkimuskysymyksiini. Opinnäytetyössä käytettiin kolmea tutkimuskysymystä. Vastauksia näihin kysymyksiin pyrin etsimään Webropol-kyselyiden sekä havainnoinnin avulla. Puraan kysymykset yksi kerrallaan.

#### 1) Onko TikTok mahdollinen nuorisotyön väline?

Nuorisotyön on mahdollista käyttää TikTokia yhtenä työvälineenä omassa työssään ja tästä löytyy jo onnistuneita tapauksia. Valtakunnan tasolla yksi nuorisotyön painopisteistä on digitaalinen nuorisotyö (VANUPO 2020, 36). TikTok voi olla yksi digitaalisen nuorisotyön välineistä. Nuorisotyön ei kuitenkaan kannata lähteä tekemään TikTok-tiliä kysymättä nuorilta mielipidettä asiasta. Kanavan sisältönä on hyvä olla nuorille suunnattua faktatietoa sekä ammattialaan liittyviä asioita, sillä sitä nuoret toivovat. Kyselystä saatujen tulosten perusteella iso osa nuorista ei seuraa, eikä halua nuorisotahoja TikTokiin. Jokaisen tahon on itse pohdittava miksi he menevät TikTokiin, kuka siitä hyötyy, mitkä ovat toiminnan tavoitteet ja onko se tarpeellista. Nuorisotahojen on kuunneltava oman paikkakunnan nuoria, mikäli tarkoitus on tehdä heille suunnattua sisältöä. On myös hyvä kunnioittaa nuoren mielipidettä asiasta. Vaikka TikTok on yksi mahdollisista nuorisotyön välineistä, se ei tarkoita, että jokaisen nuorisotoimijan pitää tai kannattaa liittyä sovellukseen. Eikä sitä, että se olisi jokaiselle hyvä tapa tehdä nuorisotyötä.

Jotta sovellusta voidaan käyttää nuorisotyön välineenä, on käyttäjän tutustuttava sovellukseen etukäteen ja käytettävä omaa aikaa sovellukseen ennen kuin sitä tuodaan julkisten palvelujen käyttöön. Sovelluksen luonne ja moniulotteisuus luo haasteita nuorisotyölle, mikäli jokin tahoista ottaa sen käyttöön. Esimerkiksi Instagramissa kuvien postaaminen ja informoiminen tapahtumista toimii hyvin, kun kohderyhmänä on vain omat seuraajat. Kun taas TikTokissa, video itsessään vaatii enemmän aikaa suunnitteluun ja toteutukseen sekä sen täytyy olla ajankohtainen TikTokin kulttuuriin nähden. Musiikkia mikä oli ”in” kesällä, ei kannata käyttää talvella, sillä se ei ole TikTokin kulttuuriin sopivaa. Sisältö TikTokissa täytyy olla tarkkaan mietittyä ja ns. huonoja videoita ei kannata tehdä, sillä ne eivät tavoita nuoria. Suurin osa nuorista selaa vain For

You -osiota ja näin ollen ei riitä, että nuori seuraa nuorisotahon kanavaa vaan nuorisotahon videoiden täytyy löytää tiensä For You -osioon. Ja siihen osioon ei pääse kuin videot, jotka tuovat joko jotain uutta, ovat yllättäviä, jollain tavalla mielenkiintoisia ja mikä tärkeintä videoita, jotka ovat nyt ”in”. Algoritmit päättävät mitkä videot pääsevät For You -osioon. Mikäli erilaiset nuorisotoimijat aikovat lähteä sovellukseen mukaan, on siihen syytä varata työntekijöille kunnolla aikaa sekä työntekijöiltä täytyy löytyä omaa mielenkiintoa sovellukseen. TikTok ei ole sovellus, jonka käyttö koulutetaan kolmen tunnin PowerPoint esityksellä.

## 2) Voiko nuorisotyöllisiä tavoitteita saavuttaa TikTokissa?

Erilaisia nuorisotyöllisiä tavoitteita on mahdollista saavuttaa TikTokissa, mutta kyse on siitä, mitä tavoitetta lähdetään saavuttamaan. Tavoitteet on hyvä määritellä etukäteen. Tässä työssä tavoitteina on käytetty nuorisolakiin perustuvia nuorisotyön tavoitteita. Jokainen nuorisotoimija voi kuitenkin lähteä sovellukseen oman organisaation tavoitteiden pohjalta. TikTok ei ole sosiaalisen median alustana samanlainen kuin muut alustat ja sen takia digitaalisen nuorisotyön tekeminen sovelluksessa on erilaista kuin muissa sovelluksissa. Esimerkiksi yksityisviestien lähettäminen ei ole niinkään osa TikTokia kuin esimerkiksi Snapchatia. Sovelluksen luonne on hyvin omalaatuinen ja täten tietynlaisten tavoitteiden saavuttaminen on mahdollista, mutta toiset tavoitteet on saavutettava muulla tavalla. Esimerkiksi nuorten saavutettavuudessa ja tavoitettavuudessa TikTok on hyvä kanava, mutta tapahtumajulkaisuihin tai aikataulujen muistutteluun se ei sovi. Jotta TikTokissa tehtävä toiminta olisi tavoitteellista vaatii se suunnittelutyötä sekä osaavan työryhmän tai henkilön, jolla on ymmärrystä sovelluksesta ja sen kulttuurista.

Nuorisolain tavoitteista kohdat kaksi ja kolme ovat helposti saavutettavia tavoitteita TikTokissa. Kohdat ovat: ”tukea nuorten kasvua, itsenäistymistä, yhteisöllisyyttä sekä niihin liittyvää tietojen ja taitojen oppimista, ja tukea nuorten harrastamista ja toimintaa kansalaisyhteiskunnassa” (Nuorisolaki 1285/2016, 2§). Kun sisällöntuotanto keskittyy näihin piirteisiin, on tavoitteiden täyttyminen mahdollista. TikTokissa voi olla luova ja informoida nuoria eri tavoin sovellukseen kulttuurin huomioon ottaen. Myös yhdenvertaisuuden ja tasa-arvon toteutumista on mahdollista edistää TikTokissa. Tämänkin voi toteuttaa sisällöntuotannon kautta. Tärkeää on kuitenkin pitää sisällön-

tuotanto oman organisaation näköisenä ja edistää niitä asioita, jotka ovat organisaatiolle tärkeitä. Mikäli nuorisotoimijat liittyvät sovellukseen on heidän jokaisen määriteltävä itse tavoitteensa sekä arvioida omaa toimintaa ja sitä, onko tavoitetta saavutettu. Jotta tavoitteet voidaan asettaa, on toimijan itse ensin tutustuttava sovellukseen ja sen tapoihin. Jokaisen toimijan on löydettävä oma tapa lähestyä sovellusta ja näin ollen saavuttaa tavoitteensa.

### 3) Mikä TikTokissa vetää nuoria puoleensa?

TikTokia on suunniteltu nuorille ja sen näkee suuresta käyttäjämäärästä nuorison keskuudessa. Sovelluksen koukuttavuus on valtava ja nuoret itsekin tunnistavat tämän. TikTokin helppo ja nopea käytettävyys lisää sen suosiota. Sovellusta käytetään tylsien hetkien täyttäjänä sekä vitsien ja meemien selailuun. Hauskat kotivideot, stand-up show't, vitsikirjat ja internetin vitsisivustot ovat historiaa ja löytyvät nykyään TikTokista. Huumori ja hyvä ajanviette vetää puoleensa nuoria ja on yksi suurimmista syistä, miksi sovellusta käytetään. TikTok on nuorille ”nuorten paikka” ja siellä tulee vastaan paljon vertaisia ja he kokevat sovelluksen omakseen. Kaverit käyttävät sitä, joten niin käyttää myös yksittäinen nuori. TikTok-videoita lähetetään myös kavereille ja sovelluksen käyttäminen on osa sosiaalista kanssakäymistä. TikTok on tämän ajan nuorten ilmiö, josta he puhuvat, kun tulevat vanhemmaksi. Samaan tapaan kuin 1980-luvun nuoret puhuvat C-kaseteista tai 2000-luvun nuoret IRC-Galleriasta. TikTok eroaa muista sovelluksista siinä, että siellä tulee helposti vastaan erilaisia haasteita tai piloja mitä kokeillaan kaverin kanssa. Sovellus antaa nuorille inspiraatiota kokeilla haasteita ja siinä samassa he ehkä oppivat jotain. TikTokin käyttäminen ei ole vain passiivista selaamista vaan sovelluksesta löytyneitä asioita, tanssiliikkeitä tai haasteita tehdään pitkin päivää eri tilanteissa. Sovelluksessa kohdataan silloin tällöin myös opettavaista sisältöä sekä sovellus tarjoaa jokaiselle jotakin. Se ei ole vain yhden tietyn porukan sovellus vaan tarjoaa käyttäjälleen kohdennettua sisältöä algoritmien avulla. Se kiehtoo nuoria, että jokaiselle löytyy sovelluksesta jotain katsottavaa. Mielenkiintoisten, lyhyiden ja erilaisten videoiden katselu on helppoa ja rentouttavaa sekä tuo hyvää mieltä nuorille.

## 7 POHDINTA

Tässä luvussa käyn läpi ajatuksia TikTokista yleisesti sekä siellä tapahtuvasta nuorisotyöstä. Arvioin omaa tekemistäni sekä työn validiteettia ja reliabiliteettia. Kerron myös mahdollisista jatkotutkimusaiheista sekä lopuksi käyn läpi työn merkitystä alalle.

### 7.1 Huomioita ja ehdotuksia nuorisotoimijoille TikTokista

Tässä opinnäytetyössä aiheena oli TikTok sekä nuorisotyö. Työn tekemisen aikana tutustuin TikTok sovellukseen perinpohjaisesti ja seurasin siihen liittyviä uutisia tarkasti. Aloitin opinnäytetyöprosessin jo talvella 2020 ja näin ollen pystyin olemaan orientoitunut aiheeseen miltei koko vuoden ajan. Tällaisessa opinnäytetyöaiheessa on erityisen tärkeää, että olen itse ollut kiinnostunut TikTokista ja sen mahdollisuuksista sekä ollut valmis kuluttamaan aikaa aiheeseen tutustumiseen.

TikTok on muuttanut ihmisten käyttäytymistä ja erityisesti nuoret ovat ottaneet useita vaikutteita TikTokista. Sovelluksen avulla voi oppia tanssimaan, tekemään erilaisia nikskejä, sieltä voi saada vinkkejä eri lajeihin sekä sovellus parantaa videonmuokkautaitoja. TikTok toimii samaan aikaan erilaisena alustajana jokaiselle käyttäjälleen. Itse olen oppinut kitarasointuja sovelluksen kautta, kun taas yksi kyselyyn vastanneista kertoi sovelluksen hyväksi puoleksi ”askarteluvideot joista saa ideoita joita itekkin voi kokeilla”. On vaikea sanoa, onko tämä vain ohimenevä trendi, niin että vuoden päästä on uusi sovellus ja uusi kulttuuri. Ainakin tällä hetkellä näyttää, että TikTok on miltei kaikkialla hyvässä ja pahassa. Sovelluksesta saatava ilo ja nauru ovat aitoa ja vahvaa, mutta samoin TikTokissa olevat negatiiviset puolet esimerkiksi tietosuoja-asiat, itsemurhavideot ja riittämättömyyden tunne ovat isoja asioita, joita ei pidä sivuuttaa. Sovellus ei ole luonteeltaan neutraali vaan sitä voisi kuvailla sovellukseksi, jossa on englanniksi sanottuna ”high highs and low lows”.

TikTokin vaikutus nuorisoon on niin iso, että nuorison kanssa työskentelevien täytyy tietää mikä sovellus on ja mitä se nuorille merkitsee. Kun ymmärtää nuoren maailmaa ja sitä mitä nuori tekee arkipäiväisessä elämässään, ymmärtää myös itse nuorta paremmin. TikTok on nuorille sovellus, jota käytetään päivittäin eikä sen käyttöä tarvitse pelätä. Nuoret itse kutsuivat minutkin mukaan tekemään TikTokeja ja mielellään näyttivät niitä minulle. Tärkeää on, että on rohkea kokeilemaan uutta ja on valmis tutustumaan nuorten maailmaan. Fakta on kuitenkin se, että nuoret tarvitsevat turvallisen

aikuisen elämäänsä. Nuorta on helpompi lähestyä, jos tuntee heidän elämäänsä liittyviä asioita. Nuorisotoimijan ei silti tarvitse itse olla sovelluksen ammattilainen, vaan tärkeämpää on, että on kiinnostunut sovelluksesta ja sen vaikutuksista. Loppujen lopuksi jo sovelluksen lataaminen ja sen selaaminen antaa hyvän kuvan mistä siinä on kyse. Jos aikoo työskennellä nuorison kanssa, yhden sovelluksen lataaminen ja selaaminen ei luulisi olevan iso ponnistelu.

Lähtökohtaisesti nuoret eivät halua aikuisia heidän sovellukseensa. Tämä kannattaa pitää mielessä, jos nuorisotoimijat aikovat liittyä TikTokiin. Sovellus on luotu nuorille, ei nuorisotyöntekijöille. On muistettava, että nuorisotyöntekijöiden kannattaa lähteä TikTokiin omilla vahvuusalueillaan. Jos organisaatiosta ei löydy yhtäkään osaavaa tanssijaa, ei kannata lähteä tekemään tanssivideoita. Mikäli tuntuu, että työyhteisössä on paljon hyvän huumorintajun omaavia henkilöitä, ehkä vitsit ja komedia ovat hyvä lähestymistapa sovellukseen. TikTok antaa mahdollisuuksia melkein mille tahansa videotyyleille ja monipuoliset videot ovat sovelluksen ”suola”. Niin kuin aiemmin selvisi, useat nuoret ovat kohdanneet opettavaa sisältöä sovelluksessa. Tämä tyyli on mielestäni luonteva tapa myös nuorisotoimijoille. Jokaisella nuorison kanssa työskentelevällä on aina jotain opetettavaa sekä sanottavaa nuorille ja TikTok kanavana siihen on mainio. Opetusvideot, tsemppaavat viestit tai nopeat niksit sopisivat mielestäni nuorisotoimijoiden tyyliin. Mutta niin kuin aiemmin sanoin, jokaisen toimijan kannattaa lähteä sovellukseen omalla vahvuudellaan. Tärkeää on, että videot ovat itselleen luontevia ja oman organisaation näköisiä. Videoita tehdessä kannattaa kuunnella nuoria, sillä he ovat sovelluksen käytön ammattilaisia. TikTokissa on mahdollisuus tavoittaa useita tuhansia nuoria, mikäli sisältö ”kolahtaa” nuoriin. Samanlaista näkyvyyttä on vaikea saavuttaa muissa sosiaalisen median palveluissa.

Luvun lopuksi haluan sanoa, että digitaalinen nuorisotyö tai TikTokissa tapahtuva nuorisotyö ei silti saa syrjäyttää tai viedä aikaa pois kasvotusten tapahtuvalta nuorisotyöltä. Inhimillistä vuorovaikutusta ei voi korvata verkkovuorovaikutuksella ilman, että menettää jotain merkittävää toisen henkilön sosiaalisesta ainutlaatuisuudesta. Älypuhelimet tai tietokoneet eivät voi välittää empatiaa tai myötätuntoa, eikä elävä vuorovaikutus onnistu ruudun läpi. (Sajaniemi 2016, 42.) On tärkeää muistaa, että kun nuori on läsnä, on nuorisotoimijan oltava myös läsnä. Vain tällöin tapahtuu aitoa läsnäoloa.

## 7.2 Itsearviointi

Opinnäytetyön tekeminen on ollut haastava, mutta samaan aikaan hyvin kiinnostava projekti. Olen oppinut paljon tutkimuksen tekemisestä ja koulutehtävänä opinnäytetyö on ollut antoisin työ mitä olen tehnyt. Olen selvinnyt työn tekemisestä mielestäni ilman suuria ongelmia, mutta tietynlaista positiivista stressiä työ on tuottanut pidemmän aikaa.

Työn tekeminen suunnitteluprosessista valmiiseen tuotokseen vei miltei 8 kuukautta. Aikataulu työn suhteen jakautui itselleni optimaalisesti. Talvella sain aiheen valmiiksi, keväällä kirjoitin tietoperustaa, kesällä hankin aineiston ja syksyllä alkoi kirjoitusprosessi. Työn aihe on todella ajankohtainen ja se oli itselleni samaan aikaan siunaus, että kirous. Sain koko ajan uusia lähteitä ja uusia tietoja TikTokista uutisten, kavereiden ja muiden tietolähteiden kautta, mutta samaan aikaan kyseiset tietolähteet toivat ajatuksia opinnäytetyöhön ja en päässyt aiheesta eroon niin sanottuina vapaapäivinäkään. Koin asian kuitenkin enemmän positiiviseksi kuin negatiiviseksi, sillä olin valmis paneutumaan työhön täydellä antaumuksella alusta saakka. Työn pitkä aikataulu antoi minulle mahdollisuuden perehtyä sovellukseen ja siihen liittyviin asioihin perinpohjaisesti, joka mielestäni näkyy myös opinnäytetyössä tekstin laadinnassa.

Työni ohjaaja vaihtui kirjoitusprosessin alkaessa syksyllä, mutta en kokenut sen haittaavan työtäni. Molempien ohjaajien sekä tilaajan kanssa yhteistyö on sujunut ongelmitta ja olen kokenut ohjauksen olevan ammattimaista sekä monipuolista. Olen saanut paljon ehdotuksia ja kommentteja sekä ikään kuin ”potkuja” oikeaan suuntaan työtä tehdessä. Työn alkuvaiheilla olisin kaivannut koulun puolesta enemmän yleisiä opinnäytetyön ohjaussessioita, johon osallistua. Silloin konkreettinen opinnäytetyön rakenne ja muoto oli hukassa, ja näin ollen työn aloittaminen oli haastavaa.

Luomani kyselyt olivat mielestäni onnistuneita ja niistä saadut vastaukset kohtaavat tutkimuskysymykset mainiosti. Loin kyselyt yhdessä tilaajan kanssa, jotta molemmat osapuolet olisivat tyytyväisiä kysymysten asetteluun. Kyselyiden laajuus oli onnistunut ja mielestäni ne käsittelivät aihetta monipuolisesti. Tarkoitukseni oli alun perin tehdä myös haastatteluita nuorille, mutta aikataulullisista sekä muista syistä ne jäivät tekemättä. Haastattelut olisivat tuoneet tutkimukseen hyvän lisän ja tarkempaa tietoa nuorista sovelluksen käyttäjänä. Kysyessäni nuorilta haluavatko he nuorisotoimijoilta

TikToktiin, on huomioitavaa, että kaikki nuoret eivät välttämättä tiedeneet mitä eri organisaatiot konkreettisesti tekevät. Kysymysasettelussa olisi voinut kuvata organisaatioiden toimintaa tarkemmin ja muuttaa kysymyksen asettelua. Esimerkiksi ehkäisevän päihdetyön organisaation EHYT ry:n kohdalla kysyä, ”haluaisitko nähdä ehkäisevän päihdetyön sisältöä tai päihteisiin liittyvää sisältöä TikTokissa?”. Näin organisaation toiminta kuvailtaisiin nuorelle ja se voisi herättää enemmän ajatuksia kuin vain kirjainyhdistelmä EHYT ry.

Yksi haasteista työssä oli TikTokissa oleva hiljainen tieto. On vaikea pukea sanoiksi sovelluksessa olevaa kulttuuria ja kirjoittamattomia sääntöjä, joita on vuoden aikana oppinut. Tuntuu kuin jokaisen pitäisi nähdä ja kokea se kulttuuri mieluummin kuin lukea sitä paperilta, jotta ymmärrys olisi täydellinen. Tietynlainen termistö ja käsitteet loivat myös haasteita työtä tehdessä sillä TikTokissa on useita eri käsitteitä, jotka eivät toimi tai niitä ei käytetä suomen kielellä. Täten opinnäytetyön kirjoitusasuun sopivia ilmaisuja oli välillä vaikea löytää ja se vaikutti myös asioihin, joita työhön kirjoitin. Vaikeuksia tuotti myös TikTokista tehtyjen tutkimuksien niukkuus. Useat someen liittyvät tutkimukset eivät olleet vielä huomioineet TikTokia ja varsinkin suomalaisia tutkimuksia aiheesta ei käytännössä ollut olemassa. TikTokin kasvu on ollut niin suurta, että vaikka tutkimus olisi tehty vuoden 2019 lopulla siinä ei välttämättä ole otettu käsitteeseen TikTokia. Jouduin etsimään tutkimuksia netin ”syövereistä” ja tällöin en aina voinut olla varma tuloksien luotettavuudesta, sillä tutkimuksen tehnyt taho oli harvoin hyvin tunnettu.

### 7.3 Jatkotutkimusaiheet

Niin kuin aiemmin olen todennut, aiempia tutkimuksia TikTokista on saatavilla hyvin niukasti. TikTok on alustana niin monipuolinen ja mahdollistaa erilaiset videoaiheet, joten eri toimijat urheiluseuroista lentoyhtiöihin voisivat olla toimivia TikTok-kanavia. Näistä mahdollisista ja jo olemassa olevista TikTok kanavista on herännyt aiheita, joita olisi mielenkiintoista tutkia. Yksi aiheista on markkinointi ja TikTok. Sovelluksessa on koko ajan enemmän mainostoimintaa sekä erilaiset yritykset ovat liittyneet sovellukseen. Esimerkiksi Kauppakeskus Redin K-kauppias Teemu Tikkala on saavuttanut suuren suosion sovelluksessa, mikä on vaikuttanut hänen myyntituloihinsa. TikTokissa voi saada hyvin suuren yleisön ilman mainosrahaa, joka on vaikeaa esimerkiksi

Instagramissa tai Facebookissa. (Lehtonen 2020.) Miten tehdä yritykselle toimiva TikTok tili voisi olla mielenkiintoinen tutkimusaihe.

Olisi kiinnostavaa myös tutkia kiusaamista suomalaisten TikTokien kommenttiosioissa. Miksi kiusaamista tapahtuu juuri suomalaisissa TikTokeissa? Miten kiusaaminen TikTokissa vaikuttaa lapsen tai nuoren elämään? Onko TikTokissa kiusaaminen erilaista kuin muissa somepalveluissa? TikTokissa useat videoista liittyvät tanssimiseen jollain tavalla ja sillä täytyy olla jonkinlainen vaikutus nykyajan nuoriin. Onko TikTok inspiroinut nuoria tanssin opettelemiseen? Mikä vaikutus sillä on, kun iso osa nuorista oppii tiettyjä tansseja nuoruudessa? Onko tanssiminen nyt trendikkäämpää kuin aiemmin? Vastauksista selvisi myös, että useat nuorista ovat kohdanneet opettavaista sisältöä sovelluksessa. Mitä tämä sisältö on? Kuka sitä tekee? Voisiko nuorisotyö hyödyntää tällaista sisältöä? Mikä tällaisessa sisällössä on mielenkiintoista?

Tätä työtä on mahdollista käyttää myös pohjana erilaisiin TikTokin koulutuspaketteihin ja esimerkiksi mahdollisiin toiminnallisiin opinnäytetöihin, joissa tuotetaan konkreettinen tuotos työn tilaajalle. ”Somepakettien” tai ”TikTok-pakettien” tekeminen tätä työtä hyödyntäen on oiva mahdollisuus.

TikTokin vaikutuksia eri ihmisryhmiin, yrityksiin ja toimijoihin olisi mielenkiintoista tutkia. Sovellus on itsessään niin uusi ja noussut suureen tietoisuuteen vasta hiljattain, jotta miltei mikä tahansa siihen liittyvä tutkimus olisi mielestäni mielenkiintoinen. Ilmiö, josta ei ole tutkittu juurikaan mitään, tarvitsee tutkimuksia. Sovellusta käytetään eniten lasten ja nuorten keskuudessa. Täten suosittelen aiheeseen tutustumista eritoten yhteisöpedagogeille, sosionomeille, kasvatopedagogeille ja muille, jotka tulevat toimimaan lasten ja nuorten kanssa. TikTok on hyvä, ajankohtainen ja kiinnostava tutkimusaihe opinnäytetyöhön, kandidaatin tutkielmaan tai pro gradu -tutkielmaan. Aiheesta tarvitaan lisää tutkimustietoa useista eri näkökulmista.

#### 7.4 Työn merkitys nuorisoalalle

Työ antaa kokonaisvaltaisen kuvan nuorten TikTokin käytöstä, jota nuorisoala pystyy hyödyntämään ympäri Suomen. Nuorisoalan toimijoiden on tärkeä ymmärtää miten nuoret käyttävät sovellusta, ja syy miksi nuoret käyttävät sitä. On merkittävää tietää myös mitkä ovat esimerkiksi huonoja puolia sovelluksessa. Tämä opinnäytetyö antaa



tärkeää tietoa nuorten kanssa toimimiseen, vaikka ei kouluta TikTokiin käyttöön. Ymmärrys sovelluksesta ja siellä tapahtuvista asioista on merkittävää nuorisotyöntekijälle. Opinnäytetyön aihe on ainutlaatuinen ja hyvin ajankohtainen koko alalle. Useat nuorisotoimijat miettivät sovellukseen liittymistä tai ovat jo liittyneet. Tämä opinnäytetyö antaa molemmille ryhmille ohjeita, neuvoja ja tietämystä sovelluksesta. Työ antaa laajan ymmärryksen tämän ajan ilmiölle nimeltä TikTok.

## LÄHTEET

Alexander, Julia 2020. TikTok is racing to stop the spread of a gruesome video. The Verge. Viitattu 26.10.2020. <https://www.theverge.com/2020/9/7/21426176/tiktok-suicide-video-remove-ban-community-warnings-creators>

Alexander, Julia 2020. YouTube starts rolling out its TikTok competitor, YouTube Shorts. The Verge. Viitattu 27.10.2020. <https://www.theverge.com/2020/9/14/21436158/youtube-starts-tiktok-competitor-short-form-video-instagram-reels-beta-test>

Andrews, M. Travis 2020. Charli D'Amelio is TikTok's biggest star. She has no idea why. The Washington Post. Viitattu 15.10.2020. <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/05/26/charli-damelio-tiktok-star/?arc404=true>

Arene 2020. Ammatikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Ammatikorkeakoulujen rehtorinneuvosto. Arene ry. Viitattu 25.9.2020. <http://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULUJEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202020.pdf?t=1578480382>

Biddle, Sam & Ribeiro, Paulo Victor & Dias, Tatiana 2020. Invisible Censorship. TikTok Told Moderators to Suppress Posts by "Ugly" People and the Poor to Attract New Users Viitattu 14.9.2020. <https://theintercept.com/2020/03/16/tiktok-app-moderators-users-discrimination/>

Briskman, Jonathan 2020. Sensor Tower's Q3 2020 Data Digest: 100 Billion App Downloads and Counting for 2020. SensorTower. Viitattu 26.10.2020. <https://sensortower.com/blog/q3-2020-data-digest>

Chapple, Craig 2020a. TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever. SensorTower. Viitattu 26.10.2020. <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>

Cohlmeyer, Dana 2016. Digitaalisen nuorisotyön tarkoituksen määrittely, ymmärtäminen ja oikeutus. Teoksessa Heikki Lauha & Suvi Tuominen (toim.) Kohti digitaalista nuorisotyötä. Verke. Helsinki: Paintek Pihlajamäki Oy, 29–31.

Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2019. Suomessa asuvien 13-29 -vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Viitattu 11.5.2020. <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/>

Haavisto, Markku 2019. TikTokista kasvoi salakavalasti iso osa musiikkibisnestä, ja se saattaa koitua sovelluksen kohtaloksi. Viitattu 14.9.2020. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/06/20/tiktokista-kasvoi-salakavalasti-iso-osa-musiikkibisnesta-ja-se-saattaa-koitua>

Harwell, Drew & Romm, Tony 2019. TikTok's Beijing roots fuel censorship suspicion as it builds a huge U.S. audience. The Washington Post. Viitattu 14.09.2020. <https://www.washingtonpost.com/technology/2019/09/15/tiktoks-beijing-roots-fuel-censorship-suspicion-it-builds-huge-us-audience/>

Hintikka, A. Kari 2020. Jyväskylän Yliopisto. Sosiaalinen media. Viitattu 11.5.2020 <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

Hoikkala, Hannamari 2016. Käytät älypuhelimiasi todennäköisesti paljon enemmän kuin luulet. YLE. Viitattu 22.9.2020. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/03/03/kaytat-alypuhelimiasi-todennakoisesti-paljon-enemman-kuin-luulet>

Huhta, Laura & Kaukko, Essi 2020. Hauskanpidosta tärkeäksi nuorisotyön muodoksi – TikTok avasi uusia ovia nuorten kohtaamiseen. Blogikirjoitus 29.4.2020. Viitattu 21.9.2020. <https://www.verke.org/blog/hauskanpidosta-tarkeaksi-nuorisotyon-muodoksi-tiktok-avasi-uusia-ovia-nuorten-kohtaamiseen/>

Humanistinen ammattikorkeakoulu 2020. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Kvantitatiivinen tutkimus opinnäytetyössä. Diaesitys. Viitattu 28.9.2020. [https://moodle.humak.fi/pluginfile.php/195127/mod\\_folder/content/0/2.%20webinaari%20Kvantitatiivinen%20tutkimus.pptx?forcedownload=1](https://moodle.humak.fi/pluginfile.php/195127/mod_folder/content/0/2.%20webinaari%20Kvantitatiivinen%20tutkimus.pptx?forcedownload=1)

Hunt, G. Melissa & Marx, Rachel & Lipson, Courtney & Young, Jordyn. Journal of Social and Clinical Psychology. No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. University of Pennsylvania. Vol. 37, No. 10. 751-768 Viitattu 11.9.2020 <https://guilfordjournals.com/doi/pdfplus/10.1521/jscp.2018.37.10.751>

Isola, Anna-Maria & Kaartinen, Heidi & Leemann, Lars & Lääperi, Raija & Schneider, Taina & Valtari, Salla & Keto-Tokoi, Anna 2017. Mitä osallisuus on? Osallisuuden viitekehystä rakentamassa. Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. Työpäpaperi. Viitattu 10.9.2020 [http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135356/URN\\_ISBN\\_978-952-302-917-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135356/URN_ISBN_978-952-302-917-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Jokelainen, Jarkko 2020. Suomalaisen TikTok-hittikappaleen metsästys on käynnistynyt. Viitattu 14.9.2020 <https://www.teosto.fi/teostory/suomalaisen-tiktok-hittikappaleen-metsastys-on-kaynnistynyt/>

Jyväskylän kaupunki 2020a. Nuorisopalvelut. Viitattu 8.9.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/nuoriso>

Jyväskylän kaupunki 2020b. Nuorisopalveluiden toimintaa. Viitattu 8.9.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/nuoriso/toiminta>

Jyväskylän kaupunki 2020c. Toiminta nuorisotiloilla. Viitattu 8.9.2020. <https://www.jyvaskyla.fi/Nuoriso/toiminta/toiminta-nuorisotiloilla>

Kallionpää, Katri 2020. Tiktokissa kiertävä itse-murha-video on järkyttänyt lapsia ja aikuisia ympäri maailmaa – Asian-tuntijat kertovat, miten puhua videosta lapsen kanssa. Helsingin Sanomat. Viitattu 26.10.2020. <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000006630221.html>

Kananen, Jorma 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja. Jyväskylä: Juvenes Print

Kananen, Jorma 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. Juvenes Print

Kartastenpää, Tero 2020. Hittisovellus Tiktokissa menestyy pilkkaamalla vanhoja ihmisiä tai kopioimalla muita, mutta omaperäistä sisältöä siellä ei kannata tehdä. Helsingin Sanomat 31.3.2020. Viitattu 18.9.2020. <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006458071.html>

Kemppi, Julia 2020. Youtube ottaa käyttöön oman ”Tiktokin”. Ilta-Sanomat. Viitattu 27.10.2020. <https://www.iltalehti.fi/digiuutiset/a/933b8571-5e0e-4feb-bb5b-b7913dfb1c8c>

Kerttula, Anu 2020. TikTok lopettaa toimintansa Hongkongissa – myös muut somejätit jäädyttävät toimintaansa alueella, syynä Kiinan turvallisuuslaki. YLE. Viitattu 14.9.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11436053>

Kettunen, Jaana 2016. Millaisia taitoja sosiaalisessa mediassa tapahtuva ohjaus edellyttää? Teoksessa Jaana Fedotoff & Heidi Leppäkari & Päivi Timonen (toim.) Koordinaatit nuorten tieto- ja neuvontatyöhön. Suuntaviivoja ammatilliseen osaamiseen. Oulu: Koordinaatti – Nuorten tieto- ja neuvontatyön kehittämiskeskus, 71–74

Kolu, Antti 2017. Nuorten parhaaksi – 70 vutta kunnallista nuorisotyötä Jyväskylän seudulla (1946–2015). Jyväskylä: Kirjapaino Kari.

Lahti, Inna-Pirjetta 2019. Miten somevaikuttaja vaikuttaa? Somevaikuttajien luotettavuus ja vaikuttavuus yleisöjen näkökulmasta. PING Helsinki. Viitattu 2.10.2020. [https://drive.google.com/file/d/1fPSSVpuKtJSvJmxu\\_Z\\_NBUBURC1j97Af/view](https://drive.google.com/file/d/1fPSSVpuKtJSvJmxu_Z_NBUBURC1j97Af/view)

Lahti, Inna-Pirjetta 2020. "Kyllä se virkamiehen A-studiossa kertoma viesti on aika kaukana nuorten arjesta" – sen sijaan somevaikuttajaa nuoret kuuntelevat koronassakin. YLE Uutiset. Viitattu 13.10.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11577794>

Lauha, Heikki 2019. Miksi tarvitsemme digitaalista nuorisotyötä? Teoksessa Heikki Lauha & Kati Nölväk (toim.) Digitalisaatio ja nuorisotyö. Helsinki: Grano, 15–19

Lauha, Heikki 2016. Nuorisotyö osana yhteiskunnan digitalisoitumista. Digitaalisuus nuorisotyössä. Teoksessa Lauha, Heikki & Tuominen, Suvi. Kohti digitaalista nuorisotyötä. Helsinki: Verke, 19–25

Lauha, Heikki & Tuominen, Suvi & Merikivi, Jani & Timonen, Päivi 2017. Teoksessa Tommi Hoikkala & Johanna Kuivakangas (toim.) Kenen nuorisotyö? Yhteisöpedagogiikan kentät ja mahdollisuudet. Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 42, 218–229

Lehtonen, Jenna 2020. Redissä olevasta ruokakaupasta syntyi someilmiö oudolla tavalla: Kauppias Teemu Tikkala katsoi videoita balsamoiduista sisäelimistä ja sai idean. Viitattu 21.10.2020. <https://www.is.fi/hs-helsinki/art-2000006572371.html>

Leight, Elias 2019. ‘If You Can Get Famous Easily, You’re Gonna Do It’: How TikTok Took Over Music. Rolling Stone. Viitattu 17.9.2020. <https://www.rollingstone.com/music/music-features/tiktok-video-app-growth-867587/>

Lempinen, Mari-Katri 2020. Kaurapuuron värinen arki voi ahdistaa, jos roikkuu liikaa Instagramissa, sanoo nuorisolääkäri – “Moni haluaisi olla superihminen”. YLE Uutiset. Viitattu 13.10.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11583478>

Lindgren, Jaakko & Mokka, Roope & Neuvonen, Alekski & Toponen, Antti 2019. Digitalisaatio. Tammi

Lundqvist, Marcus 2016. Sosiaalinen media, nuoret ja nuorisotyö, osa 1. Verke. Viitattu 6.10.2020. [https://www.youtube.com/watch?v=J4YvykoDPhY&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=J4YvykoDPhY&feature=emb_title)

- Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2019. Lapsi sosiaalisessa mediassa. Viitattu 11.5.2020. <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/lapset-ja-media/lapsi-sosiaalisessa-mediassa/>
- Manninen, Miika 2016. Miksi 13-15-vuotias nuori käyttää sosiaalista mediaa? Oulun ammattikorkeakoulu. Viestinnän tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö. Viitattu 13.5.2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2016053111003>
- Mediakasvatusseura 2020. Mediakasvatus. Viitattu 13.5.2020. <https://mediakasvatus.fi/mediakasvatus/>
- Mohsin, Maryam 2020. 10 TikTok Statistics That You Need to Know in 2020 [Infographic]. Oberlo. Viitattu 14.05.2020. <https://www.oberlo.com/blog/tiktok-statistics>
- MTV Uutiset 2019. TikTok on nuorten keskuudessa mielettömän suosittu: He ovat sovelluksen tunnetuimpia suomalaiskasvoja! Viitattu 8.9.2020. <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/tiktok-on-nuorten-keskuudessa-mielettoman-suosittu-he-ovat-sovelluksen-tunnetuimpia-suomalaiskasvoja/7569196#gs.fom3pf>
- Mäkinen-Kokkonen, Mimmi 2020. Älä riko somea. Blogikirjoitus 14.04.2020. Viitattu 10.9.2020. <https://www.verke.org/blog/ala-riko-somea/>
- Nuorisolaki (1285/2016)
- Nuorisotyön ammattieettiset ohjeet 2020. Allianssi ry & Nuoli ry. Viitattu 10.9.2020. [https://www.nuoli.info/application/files/7015/7866/7683/nuoli\\_eettisetOhjeet\\_A3\\_191219\\_n.pdf](https://www.nuoli.info/application/files/7015/7866/7683/nuoli_eettisetOhjeet_A3_191219_n.pdf)
- Nurminen, Jussi 2020. TikTok saa haastajan – NBC: Instagramiin tulee "kopio" suosituista videosovelluksesta. Viitattu 21.9.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11460284>
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Marjo 2014. Kehittämistyön menetelmät. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Palmén-Väisänen, Annukka & Jokelainen, Luumu & Lahti, Katja & Bergheim, Viivi. Miksi some koukuttaa? Yle Docventures kuva. Viitattu 11.9.2020. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/09/22/miksi-some-koukuttaa>
- Parkkinen, Sonja 2020. NYT: Lippuja varattiin pilailumielessä. Helsingin Sanomat 22.06.2020. A 27
- Peltola, Eve 2020. TikTok – mikä se on ja miksi siitä kannattaa kiinnostua? Viitattu 21.9.2020. <https://www.iprospect.com/fi/fi/news-and-views/news/tiktok/>
- Pönkä, Harto 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo
- Rahja, Rauna & Helenius, Jenni 2018. Nuori ja media – 7 vinkkiä digiajan kasvattajalle. Mannerheimin lastensuojeluliitto. Helsinki: Hämeen kirjapaino Oy. Viitattu 18.9.2020. [https://cdn.mll.fi/prod/2019/01/03135058/MLL-Nuori-ja-media\\_www.pdf](https://cdn.mll.fi/prod/2019/01/03135058/MLL-Nuori-ja-media_www.pdf)
- Rongas, Anne & Honkonen, Kaisa 2016. Opetushallitus. Mikä ihmeen sosiaalinen media? Viitattu 13.5.2020. <https://www.oph.fi/fi/koulutus-ja-tutkinnot/mika-ihmeen-sosiaalinen-media>
- Ronkainen, Suvi & Pehkonen, Leila & Lindblom-Ylänne, Sari & Paavilainen, Eija 2011. Tutkimuksen voimasanat. 1. Painos. Helsinki: WSOY

Ristiluoma, Janika 2020. 4.-9.-luokkalaisten oppilaiden verkko-kiusaamiskokemuksia. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus. Viitattu 1.10.2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020060817766>

Rys, Dan 2017. Musical.ly, Apple Music Ink New Partnership, With More to Come. Viitattu 16.04.2020 <https://www.billboard.com/articles/business/7776302/musically-apple-music-partnership>

Röksi, Jarmo 2019. Dopamiinia, dopamiinia ja enemmän dopamiinia. Kuinka meitä koulutetaan someen? Nuorisotyö 2/2019, 20. Suomen Nuorisoseurat.

Sajaniemi, Nina 2016. Vanhat aivot, uudet oppimisympäristöt – digitalisaatio evoluution haastajana. Teoksessa Annarilla Ahtola (toim.) Psykkinen hyvinvointi ja oppiminen. Jyväskylä: PS-Kustannus. 22–56

Salokoski, Tarja & Mustonen, Anu 2007. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin – katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -sääntelyn käytäntöihin. Mediakasvatusseuran julkaisuja 2/2007. Mediakasvatusseura ry. Viitattu 13.5.2020. <https://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2018/06/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>

Sanastokeskus 2010. Sosiaalisen median sanasto. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry Viitattu 16.9.2020. [http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen\\_medan\\_sanasto.pdf](http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_medan_sanasto.pdf)

Saunt, Raven 2020. Making waves! The Splash Challenge is the latest social media trend that sees users 'jumping' off the surface of a body of water. Mail Online. Viitattu 29.9.2020. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-7952067/The-Splash-Challenge-latest-social-media-trend-sees-users-jumping-waters-surface.html>

Schwedel, Heather 2018. A Guide to TikTok for Anyone Who Isn't a Teen. Viitattu 16.4.2020. <https://slate.com/technology/2018/09/tiktok-app-musically-guide.html>

Seinäjoen seurakunta 2020. Rippikoulut Seinäjoen seurakunnassa. Viitattu 25.9.2020 <https://www.seinajoenseurakunta.fi/rippikoulut>

Sievinen, Anna 2019. Kännykän runsas käyttö ei yleensä ole riippuvuutta vaan kyvyttömyyttä hallita impulsseja – Aivot voi opettaa irti kännykän orjuudesta pienillä teoilla. Helsingin sanomat 10.6.2019. Viitattu 8.9.2020. <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000006137509.html>

Sinek, Simon 2016. Addiction to Technology is Ruining Lives - Simon Sinek on Inside Quest. Viitattu 11.9.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=sL8AsaEJDDo>

Someturva 2020. TikTok -turvaopas. Viitattu 27.04.2020. <https://someturva.fi/some/tiktok>

TikTok 2020a. Our Mission. Viitattu 26.10.2020. <https://www.tiktok.com/about?lang=en>

TikTok 2020b. How TikTok recommends videos #ForYou. Viitattu 2.10.2020. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you/>

TikTok 2020c. TikTok Transparency Report. Viitattu 26.10.2020. <https://www.tiktok.com/safety/resources/transparency-report-2020-1?lang=en>

Vaarala, Viljami 2020. Mitä minun Tiktokilleni tapahtuu? Tässä lyhyet vastaukset neljään kysymykseen liittyen Yhdysvaltain Tiktok-rajoituksiin. YLE. Viitattu 26.10.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11555573>

Vanha-Majamaa, Anton 2019. Jokaisen musiikkitoimittajan pitäisi seurata Tiktokia – Palvelu vaikuttaa tämän hetken popmusiikkiin ja tuottaa tähteyttä, jota on melkein mahdoton pitää yllä. Kolumni 7.20.2019. Viitattu 14.9.2020. <https://www.rumba.fi/uutiset/kolumni-jokaisen-musiikkitoimittajan-pitaisi-seurata-tiktokia-palvelu-vaikuttaa-taman-hetken-popmusiikkiin-ja-tuottaa-tahteytta-jota-on-melkein-mahdoton-pitaa-ylla/>

VANUPO 2020. Valtakunnallinen nuorisotyön ja -politiikan ohjelma 2020–2023.. Taavoitteena nuoren merkityksellinen elämä ja osallisuus yhteiskunnassa. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2020:2. Helsinki. Viitattu 14.10.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-697-3>

Vehkalahti, Kimmo 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Finn Lectura Ab. Verke 2019a. Mitä nuorisotyön tulisi tietää? Havaintoja teknologisoituvasta maailmasta. (e-kirja) Verken julkaisut. Helsinki: Grano. Viitattu 17.9.2020. [https://www.verke.org/wp-content/uploads/2019/12/Mita%CC%88-nuorisoty%CC%88n-tulisi-tieta%CC%88a%CC%88-Havaintoja-teknologisoituvasta-maailmasta-2019\\_Verke.pdf](https://www.verke.org/wp-content/uploads/2019/12/Mita%CC%88-nuorisoty%CC%88n-tulisi-tieta%CC%88a%CC%88-Havaintoja-teknologisoituvasta-maailmasta-2019_Verke.pdf)

Verke 2019b. Vinkit TikTokin käyttöön. Materiaaleja 11.12.2019. Verke. Viitattu 28.9.2020. <https://www.verke.org/material/vinkit-tiktokin-kayttoon/>

Viljanen, Miina 2020. Taistelu internetin vallasta. Helsingin Sanomat 8.8.2020.

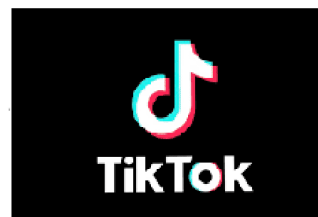
Viestintäliiga 2017. Nuorten sometutkimus 2017. Viitattu 14.10.2020. <http://viestintaliiga.fi/wp-content/uploads/2017/12/sometutkimus2017.pdf>

Vuorisalmi, Emilia 2015. Lääkäri paljastaa nettiriippuvuuden lähteen: ”Tämä hormoni saa meidät avaamaan linkkejä kerta toisensa jälkeen”. Ilta-Sanomat. Viitattu 11.9.2020. <https://www.is.fi/terveys/art-2000001020167.html>



## LIITTEET

### Liite 1 (TikTok – kysely)



### TikTok-tutkimus

Tällä kyselyllä kartoitetaan tietoja nuorten TikToken käytöstä sekä nuorisotyön mahdollisuuksia TikTokissa. Tarkoituksena on selvittää mikä nuoria kiehtoo TikTokissa sekä onko nuorisotyöllä paikkaa TikTok -sovelluksessa.

Kysely toteutetaan anonymisti ja sen tietoja käsitellään vain opinnäytetyön tekemistä varten. Vastauksia ei voi yhdistää kyselyyn vastanneeseen henkilöön. Vastaa kysymyksiin mahdollisimman tarkasti oman arviosi mukaan. Kyselyyn vastaaminen vie 5-8 minuuttia.

#### Rakenne:

Yleistietoa vastaajasta ja Tiktokista, TikToken käyttö, nuorisotyö TikTokissa sekä muuta.

Kysely on osa Miro Ruismäen Humanistisen ammattikorkeakoulun kansalais- ja nuorisotyön alan opinnäytetyötä, jonka tilaajana toimii Jyväskylän nuorisopalvelut. Opinnäytetyö valmistuu talvella 2020.

#### Lisätiedot:

Miro Ruismäki  
miro.ruismaki@humak.fi

### Yleistä

#### 1. Ikä? \*

- 13-15
- 16-18
- yli 18-vuotias

#### 2. Sukupuoli? \*

- Nainen



- Mies
- Muu
- En halua kertoa

**3. Onko sinulla TikTok? \***

- Kyllä
- Ei

**4. Miksi sinulla ei ole TikTokia? \***

- Minulla oli, mutta poistin sen
- Ei ole kiinnostava sovellus
- En koe, että tarvin sitä
- En halua sitä
- Jokin muu, mikä?

**5. Miksi poistit sovelluksen? \***

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**6. Oletko harkinnut TikTokin lataamista? \***

- Kyllä
- En
- Ehkä tulevaisuudessa

**7. Paljonko käytät aikaa TikTokin selaamiseen päivittäin? \***

- 1-30 minuuttia
- 31-60 minuuttia
- 1h-1,5h
- 1,5h-2h
- yli 2 tuntia

**TikTokin käytöstä****8. Onko jokin seuraavista vaikuttanut päätökseesi käyttää TikTokia? \***

- Kaverit ovat siellä
- Se on hyvää ajanvietettä
- Siellä voi saada julkisuutta
- Siellä voi seurata julkkiksia
- Sen avulla voi oppia tanssimaan
- Siellä on opettavaista sisältöä
- Sieltä löytää hauskoja haasteita/piloja tai muita vastaavia jota voi kokeilla kavereiden kanssa
- Jokin muu, mikä?

**9. Minkälaisia tunteita TikTokin käyttäminen herättää sinussa? \***

- Iloa
- Ahdistuneisuutta
- Surua
- Naurua
- Inspiroitumista
- Riittämättömyyttä

- Kateutta
- Hyvää oloa
- Jokin muu, mikä?

**10. Mitkä ovat TikTokin hyviä puolia? \***

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**11. Entä huonoja? \***

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**12. Väittämiä TikTokin käytöstä \***

|                                                       | Täysin samaa mieltä   | Jokseenkin samaa mieltä | Jokseenkin eri mieltä | Täysin eri mieltä     |
|-------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| TikTok on ensimmäinen sovellus minkä avaan aamulla    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| TikTok on viimeinen sovellus minkä suljen illalla     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Käytän TikTokia koulussa                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Käytän TikTokia kotona                                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Käytän TikTokia kavereiden kanssa ollessani           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Osaan erottaa mikä on luotettavaa sisältöä TikTokissa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

|                                                                                                                                                               | Täysin samaa mieltä   | Jokseenkin samaa mieltä | Jokseenkin eri mieltä | Täysin eri mieltä     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ymmärrän TikTokin kirjoittamattomat säännöt (tavan postata videoita, tieto siitä mitkä tanssit tai haasteet ovat nyt "in", miten sovelluksessa käyttäydytään) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Videoiden teko, muokkaus, ulkoasu ja sovelluksen käyttö onnistuu minulta ongelmitta                                                                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kaipaisin apua TikTokin käyttöön                                                                                                                              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Olen kohdannut TikTokissa opettavaista sisältöä (esim. parisuhdeneuvoja, elämänohjeita, vinkkejä johonkin lajiin tms.)                                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## TikTok ja nuorisotyö

### 13. Selaatko TikTokissa vain For you page -osiota vai seurattujen käyttäjien osiota? \*

- Enimmäkseen For you page -osiota
- Vähän enemmän For you page - osiota
- Molempia yhtä paljon
- Vähän enemmän seurattujen käyttäjien osiota
- Enimmäkseen seurattujen käyttäjien osiota

### 14.


#### Seuraan nuorisotilojen ja nuorisotyöntekijöiden TikTok kanavia \*

- Kyllä
- Ei
- En ole kiinnostunut heidän kanavistaan
- En vielä, mutta olen kiinnostunut heidän kanavistaan

15.


**Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (1=en ollenkaan, 5=hyvin paljon) \***

Nuorisotilat ja nuorisotyöntekijät



16. Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (0=en ollenkaan, 5=hyvin paljon) \*

Koulun henkilökunta (esim. opettajat, kouluavustajat)



17. Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (0=en ollenkaan, 5=hyvin paljon) \*

Urheiluseurat ja valmentajat



18. Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (0=en ollenkaan, 5=hyvin paljon) \*

Seurakunnan nuorisotyöntekijät



19. Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (0=en ollenkaan, 5=hyvin paljon) \*

Nuorisojärjestöt (YAD, 4H, NMKY, EHYT ry)



20. Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (0=en ollenkaan, 5=hyvin paljon) \*

Poliisi



**21. Mikäli joku ylläolevista tahoista olisi TikTokissa, toivoisin heiltä seuraavanlaista sisältöä \***

- Heidän ammattialaan liittyviä asioita
- Erilaisiin haasteisiin osallistumista
- Tanssivideoita
- Vinkkejä sisällöntuotantoon TikTokissa
- Nuorten elämää koskevaa sisältöä
- Faktatietoa

**22. Viime aikoina useat nuorisotoimijat (nuorisotilat, seurakunnan nuorisotyöntekijät yms.) ovat liittyneet TikTokiin. Monet toimijat myös miettivät pitäisikö heidän liittyä vai ei. Minkälaisista sisällöistä haluaisit näiden toimijoiden tuottavan? \***

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**23. Mikäli joku ylläolevista tahoista olisi TikTokissa, toivoisin heiltä seuraavanlaista sisältöä \***

- Heidän ammattialaan liittyviä asioita
- Erilaisiin haasteisiin osallistumista
- Tanssivideoita
- Vinkkejä sisällöntuotantoon TikTokissa
- Nuorten elämää koskevaa sisältöä
- Faktatietoa

**24. Oletko kohdannut TikTokissa jotain seuraavista? jos mihin tahansa vastaa niin kuvailu tapahtuneesta \***

- Väkivaltaa
- Ahdistelua

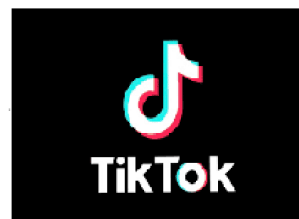
- Alastomuutta
- Kiusaamista
- Seksuaalista ahdistelua
- En mitään ylläolevista
- Jotain muuta, mitä?

**25. Voitko kuvailla tapahtunutta omin sanoin? \***

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

## Liite 2 Kysely nuorisotyöntekijöille

### TikTok-kysely nuorisotyöntekijöille



Tällä kyselyllä kartoitetaan tietoja nuorisotyöntekijöiden ajatuksia TikTokista nuorisotyön välineenä. Tarkoituksena on selvittää miten nuorisotyöntekijät haluaisivat käyttää TikTokia työssään, vai haluaisivatko.

Kysely toteutetaan anonymisti ja sen tietoja käsitellään vain opinnäytetyön tekemistä varten. Vastauksia ei voi yhdistää kyselyyn vastanneeseen henkilöön. Vastaa kysymyksiin mahdollisimman tarkasti oman arviosi mukaan. Kyselyyn vastaaminen vie 5-10 minuuttia.

Kysely on osa Miro Ruismäen Humanistisen ammattikorkeakoulun kansalais- ja nuorisotyön alan opinnäytetyötä, jonka tilaajana toimii Jyväskylän nuorisopalvelut. Opinnäytetyö valmistuu talvella 2020.

Lisätiedot:  
Miro Ruismäki  
miro.ruismaki@humak.fi

#### **Yleistä kyselyyn liittyen**

Teetin aiemmin kyselyn yli 70 nuorelle koskien heidän ajatuksiaan TikTokista sekä siitä, haluavatko he nuorisotyötahoja TikTokiin vai eivät. Samalla kyselin minkälaista sisältöä he toivoisivat nuorisotyötahoilta mikäli nämä liittyisivät TikTokiin.

Tällä kyselyllä on tarkoitus tutkia kohtaavatko nuorien ja nuorisotyöntekijöiden mielipiteet ja toivomukset TikTokiin liittyen.



**1. Pitäisikö eri nuorisotoimijoiden (järjestöt, kunnat, seurakunnat, urheiluseurat, valmentajat, koulut, poliisi) liittyä TikTokiin?**

Kyllä

Ei

**2. Minkälaista toiminta TikTokissa olisi sekä minkälaista sisältöä sinne julkaistaisiin?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**3. Sisältö nuorisotoimijoiden TikTokissa olisi..**

Ammattialaan liittyviä asioita

Erilaisiin haasteisiin osallistumista

Tanssivideoita

Vinkkejä sisällöntuotantoon TikTokissa

Nuorten elämää koskevaa sisältöä

Faktatietoa

Jotain muuta, mitä?

|  |
|--|
|  |
|--|

**4. Mitkä olisivat toiminnan tavoitteet?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**5. Miten toimintaa arvioitaisiin ja kehitettäisiin?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**6. Mikä olisi "onnistunut" nuorisotoimijoiden TikTok kanava?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**7. Miksi ei?**

|  |
|--|
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Liite 3. Prosenttikohtaiset vastaukset kysymyksille 15–20. Olisin kiinnostunut tämän tahon tuottamasta sisällöstä (0=en ollenkaan, 5=hyvin paljon)

| <b>Nuorisotyöntekijät ja nuorisotilat</b> |    |           |
|-------------------------------------------|----|-----------|
| Liukukytkimen arvon lukumäärä             | n  | Prosentti |
| 0                                         | 3  | 4,92 %    |
| 1                                         | 27 | 44,26 %   |
| 2                                         | 15 | 24,59 %   |
| 3                                         | 8  | 13,11 %   |
| 4                                         | 7  | 11,48 %   |
| 5                                         | 1  | 1,64 %    |

| <b>Koulun henkilökunta (esim. opettajat, kouluavustajat)</b> |    |           |
|--------------------------------------------------------------|----|-----------|
| Liukukytkimen arvon lukumäärä                                | n  | Prosentti |
| 0                                                            | 5  | 8,20 %    |
| 1                                                            | 25 | 40,98 %   |
| 2                                                            | 19 | 31,15 %   |
| 3                                                            | 9  | 14,75 %   |
| 4                                                            | 0  | 0 %       |
| 5                                                            | 3  | 4,92 %    |

| <b>Urheiluseurat ja valmentajat</b> |    |           |
|-------------------------------------|----|-----------|
| Liukukytkimen arvon lukumäärä       | n  | Prosentti |
| 0                                   | 2  | 3,28 %    |
| 1                                   | 21 | 34,43 %   |
| 2                                   | 16 | 26,23 %   |
| 3                                   | 11 | 18,03 %   |
| 4                                   | 6  | 9,83 %    |
| 5                                   | 5  | 8,20 %    |

| <b>Seurakunnan nuorisotyöntekijät</b> |    |           |
|---------------------------------------|----|-----------|
| Liukukytkimen arvon lukumäärä         | n  | Prosentti |
| 0                                     | 6  | 9,84 %    |
| 1                                     | 37 | 60,65 %   |
| 2                                     | 10 | 16,39 %   |
| 3                                     | 6  | 9,84 %    |
| 4                                     | 2  | 3,28 %    |
| 5                                     | 0  | 0 %       |

| <b>Nuorisojärjestöt (YAD, 4H, NMKY, EHYT ry)</b> |    |           |
|--------------------------------------------------|----|-----------|
| Liukukytkimen arvon lukumäärä                    | n  | Prosentti |
| 0                                                | 7  | 11,48 %   |
| 1                                                | 39 | 63,93 %   |
| 2                                                | 8  | 13,11 %   |
| 3                                                | 6  | 9,84 %    |
| 4                                                | 0  | 0 %       |
| 5                                                | 1  | 1,64 %    |

| <b>Poliisi</b>                |    |           |
|-------------------------------|----|-----------|
| Liukukytkimen arvon lukumäärä | n  | Prosentti |
| 0                             | 3  | 4,92 %    |
| 1                             | 15 | 24,59 %   |
| 2                             | 16 | 26,23 %   |
| 3                             | 12 | 19,67 %   |
| 4                             | 6  | 9,84 %    |
| 5                             | 9  | 14,75 %   |