

Sosiaalisen median vaikutus nuoriin aikuisiin

LAB-ammattikorkeakoulu
Terveystieteiden (AMK), Sosiaali- ja terveysala
2021
Henni Salmi, Ella Sallinen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Salmi Henni Sallinen Ella	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Valmistumisaika Kevät 2021
	Sivumäärä 31	
Työn nimi Sosiaalisen median vaikutus nuoriin aikuisiin		
Tutkinto Terveydenhoitaja (AMK)		
Ohjaavan opettajan nimi, titteli ja organisaatio Anja Liimatainen, Yliopettaja, LAB-ammattikorkeakoulu		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön aiheena on sosiaalisen median vaikutus nuoriin aikuisiin. Tarkoituksena oli selvittää kuinka LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat kokevat sosiaalisen median vaikuttavan heidän kokemukseensa itsestään. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada lisää tietoa siitä millaisia positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia sosiaalisella medially voi olla kohderyhmään. Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisen kyselyn avulla.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettista viitekehystä kerättiin luotettavista verkkolähteistä. Tutkimuksen aineisto kerättiin sähköisesti strukturoidulla Webropol-kyselyllä. Tutkimusaineisto analysoitiin tilastollisin menetelmin. Kyselyyn vastasi yhteensä 83 LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijaa.</p> <p>Opinnäytetyön tulosten perusteella sosiaalisella medially on suuri merkitys ja vaikutus nuoren aikuisen elämään ja näin sosiaalinen media vaikuttaa heihin monin eri tavoin. Sosiaalisen median vaikutus näkyy eniten, siinä kuinka nuori aikuinen kokee itsensä ja kehonkuvansa. Toki sosiaalisen media voi lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta muiden nuorten aikuisten kanssa ja näin mahdollistaa vertaistuen.</p> <p>Jatkotutkimusta voisi kohdentaa siihen, miten sosiaalinen media vaikuttaa mielenterveyteen ja sosiaalisiin suhteisiin.</p>		
Asiasanat Sosiaalinen media, kehonkuva, identiteetti, nuoret aikuiset		

Abstract

Author(s) Salmi Henni Sallinen Ella	Type of Publication Thesis, UAS	Published Spring 2021
	Number of Pages 31	
Title of Publication The effect of social media on young adults		
Name of Degree Public health nurse (UAS)		
Name, title and organization of the supervising teacher Anja Liimatainen, Principal Lecturer, Health and Social Care, LAB University of Applied Sciences		
Abstract <p>The subject is the effect of social media on young adults. The purpose is to find out how students at LAB University of Applied Sciences experience the effect of social media to their identity. The objective was to have more information about what kind of positive and negative effects does social media have on the students. The quantitative survey was one of the sources in this thesis.</p> <p>The framework of literature review consists mainly of website references. Research materials were gathered with a conducted web survey using Webropol site. 83 responses we gathered via the survey, which included quantitative questionnaire and structured questions. Research of the survey were analysed using of its statistics.</p> <p>As the results of our thesis the effects of social media in the lives of young adults is massive and impacts in many ways on their everyday life. The greatest effect of social media is seen in the results of how a young adult experiences themselves and their body. But also, through social media you can have a feeling of being part of something and gain peer support.</p> <p>Extensive research on the effects of social media on young adults should be continued and thoroughly research on what kind of mental health problems it can cause. Also, would be important to do research of young adult's media literacy.</p>		
Keywords Social media, body image, identity, young adults		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Sosiaalinen media ilmiönä ja sen vaikutuksia	2
2.1	Sosiaalinen media	2
2.2	Sosiaalisen median vaikutuksista	2
3	Minäkuva, kehonkuva, identiteetti ja nuoret aikuiset	4
3.1	Minäkuva	4
3.2	Kehonkuva	4
3.3	Identiteetti.....	5
4	Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet	7
5	Opinnäytetyön toteutus	8
5.1	Aineistonkeruu ja menetelmät.....	8
5.2	Aineiston analysointi	9
6	Tulokset.....	10
7	Pohdinta	17
7.1	Tulosten tarkastelu	17
7.2	Opinnäytetyön eettisyys ja luotettavuus	18
7.3	Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet	19
	Lähteet	21

Liitteet

Liite 1. Kysely

Liite 2. Saatekirje

Liite 3. Tietosuojailmoitus

1 Johdanto

Sosiaalinen media on luonut käyttäjilleen monta erilaista yhteydenpitoalustaa, joiden kautta pystytään pitämään yhteyttä eri puolella maailmaa asuviin ihmisiin. Sosiaalinen media tarjoaa viihdykettä tylsiin hetkiin, tavan pitää kaukana asuvat läheiset lähellä, tavan luoda yhteyksiä muihin ihmisiin ja erilaisia tapahtumia. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto 2019.) Sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt, sillä nykyään jopa 92 % 16–89-vuotiasta on joskus käyttänyt sosiaalista mediaa ja 82 % samasta ikäluokasta käyttää sosiaalista mediaa päivittäin. Yleisin laite, jolla sosiaalista mediaa käytetään, on älypuhelin. (Suomen virallinen tilasto 2020.)

Monet nuoret kokevat yhteisöllisyyden tunnetta kuuluessaan johonkin tiettyyn sosiaalisen median palveluun, johon useat heidän tuttavansakin kuuluvat. Sosiaalisen median käyttö on monelle vain tapa, mutta myös tiedon lähde, jota on helppo käyttää. Sen avulla saa helposti toisen ihmisen puolueettoman mielipiteen eri aihepiireistä. (Weissenfelt ym. 2019.) Sosiaalisella medialla on niin hyviä kuin huonoja vaikutuksia nuoriin aikuisiin, sillä jokainen kokee sosiaalisen median eri tavoin ja näin ollen sen vaikutuksetkin näkyvät jokaisessa käyttäjässä eri tavoin.

Idea opinnäytetyöhön lähti liikkeelle aihealueen aikaisemman tutkimuksen vähäisyydestä, tutkimuksia aiheesta varsinkin suomessa on suhteellisen vähän.

Opinnäytetyön tarkoitus on kuvata sosiaalisen median vaikutusta nuoriin aikuisiin ja pyrkiä tuottamaan lisää tietoa sosiaalisen median vaikutuksista sosiaali- ja terveysalan ammattilaisille. Tarkoituksena on myös selvittää, mitkä sosiaalisen median palvelut ovat suosittuja tällä hetkellä. Tutkimus toteutetaan verkkokyselyn avulla, jossa selvitettiin sosiaalisen median vaikutuksia nuorten kauneushanteisiin ja omaan kehonkuvaan. Lisäksi kyselyssä selvitettiin, kuinka sosiaalinen media vaikuttaa nuorten itseilmaisuun, yhteisöllisyyteen, ja kuinka riippuvaisia nuoret ovat sosiaalisesta mediasta. Myös nuorten pyrkimystä huomionhakuuteen sosiaalisen median avulla ja yleisesti sosiaalisen median merkityksellisyyttä selvitettiin.

Opinnäytetyö koostuu erillisestä teoriaosasta ja tutkimustulosten analysoinnista. Ensin tutkitaan sosiaalista mediaa ja sen vaikutuksia tutkimusten pohjalta, sekä selvitetään nuorten identiteettiä, minäkuvaa ja kehonkuvaa toisten tahojen teettämien kysely-tutkimusten pohjalta. Teoria osuuden jälkeen paneudutaan tarkemmin tutkimuksen tarkoitukseen ja tavoitteisiin, jonka jälkeen tulokset on analysoitu. Lopuksi tutkimuksen tuloksista on tehty johtopäätökset, ja pohdittu tutkimustulosten luotettavuutta yleistettäviin johtopäätöksiin nuorten nykyisestä tilanteesta.

2 Sosiaalinen media ilmiönä ja sen vaikutuksia

2.1 Sosiaalinen media

1990-luvun alkupuolella internetin verkostoitumismahdollisuudet alkoivat vähitellen kehittyä. Media itsessään on ollut jo pitkään osana ihmisten elämää, sillä media sisältää esimerkiksi television, radion ja sanomalehdet. Vasta vuonna 2005 Web 2.0-retoriikan yhteydessä termiä sosiaalinen media käytettiin ensimmäistä kertaa. Termi nykyäänkin on hajanainen, mutta sosiaalinen media käsittää tapaa kommunikoida, jakaa sisältöä, tutkia sisältöä, kommentoida ja reagoida muiden sisällöntuottajien kanssa internetin palveluiden avulla. Jaettu sisältö voi olla esimerkiksi tekstiä, kuvia, musiikkia tai videoita. Sisällöntuottajana voi olla kuka tahansa. Sosiaalista mediaa suositellaankin käytettäväksi kattoterminä, sillä sitä ei ole pystytty spesifisti määrittelemään. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17–21.)

Sosiaaliselle medialle on esitetty kolme piirrettä sen hajanaisuudestaan huolimatta. Ensimmäisenä piirteenä on viestintä, joka on monimuotoista mutta ei säädeltyä, mikä tavanomaiselle medialle on yleistä. Toisena piirteenä oletetaan, että sosiaalisen median käyttäjistä tulee aktiivisia sisällöntuottajia, jolloin yleisöstä siirrytään käyttäjiksi. Kolmas piirre erottaa hyvin median ja sosiaalisen median, sillä piirre kuvaa sen, miten käyttäjät ovat enemmän vuorovaikutteisempia, kuin yksisuuntaisessa joukkoviestinnässä. (Matikainen & Huovila 2017.)

José Van Dijck (2013) on Utrecht yliopiston professori Alankomaissa, jonka erikoisuuksiin kuuluu uuden median analysointi. Hän on jaotellut sosiaalisen median palvelutyyppejä suuntaa antavilla termeillä. Ensimmäinen kategoria, SNS eli social networking sites sisältää yhteisö- ja verkostoitumispalvelut, kuten Instagram ja Facebook. Toista kategoriaa kutsutaan UGC-palvelut eli user generated content. Tämän ideana on palvelut, joissa tarkoituksena on jakaa sisältöä yleisön katsottavaksi. Kolmas kategoria on niin kutsuttu PGS eli play and game sites. Tämä kategoria käsittää kaikki pelaamiselle suunnatut kanavat, kuten esimerkiksi nettikasinot. Viimeinen kategoria on trading and marketing sites eli TMS, kuten Huutonet. Lisäksi kategorioiden sisällä voi olla toisia kategorioita. Esimerkiksi Facebook on SNS-palvelu, mutta sen sisällä on myös TMS-palvelua suosittujen ryhmien muodossa, kuten esimerkiksi Pulinakirppis ja Roskalava-ryhmä. (Liimatainen 2019.)

2.2 Sosiaalisen median vaikutuksista

Sosiaalinen media ei ole itsessään uusi ilmiö, mutta sen suuri käyttäjäkunnan kasvu ja aiheen vaikuttavuus on suhteellisen uutta. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkittua tietoa sosiaali-

sen median vaikutuksista esimerkiksi minäkuvaan ja identiteettiin on ainakin Suomessa tutkittu vasta vähän. Aihetta olisi tärkeä tutkia entistä enemmän sosiaalisen median suosion kasvun vuoksi. Vuodesta 2016 alkaen peruskoulujen opetussuunnitelmaan on laadittu mediakasvatusta kehittävästä materiaalia, joka tukee oppilaiden turvallista median käyttöä. (Mediakasvatusseura 2016.)

Vidgerin kirjallisuuskatsauksessa lähestyttiin sosiaalista mediaa ja sen negatiivisia vaikutuksia vapaa-ajan käytön näkökulmasta. Kirjallisuuskatsauksessa todetaan, että sosiaalinen media on jo ehtinyt muuttaa sosiaalista kanssakäymistä peruuttamattomasti sekä muokannut ihmisten kehonkuvaihanteita. Koska ihanteita on jo ehditty muokata sosiaalisen median suuren vaikuttavuuden vuoksi, olisi hyvä käyttää sosiaalista mediaa myös positiiviseen sisältöön, kuten terveisiin kauneusihanteisiin kehonkuvan kannalta. Tutkielmassa todettiin myös, että sosiaalisen median haittavaikutuksia psyykkisellä tasolla ovat ahdistus, stressi, nomofobia eli pelko tilanteista ilman matkapuhelinta, paitsi jäämisen pelko, teknostressi sekä kehonkuvaan vaikuttavat haittavaikutukset ja sitä kautta syömishäiriöt. (Vidgren 2018.)

Sosiaalinen media on tämän päivän ihmisen elämässä ja päätöksen teossa melko suuressa osassa. Sosiaalisen median avulla luodaan ja ylläpidetään ihmissuhteita. Töyssyn tutkimus sosiaalinen media identiteetin rakentumisen ympäristönä vahvisti olettamusta siitä, että mitä pinnallisempi ja viihdyttävämpi käyttäjä on sosiaalisessa mediassa, sitä enemmän saa hyväksyntää. Toisaalta, jos julkaisee henkilökohtaisia asioita itsestään, vastaanotto voi olla negatiivista. Moni kuitenkin pyrkii luomaan sosiaalisen median avulla itsestään niin sanottua ihannekuvaa tekstin ja kuvien muodossa. (Töyssy 2012.)

Sosiaalinen media tarjoaa siis paljon mahdollisuuksia itsensä ilmaisuun. Sen avulla voi rajata itsestään ei-haluttuja puolia pois, kuten esimerkiksi ujous tai temperamenttisuus, jotka saattavat tuottaa ongelmia sosiaalisessa kanssakäymisessä. Tämänlainen rajaus saattaa auttaa ihmisiä luomaan uusia ihmissuhteita sekä vahvistaa tunnetta siitä, että on sosiaalisesti kyvykäs. (Töyssy 2012.)

3 Minäkuva, kehonkuva, identiteetti ja nuoret aikuiset

3.1 Minäkuva

Minäkuvan määrittely konkreettisesti on haastavaa, sillä eri tutkijoilla on eri tapa sen määrittämiseksi. Käsite vastaa kysymykseen siitä, miten ihminen kokee itsensä ja suhteensa vuorovaikutuksessa ympäröivään maailmaan. Käsitys minäkuvasta muokkautuu siis miljöön mukaan ja se muuttuu koko ajan elämän edetessä. (Verkkopalvelu kehitysvammaisuudesta 2014.)

Psykologi Marshall Rosenbergin (1958) mukaan minäkuvan määrittely spesifisti on laaja-alainen. Sen pystyy kuitenkin kerrostamaan kolmeen eri luokkaan. Korkeimmalla tasolla on yleinen minäkuva, joka kuvataan siten, että se pysyy yleisesti samana koko elinjakson ajan. Tätä alemmalla tasolla on minäkuvan erityiset osa-alueet, näitä voi olla esimerkiksi kehonkuva, sosiaalisuus ja moraaliset käsitykset. Alimmalla kerroksella on suppeammin rajautuneet erityiset minäkuvan osa-alueet, kuten oman kehon hyväksyminen, omat preferenssit toisten ihmisten kehoissa ja arvostettavat piirteet itsessään tai muissa ihmisissä. (Räisänen 2007.)

Minäkuvan jakamiselle on myös muita tapoja. Kasvatuspsykologian professori Maija-Liisa Rauste-Von Wright (1979) määrittää minäkuvan myös kolmeen erilaiseen kerrokseen. Todellinen eli reaalinäkäsitys käsittää sen osa-alueen, miten kukin itsensä näkevät. Ihanneminä on käsitys siitä, millaisena haluaisi itsensä nähdä. Näin ollen jokainen pyrkii toteuttamaan ihanneminää, esimerkiksi panostus ihannetyöhön tai ihannekehoon. Tällainen ajatus motivoi yksilöitä sekä vaihtoehtoisesti luo henkiselle tasolle paineita. Kolmantena ulottuvuutena on toveriminä, eli kuva itsestään, mitä olettaa muiden silmissä näyttävän ja vaikuttavan. (Rantanen 2008.) Opinnäytetyön tuloksia tutkittaessa käytössä on Rauste-Von Wrightin (1979) näkökulma minäkuvasta.

3.2 Kehonkuva

Kehonkuva muodostuu monesta eri käsitteestä ja se pystytään jakamaan eri osa-alueisiin, jotka yhdessä muodostavat kokonaisuuden. Fyysiseen ulkonäköön kuuluvat kehonkoostumus ja rakenne sekä toki kasvot ja yleisilme. Oman kehonkuvan hyväksymiseen vaikuttaa yhteiskunnan luomat kauneushanteet ja normit sekä omat preferenssit. Myöskin kehon fyysinen toimintakyky, suoriutuminen raskaasta liikunnasta tai päivittäistoiminnoista on osa kehonkuvaa. Käsitys omasta kehosta voi myös vääristyä, kuten esimerkiksi miten näkee ja kokee itsensä suurempana tai pienempänä kuin on tai keskittyy vain tiettyihin osiin kehos-

saan, negatiivisella tai positiivisella tavalla. Positiivinen kehonkuva tarkoittaa, että yksilö kokee kehonsa kauniiksi ja hyväksyy itsensä. Tämän vastakohtana on negatiivinen kehonkuva, jolloin yksilö kokee itsensä muita huonommaksi tai tuntee tarvetta muuttaa itseään. (Leskinen 2018.) Opinnäytetyön kyselyn tuloksia analysoidessa hyödynnettiin positiivisen ja negatiivisen kehonkuva käsityksiä.

Kehonkuva muokkautuu läpi yksilön elämän, ja siihen vaikuttaa esimerkiksi ikä, sukupuoli ja kulttuuri (Leskinen 2018). Kulttuurisella aaltopituudella esimerkkinä on vastakkainasettelu länsimaisen kehoihanteen ja afrikkalaisen kehoihanteen välillä. Länsimaisessa kulttuurissa kehoihanne on sirot ja hoikat vartalot, kun taas Afrikassa kehoihanne on ylipainoiset, vedoten siihen, että heillä on varaa syödä, joka ei ole Afrikassa itsestäänselvyys ole.

Yksi suurimmista kehonkuvan niin sanotusta rasitteista on murrosikä, kun keho muuttaa muotoaan ja tämä tapahtuu kaikilla nuorilla eri aikaan. Negatiivinen kehonkuva saattaa johtaa eri syömishäiriöihin tai syömishäiriökäyttäytymiseen. Sosiaalisella medially on suuri rooli kehonkuvan muodostumisessa, sillä sosiaalinen media on niin suuressa osassa nuorten aikuisten elämässä. Sosiaalinen media toimii vuorovaikutteisesti ja mainonta perustuu täydellisyyteen pyrkimisenä, siksi onkin suurimmaksi osaksi digitaalisesti muokattuja niin sanotusti täydellisiä kehoja. Toisena rasitteena on myös kehon luonnollinen ikääntyminen, mutta tutkimusten mukaan, iän myötä kehopositiivisuus kasvaa. (Leskinen 2018.)

3.3 Identiteetti

Identiteettiä pystytään tutkimaan monitieteellisesti, sitä voidaan tarkastella esimerkiksi psykologian tai yhteiskuntatieteellisin osa-aluein. Se on monen eri tieteenlajin yhteinen summa. Sosiaalitieteiden professori Kath Woodward (2002) esittää identiteetin niin, että se koostuu persoonallisen ja sosiaalisen, yksilön ja yhteiskunnan sekä psyykkisen ja sosiaalisen käsitteiden väliltä. Sen rakentuvuuteen vaikuttaa myös kuulumus yhteisöön tai oma kokemus erilaisuudesta. (Saastamoinen & Rautio 2006, 170–173.)

Omaa identiteettiä ei yksinomaan pysty täysin kontrolloimaan, vaan se muodostuu hyviksi koetuista asioista sekä epäonnistumisista ja epämukavuuden tunteista. Se sitoutuu myös konkreettisiin asioihin kuten oma sukupuolikokemus, seksuaalinen suuntautuminen, ammatti tai kodiksi kokema kaupunki. Identiteettiä ilmaistaan myös näkyvillä tavoilla, kuten vaatetus ja hiusten väri. (Saastamoinen & Rautio, 2006, 170–173.)

Identiteetillä tarkoitetaan, sitä kuinka ihminen kokee itsensä. Identiteetti perustuu muuttuvaan/kehittyvään persoonallisuuteen. Identiteetin kehittyminen vaatii sen, että ihmisellä on mahdollisuus kokeilla eri asioita, mahdollisuuksien näkeminen, ajatusten ja ajatusmaailmo-

jen pohtiminen sekä mahdollisuus valita näiden väliltä. (Verkkopalvelu kehitysvammaisuu-
desta 2014.) Voidaan kuvitella, että identiteetti koostuu sosiaalisesta ja henkilökohtaisesta
puolesta. Henkilökohtaisen identiteetin avulla ihminen erottuu joukosta ja voi tuntea itsensä
ainutlaatuiseksi. Näitä erottavia piirteitä saattaa olla arvomaailma ja kiinnostuksen kohteet.
Sosiaalisen identiteetin keskeisenä osana on ryhmäidentiteetti, johon liittyy tarve kuulua ja
samaistua johonkin ryhmään kuten koulu, kulttuuri, harrastus, oma ikäluokka, sukupuoleen
pohjautuviin ryhmiin tai ammattiryhmiin. (Suomen Mielenterveys ry 2021.)

4 Opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, kuinka sosiaalinen media vaikuttaa nuoriin aikuisiin ja mitä positiivisia sekä negatiivisia asioita nuoret aikuiset kokevat sosiaalisen median tuovan. Tarkoituksena oli myös tuottaa lisää tietoa sosiaalisen median vaikutuksista sosiaali- ja terveysalan ammattilaisille sekä mitkä sosiaalisen median palvelut ovat suosittuja tällä hetkellä.

Tavoitteena oli saada lisätietoa siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoriin aikuisiin. Sosiaalinen media on kuitenkin iso osa nykyihmisen elämää, joten olisi hyvä perehtyä siihen, millaisia vaikutuksia sillä saattaa olla nuoriin aikuisiin.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset:

1. Mitä positiivisia vaikutuksia sosiaalisella medialla on nuoriin aikuisiin?
2. Mitä negatiivisia vaikutuksia sosiaalisella medialla on nuoriin aikuisiin?
3. Kuinka paljon nuorilla aikuisilla kuluu aikaa sosiaalisen median parissa?
4. Mitä sosiaalisen median sovellusta käytetään tällä hetkellä eniten nuorten aikuisten keskuudessa?

Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin sitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa identiteetin rakentumiseen eli onko kokemus itsestään muuttunut sosiaalisen median vaikutuksien myötä tai kokiko kyselyyn vastanneet sosiaalisen median olevan osa omaa identiteettikokemustaan. 1980-luvulla on määritelty nuoren aikuisen iäksi 23–35 vuotta tutkijoiden Chickering ja Havighurst (1984) johdosta. Tutkijat katsoivat, että 23–35-vuotiaan nuoren aikuisen elämässä olisi kehittynyt talouden hallintakyky, urasuunnitelmat sekä mahdollinen puoliso olisi löytynyt, jonka kanssa voisi perustaa perheen. Nykyisessä yhteiskunnassa hidasteina näille tavoitteille on esimerkiksi koulutuksen keston pidentyminen. Koulutusta on kuitenkin muokattu moniosaiseksi, esimerkiksi koulun ja työn yhdistäminen on nykyään mahdollista ja toki myös yleistä. Elämän arvot ovat myös muuttuneet. Sitoutuminen ja niin sanotun elämän rakkauden löytäminen ei kaikille ole merkittävää, kuin oman koulutuksen suorittaminen ja siksi perheen perustaminen saattaa siirtyä myöhemmälle iälle. (Martikainen 2006, 14–16.)

5 Opinnäytetyön toteutus

5.1 Aineistonkeruu ja menetelmät

Opinnäytetyön kohderyhmänä oli LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat. Vastaajien iäksi arvioimme 20–30-vuotiaat, sillä Suomen virallisen tilastokeskuksen mukaan yleisin ikäluokka ammattikorkeakoulussa on edellä mainittu. Uusien ammattikorkeakouluopiskelijoiden yleisin ikäryhmä on 20-vuotiaat ja keskiarvo on 26-vuotta. Ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden keskimääräinen ikä oli vuonna 2012 noin 30-vuotta. (Suomen virallinen tilasto 2014.)

Tutkimuskyselyyn opiskelijat pääsivät vastaamaan nettilinkin kautta. Linkki lähetettiin sähköpostilla luokanvanhimmille, jotka jakoivat sähköpostin muille luokkansa opiskelijoille. Sähköpostiin liitettiin saatekirje (Liite 2). Ennen, kuinka luokanvanhimmille lähetettiin sähköpostilla kysely, niin yritimme jakaa kyselyä LAB-ammattikorkeakoulun Facebook-sivujen kautta sekä eri opiskelijakiltojen Facebook-sivujen kautta. Kyselyyn ei tätä kautta tullut vastauksia, kuin yksi.

Vastauksia kyselyyn toivottiin kahdessa viikossa vähintään 50 laajan kohderyhmän ansiosta. Valittuna tutkimusmenetelmänä on päädytty toteuttamaan kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen. Tutkimus on kuvaileva ja siinä käytettiin suljettuja eli strukturoituja kysymyksiä, jotta pystyttäisiin kerätä tietoa siitä, kuinka kohderyhmä koki sosiaalisen median ja millaisia vaikutuksia kohderyhmä koki sosiaalisella medially olevan heihin. (SurveyMonkey 2021.)

Tutkimusaineisto kerättiin sähköisellä Webropol-kyselyllä. Opinnäytetyön kysely lähetettiin luokanvanhimpien avulla muille LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijoille (Liite 2). Saatesähköposti viestiin liitettiin linkki Webropol- kyselyyn (Liite 1). Tutkimuksen aineisto kerättiin 15 strukturoidulla kysymyksellä, joihin oli pakollista vastata. 14 kysymystä oli tyyliltään Likertin asteikollisia. Likertin asteikolla mitataan usein ihmisten asenteita. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2007.)

Riskejä opinnäytetyön toteutumiseen liittyen oli muutamia. Vastaajamäärän vähyys, johon vaikuttaa moni eri tekijä, kuten esimerkiksi saatekirjeen katoaminen sähköpostiin, opiskelija unohtaa vastata tai opiskelijoiden haluttomuus osallistua kyselyyn. Näiden vuoksi kysely päätettiin tehdä kompaktiin ja nopeasti vastattavaan muotoon. Riskinä oli myös se, että vastaajat eivät vastaa rehellisesti kyselyyn ja tutkimuksen analysointi olisi perustunut väärin tai puutteellisten vastausten pohjalta.

5.2 Aineiston analysointi

Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää, että valitaan oikea tapa analysoida materiaali, jotta saadaan luotettavia vastauksia tutkimuskysymyksiin. Strukturoitujen kysymysten vastaukset analysoitiin Webropol 3.0- ohjelman avulla. Tulokset esitettiin tilastollisia menetelmiä apuna käyttäen eli prosentteina, kuvana ja sanallisesti. Tilastolliset menetelmät pyrkivät selvittämään ja tiivistämään numeroaineiston ymmärrettävään muotoon. (Vilpas 2021.)

Opinnäytetyö toteutettiin määrällisenä tutkimuksena, jota varten tehtiin valmiiksi suunnitelma, jonka pohjalta aineistoa analysoitiin. Analyysillä tarkistetaan pitävätkö oletukset paikkaansa. Määrällisen tutkimuksen tulosten esittämisessä oli hyvä pohtia, kuinka esittää tutkittu tieto, kuinka paljon tutkimuksessa oli saatu tietoa tutkitusta aiheesta ja tiedon sijainti opinnäytetyössä ja niiden vaikutus toisiinsa. Tutkimuksesta saattaa nousta esiin, joitain mielenkiintoisia löydöksiä, mutta nämä olisi kuitenkin hyvä jättää mahdollisia jatkotutkimuksia varten. (Vilka 2007.)

6 Tulokset

Opinnäytetyön kohderyhmänä oli LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat. Opinnäytetyön tutkimukseen vastasi luokan vanhimpien jakaman viestin kautta 83 henkilöä, joista 3 identifioitui miehiksi ja loput 80 naisiksi. Muuhun sukupuoleen identifioituvia henkilöiden vastauksia oli nolla.

Tutkimuksen ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin vastaajien kokema sukupuoli, jotta pystyttäisiin vertailemaan sosiaalisen median käyttöä eri sukupuolten edustajien välillä. Koska miehiä ja muun sukupuolen edustajia kyselyyn vastasi selkeästi vähemmän kuin naisia, ei sukupuolien välistä erottelua pystytty tekemään, vaan kyselyn tuloksia tarkasteltiin sukupuoleen katsomatta. Tuloksia analysoidessa pohdittiin eri mahdollisuuksia sille, miksi miesten tai muun sukupuolen edustajien vastaukset jäivät vähäisiksi. Muun sukupuolisuus on selvää vähemmistöä, joten kyseiseen sukupuoleen identifioituvia henkilöitä ei esiinny yhtä paljon yleisessä otannassa, kuin esimerkiksi miehiä tai naisia. (Kärnä 2021.) Miesten vähäinen osallistuminen kyselyyn saattaa johtua siitä, että tutkimuksen keskiössä oleva sosiaali- ja terveystieteiden alan naisvaltainen ja täten enemmistö vastaajistakin voisi olla naisia. Kuitenkin kysely on lähetetty yleisesti kaikille LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Tarkkaa syytä vastausten sukupuolijakaumasta on kuitenkin mahdotonta antaa, eikä kyselyssä selvitetty vastaajien ammattikuntaa.

Toisessa kysymyksessä haluttiin selvittää, millaisia sosiaalisen median palveluita kyselyyn vastaajat käyttävät eniten, pyytäen vastaajia asettamaan valmiiksi annetut sovellusvaihtoehdot käyttömäärien mukaan järjestykseen, käytetyimmistä vähiten käytettyyn palveluntarjoajaan. Annetut sovellusvaihtoehdot kyselyssä olivat Facebook, Whatsapp, Instagram, Youtube, TikTok, Jodel, Twitch, Pinterest, Tinder, Snapchat ja Twitter. Kyselyn perusteella käytetyimmäksi sovellukseksi valikoitui Snapchat. Toiseksi käytetyimmät sovellukset kyselyn perusteella olivat tasatuloksin WhatsApp ja Instagram, kun taas TikTok ja Facebook tulivat heti näiden perässä. Kuudenneksi suosituin sovellus oli Youtube. Selkeästi vähiten käytetyimmät sovellukset jakaantuivat pienin erotuksin viimeisille sijoille järjestyksellä: Twitter, Jodel ja Pinterest sekä viimeisenä Twitch.

Snapchat valikoitui vastaajien käytetyimmäksi sovellukseksi todennäköisimmin sen ominaisuuksien perusteella. Snapchat toimii käyttäjien kesken jokaisen itse luomalla käyttäjätunnuksella ilman puhelinnumeroa. Viesti ja kuvat myös katoavat molemmilta osapuolilta heti avaamisen jälkeen, jos niitä erikseen ei tallenneta. Tästä tulee kuitenkin toiselle käyttäjälle ilmoitus, jos toinen keskustelun osapuoli on viestien sisältöä tallentanut. Snapchat on täten halutessaan hyvin yksityinen sosiaalisen median kanava, jossa keskustelut ja julkaisut säi-

lyvät tarvittaessa vain valittujen henkilöiden välillä. Snapchatin avulla on helppoa pitää yhteyttä lähimpiin ystäviin ja jakaa heidän kanssaan myös arkisempia hetkiä. Snapchatin yksityisyys ja tapa pitää yhteyttä valitsemiinsa ystäviin tuovat käyttäjille matalamman kynnyksen jakaa ystävilleen aitoa sisältöä, jossa sosiaalisen median paineet ja julkisuus ei ole selvästi esillä suuren yleisön saatavilla. Näiden sovellukseen kohdistuvien erityispiirteiden vuoksi tutkimustulosten analysoinnissa on oletettu, että Snapchat on ollut suosituin sosiaalisen median palvelu.

Toisella sijalla oleva Instagram on siitä samanlainen Snapchatin kanssa, että keskeisimmässä asemassa on kuvien ottaminen ja jakaminen muiden käyttäjien katseltavaksi. Instagramissa kuvien jakaminen on pysyvämpää kuin Snapchat-palvelussa, sekä kuvien katsojien seuraaminen vaikeampaa, ellei profiili ole yksityinen. Myös Whatsapp, joka toimii puhelinumero perusteella ja jossa kuvien ja viestien jakaminen on pysyvämpää, sijoittui toiselle sijalle. Sen houkutusena ovat ilmaiset puhelut sekä viestittely, jos puhelimesta on pääsy internetiin. Näin ollen yhteyden pitäminen esimerkiksi läheisimpiin henkilöihin helpottuu huomattavasti, rajoituksetta. Whatsapp-palvelussa viestintä henkilöiden välillä tapahtuu pääasiallisesti tekstiviestien välityksellä, joskin kuvia ja muita mediatiedostoja voidaan myös jakaa. Näiden jälkeen kyselyssä sijoittunut TikTok keskittyy lyhyiden videoiden jakamiseen ja Facebook vuorostaan sekä kuvien että videoiden jakamiseen, mutta myös kaikkien muuhun sosiaalisen median avulla käytävään kanssakäymiseen. Kaikissa viidessä käytetyimmässä sovelluksessa keskeisintä olivat kuvat, videot ja niiden jakaminen. Eroja näiden palveluiden välillä kuitenkin löytyy liittyen jaetun sisällön yksityisyyteen ja mahdollisuuteen kohdentaa jaettua sisältöä.

Kolmannessa kysymyksessä selvitettiin, kuinka usein vastaajat käyttävät sosiaalista mediaa, ja kaikki kyselyyn vastanneet ilmoittivat käyttävänsä sosiaalisen median palveluita päivittäin. Neljäs kysymys oli jatkokysymys edeltävälle, jossa selvitettiin, kuinka monta kertaa päivän aikana vastaajat käyttävät sosiaalisen median palveluita. Vastaukset jakaantuvat melko tasaisesti sosiaalisen median käytöstä. 50 % eli 42 henkilöä vastasi ”tunnin aikana useamman kerran” ja 46 % eli 38 henkilöä vastasi ”noin muutaman tunnin välein”. Vain 4 % eli 3 henkilöä vastasi ”muutaman kerran päivässä”.

Vastauksista kävi ilmi, että sosiaalinen media on yleisesti isossa osassa kyselyyn vastanneiden elämää. Jokainen vastaajista käytti päivittäin sosiaalisen median palveluita sekä selvästi suurin osa muutaman tunnin välein tai useamman kerran tunnin aikana. Tästä voidaan päätellä, kuinka suuri vaikutusvalta sosiaalisella medially on.

		Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
1.	Vertailen kehonkuvaani sosiaalisessa mediassa esiintyvien henkilöiden vartaloihin	16,9%	54,2%	16,9%	12,0%
2.	Sosiaalinen media ylläpitää mielestäni epärealistisia kauneusihanteita	50,0%	39,0%	4,9%	6,1%
3.	Sosiaalinen media on luonut kehonkuva paineita	47,5%	29,3%	17,1%	6,1%
4.	Koen pystyväni ilmaisemaan itseäni sosiaalisen median kautta	7,3%	50,0%	32,9%	9,8%
5.	Koen sosiaalisen median olevan osana sitä, kuka olen	4,9%	30,5%	31,7%	32,9%
6.	Koen menettäväni osan itsestäni, jos sosiaalinen media katoaisi	3,7%	29,3%	26,8%	40,2%
7.	Koen yhteenkuuluvuutta eri yhteisöihin sosiaalisen median avulla	19,7%	43,2%	27,2%	9,9%
8.	Sosiaalinen media vaikuttaa elämässäni tehtäviin valintoihin	3,7%	43,9%	30,5%	21,9%
9.	Minulle on tärkeää, että tekemäni päivitykset sosiaalisessa mediassa saavat huomiota, esimerkiksi kommentteja tai tykkäyksiä	9,8%	34,1%	30,5%	25,6%
10.	Pyrin jakamaan sellaista sisältöä, jonka ajattelen kiinnostavan enemmän huomiota	8,5%	34,2%	26,8%	30,5%

Taulukko 1: Webropol-ohjelman kautta kyselyn vastauksien tuloksia

Väittämässä vastausvaihtoehtoja annettiin neljä jokaisen väittämän kohdalla. Kolme ensimmäistä väittämää laadittiin käsittelemään sosiaalisen median, oman kehonkuvan ja sosiaalisen median paineen yhteyttä. Ensimmäisessä väittämässä vastaajat pohtivat sitä, miten he vertaavat kehoaan sosiaalisessa mediassa nähtyihin kehoihin. Vastaajista yli puolet eli 54,2 % koki olevansa jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Täysin eri mieltä oli 12 %, ja jokseenkin eri mieltä tai täysin samaa mieltä oli molemmissa 16,9 %. Eli suurin osa vastaajista 71,1 % koki samaistuvansa väittämään joissain määrin. Tämä oli merkittävä löytö, sillä seuraavassa väittämässä kuitenkin suurin osa koki sosiaalisen median kauneusihanteet epärealistisiksi, mutta silti vastaajat vastasivat vertaavansa kehoansa sosiaalisen median luomiin epärealistisiin ihanteisiin, vaikka tiedostavat niiden olevan realiteettien ulkopuolella. (Taulukko 1.)

Yksi väittämistä väitti, että sosiaalinen media ylläpitäisi epärealistisia kauneusihanteita. Tähän 50 % vastanneista koki olevansa täysin samaa mieltä ja 39 % jokseenkin samaa mieltä eli yhteensä 89 % pystyi samaistumaan tähän väitteeseen jotenkin. 4,9 % koki olevansa

jokseenkin eri mieltä ja 6,1 % täysin eri mieltä. Kolmantena väittämänä vastaajia pyydettiin pohtimaan sitä, onko sosiaalinen media luonut kehonkuva paineita. Suurin osa vastaajista koki samaistuvansa tähän väitteeseen eli yhteenlaskettuna 76,8 %. Täysin samaa mieltä asiasta oli 47,5 % vastaajista sekä jokseenkin samaa mieltä 29,3 %. Jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa oli 17,1 % ja täysin eri mieltä 6,1 %. (Taulukko 1.)

Kolmesta ensimmäisestä väittämästä pystyttiin tilastollisesti päättämään, että tähän kyselyyn vastanneet kokivat sosiaalisen median vaikuttavan omaan kehonkuvaansa ja vertaavansa kehoaan sosiaalisessa mediassa nähtäviin kehoihin, vaikka vastaajat tiedostivat kauneusihanteiden olevan epärealistisia. Kyselyn kohderyhmänä olivat korkeakouluopiskelijat, joiden medialukutaito on kehittynyt, mutta silti aikuisetkin voivat kokea paineita omasta kehonkuvastaan sosiaalisen median vaikutuksen alaisena. Näiden asioiden vaikutusta toisiinsa olisi hyvä tutkia sekä näiden vaikutusta esimerkiksi mielenterveysongelmiin kuten syömishäiriöön.

Seuraavat väittämät pyrittiin rakentamaan niin, että pystyttäisiin vertailemaan, kuinka suuri vaikutus sosiaalisella medially on omaan identiteettiin ja minuuteen. Neljännessä väittämässä pyydettiin vastaajia pohtimaan pystyvätkö he ilmaisemaan itseään sosiaalisen median kautta. Vastaajista 7,3 % koki olevansa väittämän kanssa täysin samaa mieltä ja 50 % jokseenkin samaa mieltä, eli väitteeseen pystyi samaistumaan 57,3 % eli niukasti yli puolet. 32,9 % vastaajista koki olevansa jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa ja 9,8 % täysin eri mieltä eli yhteensä 42,7 %. Jako samaistuvuuden ja eri mieltä olevien väittämien välillä oli suhteellisen tasainen. (Taulukko 1.) Mahdollisia syitä tälle voisi mahdollisesti olla riittämätön uskallus haluamansa sisällön julkaisulle ja kokemus tarpeesta silloitella omaa elämäntilannettaan. Toisena vaihtoehtona olisi ollut se, että vähäinen seuraajamäärä ei tavoita haluttua katsojamäärää tai se ei tavoita saman henkisiä käyttäjiä.

Viidennessä väittämässä vastaukset olivat jakautuneet hyvin tasaisesti kolmen eri vastausvaihtoehdon välillä. Väittämä käsitteli sitä, kokeeko vastaajat sosiaalisen median olevan osana identiteettiään. 30,5 % vastaajista koki olevansa samaa mieltä, 31,7 % vastaajista jokseenkin eri mieltä ja 32,9 % vastasi olevansa täysin eri mieltä. Täysin samaa mieltä oli 4,9 %. (Taulukko 1.) Tästä voitiin päätellä, että kyselyyn vastaajat, jotka kokivat olevansa väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä, tunsivat tarvetta tai halua pysyä mukana sosiaalisen median vaikuttajien luomissa trendeissä, joka mahdollisesti vaikuttaa heidän kulutuspäätöksiinsä. Vastaajat mahdollisesti pohtivat myös sitä, että suuren sosiaalisen median kulutuksen takia se saattaa olla osa heidän identiteettiään. Väitteen kanssa jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä olevat saattavat kokea asian niin, että pystyvät erottamaan sosiaalisen median ja todellisen elämän identiteetin toisistaan, jolloin heille ei tule tarvetta tehdä

kulutuspäätöksiään sosiaalisen median vaikuttajien luomien trendien pohjalta. Vastaajat kokivat, että sosiaalinen media on vain ajan kuluksi käytettävää viihdettä eivätkä koe sen vaikuttavan todellisiin elämänsä asioihin.

Kuudes väittämä oli myös jakautunut melko samankaltaisesti kuin edellinen väittämä, sillä ne ovat suhteellisen hyvin kytköksissä toisiinsa. Kuudennessa väittämässä vastaajalta kysyttiin sitä, kokevatko he menettävän osan itsestään, jos sosiaalinen media katoaisi. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli 3,7 % vastaajista, eli selkeästi vähiten, kuten edellisessäkin väittämässä. Jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa oli 29,3 %. Jokseenkin eri mieltä 26,8 % ja täysin erimieltä 40,2 % eli selkeästi suurin osa vastaajista on sitä mieltä, ettei kadotaisi itseään sosiaalisen median katoamisen myötä. (Taulukko 1). Tämä vastaus antoi selkeää osviittaa siihen, millainen asema sosiaalisella medialla on vastaajien identiteettiin ja elämään. Suurin osa vastaajista ei siis koe sosiaalisen median määrittelevän heidän identiteettiään. Tämä voidaan tulkita niin, että vastaajat ovat rakentaneet vahvan identiteetin itselleen ja se ei ole riippuvainen sosiaalisesta mediasta. Tämä seikka on tärkeä huomioida sosiaali- ja terveysalan ammattihenkilöiden keskuudessa ja hyödyntää sitä tietoa työssään, kuten esimerkiksi mielenterveystyön parissa.

Seitsemännessä väittämässä pyydettiin vastaajia pohtimaan, kokevatko he yhteenkuuluvuutta johonkin sosiaalisen median yhteisöön. 19,7 % vastaajista oli täysin samaa mieltä ja 43,2 % jokseenkin samaa mieltä eli väittämään samaistui yhteensä 62,9 %. (Taulukko 1). Tämä oli positiivinen tulos, sillä yhteenkuuluvuus ja hyväksytyksi tuleminen tunne on tärkeä osa varsinkin nuoren aikuisen elämää. 27,2 % vastaajista koki olevansa jokseenkin eri mieltä väittämän kanssa ja 9,9 % täysin eri mieltä. (Taulukko 1.) Tämä tulos kertoo siitä, että vastaajat kokevat tarpeelliseksi yhteenkuuluvuuden tunteen saavuttamisen sosiaalisen median kautta. Voidaan päätellä, että sosiaalinen media lisää yhteenkuulumisen tunnetta.

Kahdeksas väittämä laadittiin niin, että pyydettiin vastaajia pohtimaan, vaikuttaako sosiaalinen media heidän elämässään tehtäviin valintoihin. Vastaajista 3,7 % koki olevansa täysin samaa mieltä, mutta jopa 43,2 % jokseenkin samaa mieltä. 30,5 % koki olevansa väitteen kanssa jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä oli 21,9 %. (Taulukko 1.) Tämän väitteen vastaustuloksista voidaan päätellä se, kuinka suuressa osassa sosiaalinen media on nuoren aikuisen elämää ja millainen vaikutus sillä on käyttäjiinsä kulutus tottumuksiin. 43,2 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Tulos kertoo siitä, että sosiaalinen media vaikuttaa nuoren aikuisen päätöksiin elämässä. Tämä oli tärkeä löydös, sillä on hyvä tiedostaa se, kuinka suuri osa nuorista aikuisista tilastollisesti ottaa vaikutteita sosiaalisesta mediasta.

Yhdeksäs ja kymmenes väittämä käsitteli sitä, kuinka tärkeää vastaajille on tulla hyväksytyksi sosiaalisen median kautta. Yhdeksännessä kohdassa vastaajaa pyydettiin valitsemaan sopiva vaihtoehto väittämään, jossa pohdittiin, kuinka tärkeäksi vastaaja kokee sen, että hänen päivityksensä saavat positiivista huomiota. Vastaajista täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli 9,8 % ja jokseenkin samaa mieltä 34,1 %. Jokseenkin eri mieltä oli 30,5 % ja täysin eri mieltä väitteen kanssa oli 25,6 % vastaajista. Kymmenennessä väittämässä pyydettiin vastaajaa pohtimaan, pyrkiikö vastaaja tietoisesti siihen, että julkaisee sellaista sisältöä, jonka mahdollisimman moni muu käyttäjä huomioisi positiivisella tavalla. Vastaajista väittämän kanssa täysin samaa mieltä oli vain 8,5 %, mutta jokseenkin samaa mieltä oli jo 34,2 % eli väitteeseen samaistui yhteensä 42,7 %. Jokseenkin eri mieltä väitteen kanssa oli 36,8 % ja täysin eri mieltä oli 30,5 %. (Taulukko 1.) Jakauma kolmen viimeisen vastausvaihtoehdon välillä on suhteellisen tasainen, mutta tilastollisesti kyselyn perusteella voidaan päätellä, että vähän alle puolet vastaajista koki tarvetta hyväksynnälle ja sen tavoittelulle sosiaalisen median kautta. Tähän saattaa liittyä hyväksytyksi tulemisen puute oikeassa elämässä. Suurin osa kuitenkin koki, ettei heillä ole tarvetta hakea hyväksyntää sosiaalisesta mediasta, joka voi johtua siitä, että saavat hyväksyntää riittävästi oikeassa elämässä. Kymmenes ja viimeinen väittämä on kytköksissä yhdeksänteen kysymykseen varmistamaan tuloksia.

Opinnäytetyön tutkimustulokset ovat kyselyn vastauksien pohjalta kerätty. Monen tutkimuskysymyksen kohdalla esiin noussut tulos tuli osittain ilmi jo teoreettista viitekehystä tutkittaessa. Tutkimustulokset myötäilevät siis teoreettista viitekehystä. Taulukossa 1 on koottu kaikki kyselyn väittämät. Vastauksien perusteella voidaan todeta sosiaalisen median vaikuttavan vastaajien kehonkuvaan ja moni koki sosiaalisen median luovan epärealistisia kauneusihanteita. Osa vastaajista halusi saada omilla sosiaalisen median päivityksillä aikaiseksi positiivista huomiota, vaikkei teekään sitä tietoisesti. Vastaajat eivät kuitenkaan kokeneet kadottavansa itseään, jos sosiaalinen media katoaisi, mikä kielii vahvasta identiteetistä, joka ei ole riippuvainen sosiaalisesta mediasta. Vastaajat eivät kokeneet sosiaalisen median määrittelevän heitä. Suurin osa vastaajista koki, että sosiaalinen media lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta, kun pääsee osaksi johonkin sosiaalisen median yhteisöön. Suurin osa vastaajista koki pystyvänsä ilmaisemaan itseään sosiaalisen median avulla, mikä puolestaan oli positiivinen löydös. Verraten tutkimustuloksia muihin tutkimustuloksiin, opinnäytetyön kyselyn tulokset olivat melko samankaltaisia ja myötäilivät pitkälti muiden tutkimuksien tuloksia.

Nuoren aikuisen ongelmallinen sosiaalisen median käyttö korreloi selkeästi korkeampaan psyykkiseen kuormitukseen. On siis tärkeä muistaa, mihin tarkoituksiin sosiaalista mediaa käytetään, mitä palvelua käytetään sillä eri palveluiden välillä, on eroja. Esimerkiksi on hyvin

vaikea erotella Instagramin ja LinkedInin vaikutuksia nuoriin aikuisiin, sillä niiden käyttö tarkoitus on hyvin erilainen. (Liimatainen 2019.)

Monissa eri tutkimuksissa on pystytty osoittamaan, että sosiaalisen median ongelmallinen käyttö on yhteydessä mielenterveysongelmiin ja kaiken lisäksi nuoret aikuiset ovat riskialtis ryhmä, joille näitä ongelmia voi muodostua, sillä nuoren aikuisen elämänkehitykseen sisältyy paljon muutoksia, epävarmuuden sietämistä ja identiteetin etsimistä. Nämä on katsottu olevan suurimpia riskitekijöitä nuoren aikuisen kehitysvaiheessa. (Liimatainen 2019.) Tärkeää on kuitenkin muistaa, ettei sosiaalisen median käyttäminen tee jokaisesta sen käyttäjästä ongelmakäyttäjää.

7 Pohdinta

7.1 Tulosten tarkastelu

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville, millaisia vaikutuksia sosiaalisella medially on nuoriin aikuisiin. Pää tavoitteena oli selvittää sosiaalisen median positiiviset ja negatiiviset vaikutukset sekä kuinka suuressa osassa sosiaalinen media on nuoren aikuisen identiteettiä. Yhteiskunta on digitalisoitunut kovaa vauhtia ja sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt kaikissa ikäluokissa (Suomen virallinen tilasto 2020). Sosiaalinen media tarjoaa nuorille uudenlaisia mahdollisuuksia niin kasvu ympäristönä, toimintaympäristönä niin positiivisessa kuin negatiivisessa mielessä (Liimatainen 2019).

Opinnäytetyön tutkimustulokset ovat kyselyn pohjalta analysoitu. Asiat, jotka nousivat esiin tutkimuksesta, tulivat esiin jo teoreettista viitekehystä tutkittaessa. Tutkimuksen tulokset olivat samankaltaisia, kuin Liimataisen (2019) pro- gradu tutkimustulokset, jota käytimme pääsääntöisenä lähteenämme opinnäytetyössä. Opinnäytetyön tulosten pohjalta voidaan todeta, että sosiaalinen media vaikuttaa ainakin nuoren aikuisen kehonkuvaan, vaikkakin vastaajat tiedostavat sosiaalisen median kauneusihanteiden olevan epärealistisia. Tutkimustuloksista selvisi, että moni nuori aikuinen haluaa saada omilla sosiaalisen median julkaisuilla aikaiseksi positiivista huomiota, vaikka ei siihen tietoisesti pyrkisikään.

Tutkimukseen vastanneet eivät kokeneet kadottavansa itseään, vaikka sosiaalinen media katoaisi, eivätkä he koe sosiaalisen median määrittelevän heitä ihmisenä. Moni vastaaja myöskin koki kuuluvuutta johonkin sosiaalisen median yhteisöön, joka lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. Vastaajat kokevat pystyvänsä ilmaisemaan itseään sosiaalisen median avulla, mikä puolestaan helpottaa itsensä esille tuomista.

Nuoren aikuisen ongelmallinen sosiaalisen median käyttö korreloi selkeästi korkeampaan psyykkiseen kuormitukseen. On siis tärkeä muistaa, mihin tarkoituksiin sosiaalista mediaa käytetään, mitä palvelua käytetään sillä eri palveluiden välillä, on eroja. Esimerkiksi on hyvin vaikea erotella Instagramin ja LinkedInin vaikutuksia nuoriin aikuisiin, sillä näiden palveluiden käyttötarkoitus on hyvin erilainen. (Liimatainen 2019.)

Monissa eri tutkimuksissa, jotka käsittelevät sosiaalista mediaa on pystytty osoittamaan, että sosiaalisen median ongelmallinen käyttö voi aiheuttaa riskikäyttäytymistä, sillä nuoren aikuisen elämän kehitysvaiheet sisältävät monia muutoksia, epävarmuuden sietämistä ja identiteetin etsimistä. Näiden on katsottu olevan suurimpia riskitekijöitä nuoren aikuisen kehitysvaiheessa. Tärkeää on kuitenkin muistaa, ettei sosiaalisen median käyttäminen tee jokaisesta sen käyttäjästä ongelmakäyttäjää. (Liimatainen 2019.)

7.2 Opinnäytetyön eettisyys ja luotettavuus

Tässä opinnäytetyössä pyrittiin noudattamaan eettisesti korkealaatuista toimintaa. Aiheen sensitiivisyyden vuoksi on tärkeää kiinnittää huomiota tutkimusaiheen rajaamiseen ja sen kohderyhmän valintaan. Näiden lisäksi tulisi kiinnittää huomiota tutkimusaineiston keruuseen, aineiston analyysin menetelmiin ja raportointiin. (Aho & Kylmä 2012.) Opinnäytetyön aihe ideoitii sen pohjalta, ettei aiheesta vielä ole paljoa tietoa ja aihetta olisi hyvä tutkia lisää. Sosiaalinen media on osa nuoren ja aikuisen elämää ja sen käyttö lisääntyy sekä eri sosiaalisen median palveluiden määrä. Tämä tuo tullessaan niin hyviä kuin huonoja vaikutuksia nuoriin aikuisiin, sillä jokainen kokee sosiaalisen median eritavoin ja näin ollen sen vaikutuksetkin. Opinnäytetyön tutkimustietoa voitaisiin hyödyntää terveydenhoitajan työssä siten, että pystyttäisiin jo mahdollisimman varhaisessa vaiheessa tunnistamaan, kuinka merkittävässä osassa sosiaalinen media on nuoren aikuisen elämää ja millaisia vaikutuksia sillä on nuoriin aikuisiin. Haastatteleamalla nuorta aikuista pystyttäisiin tunnistamaan, joitain ongelmakäytön merkkejä ja reagoimaan niihin ajoissa. Tulee myös muistaa, että sosiaalisen median mukana tulee myös paljon positiivisia asioita.

Opinnäytetyö laadittiin hyvän tutkimuksen perusvaatimusten pohjalta, sillä näin tutkimus on luotettava ja tutkimustulokset mahdollisimman luotettavia (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012). Tutkimuksen luotettavuutta edesauttaa tutkimusongelman selkeä ja tarkka rajaus. Tutkimuksen kohderyhmä tulee määrittää ja tehdä selkeä toiminta suunnitelma tutkimuksen johdonmukaisen etenemisen kannalta. Kyselylomakkeen tulee olla selkeästi ohjeistettu ja kysymysten tulee antaa vastaus tutkimusongelmaan. Osa luotettavaa ja hyvää tutkimusta on se, millaisen otantamenetelmän valitsee, jotta tutkimus saavuttaisi mahdollisimman monta henkilöä toivotusta kohderyhmästä. Tutkimus on aina luotettavampi, mitä korkeampi vastausprosentti on ja kuinka hyvin aineiston analysoi sekä raportoi tiedonkeruun jälkeen. (Heikkilä 2014, 11.) Lainsäädäntö määrittää rajat hyvälle tieteelliselle tutkimukselle, joita tutkimusyhteisöt itse säätelevät. Tärkeimpiä hyvän ja luotettavan tutkimustuloksen tutkimuseettisiä kohtia on rehellisyys, tarkkuus ja huolellisuus. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.) Näitä hyvän tutkimustuloksen periaatteita pyrittiin noudattamaan koko opinnäytetyön ajan.

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luottavuutta eli tutkimuksessa on käytetty oikeanlaista mittaria, joka tutkii aineistoa asianmukaisesti, jotta päästään toivottuun lopputulokseen. Validiteetti katsotaan olevan hyvä silloin, kun tutkimuksen kysymykset ja kohderyhmä ovat oikeanlaiset tutkimukseen nähden. (Heikkilä 2014, 11.) Tutkimuskysymykset laadittiin apuna käyttäen saman aihepiirin pro gradu tutkielmien kyselylomakkeita. Kyselylomake tes-

tattiin etukäteen muutamalla vapaaehtoisella henkilöllä ennen varsinaisen kyselylomakkeen lähettämistä eteenpäin viralliselle kohderyhmälle. Kyselyyn vastasi 83 henkilöä LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijaa Lappeenrannan kampukselta. Tämä on pieni määrä vastauksia koko Lappeenrannan LAB-ammattikorkeakoulun nuorista aikuisista. Kyselyä tehtäessä vallitseva maailmantilanne saattoi vaikuttavaa vastaaja määrään, sillä pandemia vaikuttaa suurimman osan elämään tällä hetkellä merkittävästi tai kysely saattoi hukkua ihmisten sähköpostiin, eikä näin ollen tavoita jokaista mahdollista vastaajaa. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen tulosten luotettavuutta ja tarkkuutta. Luotettavuutta pyrittiin vahvistamaan työskentelemällä tarkasti ja kriittisesti läpi opinnäytetyön prosessin. Opinnäytetyön luotettavaan tulokseen vaikuttaa se, kuinka hyvin otanta edustaisi kaikkia nuoria aikuisia. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2008.)

Opinnäytetyöhön vastaukset kerättiin siten, että vastaajien anonymiteetti säilyi ja tulosten raportointi toteutettiin, sillä periaatteella ettei vastaajien henkilöllisyyttä pystyttäisi päättelemään. Sensitiivisen aiheen vuoksi kyselyä laadittaessa koettiin anonymiteetti ja sen säilyminen erittäin tärkeäksi. (Eettiset suositukset 2020). Opinnäytetyön tutkimukseen vastaaminen oli täysin vapaaehtoista. Aineisto säilytettiin asianmukaisesti opinnäytetyön tulosten analysoinnin ajan. Tämän jälkeen vastaukset hävitettiin asianmukaisesti. Puolueettomuus oli tärkeää opinnäytetyön tuloksia koottaessa, jotta saadaan luotettava tutkimustulos. Puolueettomuuden tuli näkyä Webropol- kyselyn kysymysten muotoilusta, tutkimuksen analyysissä ja raportissa. Tutkimuksen tuloksissa ei näkynyt opinnäytetyöntekijöiden mielipiteitä, vaan mielipiteet ja johtopäätökset olivat selkeästi eroteltuna. Opinnäytetyön kysymykset olivat siis laadittu niin, että kysymys muodot ovat väittämiä, joista vastaaja pystyi itse valitsemaan, pystyikö samaistumaan väittämään vaiko ei. Sähköisesti tehty kysely vähensi johdattelun mahdollisuutta, sillä silloin vastaajalle ei tulisi painetta vastata niin kuin olettaa tutkija haluavan, toisin kuin tutkimushaastattelussa, joissa on suuremmat mahdollisuudet vastaajan johdateluun. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2016.)

Koko opinnäytetyöprosessin ajan oli tärkeää reflektoida omaa tekemistään ja kuinka se vaikuttaa opinnäytetyön tutkimuksen tuloksiin. Tämä tarkoittaa sitä, että koko prosessin ajan opinnäytetyöntekijöiden tuli olla tietoinen omista lähtökohdistaan. Tulokset eivät ole yleistettävissä muihin vastaaviin kohderyhmiin. Yleistettävyyden on määrällisen tutkimuksen luotettavuuden arviointia. (Heikkilä 2014, 12.)

7.3 Johtopäätökset ja jatkotutkimusaiheet

Opinnäytetyön tutkimustulosten perusteella sosiaalinen media on merkittävässä osassa nuoren aikuisen elämää ja sen vaikutukset näkyvät jokaisessa nuorella aikuisella eri tavoin. Sosiaalisen median suurin vaikutus näkyy siinä, miten nuori aikuinen kokee itsensä ja

kehonkuvansa. Toisaalta sosiaalinen media voi lisätä yhteenkuuluvuuden tunnetta ja antaa mahdollisesti vertaistukea. Sosiaalisen median luomat paineet ja ihmisen sosiaaliset perustarpeet näkyvät myös sosiaalisten median palveluiden kulutuksessa. Palvelu, jossa yhteydenpito on luotu helpoksi vain valittujen henkilöiden välillä ja näin ollen myös yhteydenpito voi olla arkisempaa, nousi selvästi käytetyimmäksi palveluksi. Vaikka sosiaalisen median palveluiden kuluttajat haluavat usein tuoda näiden palveluiden avulla itsestään esiin parhaita puoliaan, ovat myös arkisten asioiden jakaminen läheisimpien henkilöiden kesken tärkeää. Näin ollen ei voida suoraan sanoa, että sosiaalinen median vaikutukset sen käyttäjiin olisivat ainoastaan positiivisia tai negatiivisia.

Terveystieteidenhuollossa olisi tärkeää ymmärtää, millaisia vaikutuksia sosiaalisella medialla voi olla nuoriin aikuisiin ja missä menee ongelmakäytön raja. Tällöin olisi helpompaa lähteä yhdessä nuoren aikuisen kanssa pohtimaan, mitä asialle olisi mahdollista tehdä käyttäen asiakaslähtöistä työskentelymallia. Olisi siis hyvä, jos jo aikaisessa vaiheessa osana terveystarkastuksia otettaisiin puheeksi sosiaalisen median käyttö, sillä näin voitaisiin jo varhaisessa vaiheessa havaita mahdolliset ongelmat. Terveystieteidenhuollon ammattilaisten on myöskin tärkeää ymmärtää sosiaalisen median hyödyt ja haitat, sillä sosiaalinen media on kasvava ilmiö.

Jatkotutkimusta voisi kohdentaa siihen, miten sosiaalisen median vaikuttaa mielenterveyteen ja sosiaalisiin suhteisiin. Myös nuorten aikuisten sosiaalisen median lukutaitoa olisi hyödyllistä selvittää.

Lähteet

- Aho, A & Kylmä, J. 2012. Sensitiivinen tutkimus hoitotieteessä. näkökohtia tutkimusprosessin erivaiheisiin. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://search.proquest.com/openview/cc93a0ee7cc5c230fdacd9b1a1973436/1?pq-origsite=gscholar&cbl=406341>
- Arena 2020. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <http://www.arena.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULUJEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202020.pdf?t=1578480382>
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Kärnä, T. 2021. Muun sukupuolisuus. Duodecim Terveyskirjasto. Viitattu 20.4.2021. Saatavissa <https://www.terveyskirjasto.fi/dlk01196>
- Leskinen, K. 2018. Kehonkuva ja syömiskäyttäytyminen -Kvantitatiivinen tutkimus Dagis-Work-interventiotutkimuksen osa-aineistosta. Tampereen yliopisto. Viitattu 16.3.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103497/1527260476.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. 2008. Social Media – Introduction to the tools and processes of participatory economy. Tampereen yliopisto. Viitattu 13.3.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/65560/978-951-44-7320-3.pdf>
- Liimatainen, L. 2019. Sosiaalisen median rooli nuoren aikuisen mielenterveydessä, Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. Viitattu 13.3.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/105280/1551973875.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mannerheimin Lastensuojeluliitto. 2019. Sosiaalisen median palveluita ja sovelluksia. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/lapset-ja-media/lapsi-sosiaalisessa-mediassa/sosiaalisen-median-palveluita-ja-sovelluksia/>
- Martikainen, L. 2006. Suomalaisten nuorten aikuisten elämään tyytyväisyyden monet kasvot (No.287). Jyväskylän yliopisto. Viitattu 18.4.2021. Saatavissa <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/13390/9513925749.pdf;jsessionid=>
- Matikainen, J. Huovila, J. 2017. Sosiaalinen media terveyden edistämässä. Duodecim. Nro 10/2017. Viitattu 13.3.2021. Saatavissa <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/297786/duo13732.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rantanen, K. 2008. Nuoruus, minäkuva ja epilepsia –narratiivinen näkökulma nuoruuteen pitkäaikaissairauden kanssa. Tampereen yliopisto. Viitattu 21.3.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/78902/gradu02449.pdf?s>

Räisänen, H. 2007. Äitien minäkuva ja parisuhdetyytyväisyys: pitkittäistutkimus siirtymästä vanhemmuuteen. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 14.3.2021. Saatavissa https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/10905/1/URN_NBN_fi_jyu-200798.pdf

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2016. Tutkijan asema. KvaliMOTV. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_2.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2008. Mittaaminen: mittarin luotettavuus. KvanttiMOTV. Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/luotettavuus.html>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2007. Mittaaminen: muuttujien ominaisuudet. KvanttiMOTV. Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/ominaisuudet.html>

Saastamoinen, M. Rautio, P. 2006. Minuus ja Identiteetti, sosiaalipsykologinen ja sosiologinen näkökulma. Tampereen yliopisto. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa https://tuhat.helsinki.fi/ws/portalfiles/portal/78542769/Minuus_ja_identiteetti.pdf

Suomen Mielenterveys ry. 2021. Identiteetti-Kuka minä olen? Viitattu 30.3.2021. Saatavissa <https://mieli.fi/fi/mielenterveys/itsetuntemus/identiteetti-kuka-min%C3%A4-olen>

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2014. Opiskelijat ja Tutkinnot. Verkkojulkaisu. Helsinki. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa https://www.stat.fi/til/opiskt/2012/opiskt_2012_2014-01-29_kat_001_fi.html

Suomen virallinen tilasto (SVT). 2020. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Verkkojulkaisu. Helsinki. Viitattu 18.3.2021. Saatavissa http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html

SurveyMonkey. 2021. Kuvaileva tutkimus: Vastaajien määrittely ja johtopäätösten tekeminen. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa <https://fi.surveymonkey.com/mp/descriptive-research/>

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen suomessa. Viitattu 17.4.2021. Saatavissa https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf

Töyssy, S. 2012. Harkittu minuus. Sosiaalinen media identiteetin rakentamisen ympäristönä. Tampereen yliopisto. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/83239/gradu05656.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Verkkopalvelu kehitysvammaisuudesta. 2014. Identiteetti, minäkuva ja itsetunto. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://verneri.net/yleis/identiteetti-minakuva-ja-itsetunto>

Vidgren, L. 2018. Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset käyttäjälle. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/56999/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201802051428.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tampereen yliopisto. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/98723/Tutki-ja-mittaa_2007.pdf

Vilpas, P. 2021. Kvantitatiivinen tutkimus. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf>

Weissenfelt, J. Liukko, M. Nisula, J. 2019. Suosituimmat sosiaalisen median palvelut. enrand. Viitattu 20.3.2021. Saatavissa <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/2-suosituimmat-sosiaalisen-median-palvelut/>

Liite 1. Kysely

Taustatiedot

1. Sukupuoli:

Nainen Mies Muu

2. Mitä sosiaalisen median palveluita käytät eniten? (numero 1 käytetyin sovellus, numero 2 toiseksi käytetyin sovellus ja niin edelleen, jätä merkitsemättä ne sovellukset, joita et käytä):

Facebook Twitter WhatsApp Snapchat Instagram Youtube Tinder Pinterest TikTok Skype Twitch Jodel

3. Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa?

Päivittäin Viisi kertaa viikossa Kolmesti viikossa Kerran viikossa En käytä sosiaalista mediaa

4. Kuinka usein käytät päivän aikana sosiaalista mediaa?

Tunnin aikana useamman kerran Noin muutaman tunnin välein

Muutaman kerran päivän aikana Kerran päivässä En ollenkaan

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
1. Vertailen kehonkuvaani sosiaalisessa mediassa esiintyvien henkilöiden vartaloihin	16,9%	54,2%	16,9%	12,0%
2. Sosiaalinen media ylläpitää mielestäni epärealistisia kauneusihanteita	50,0%	39,0%	4,9%	6,1%
3. Sosiaalinen media on luonut kehonkuva paineita	47,5%	29,3%	17,1%	6,1%
4. Koen pystyväni ilmaisemaan itseäni sosiaalisen median kautta	7,3%	50,0%	32,9%	9,8%
5. Koen sosiaalisen median olevan osana sitä, kuka olen	4,9%	30,5%	31,7%	32,9%
6. Koen menettäväni osan itsestäni, jos sosiaalinen media katoaisi	3,7%	29,3%	26,8%	40,2%
7. Koen yhteenkuuluvuutta eri yhteisöihin sosiaalisen median avulla	19,7%	43,2%	27,2%	9,9%
8. Sosiaalinen media vaikuttaa elämässäni tehtäviin valintoihin	3,7%	43,9%	30,5%	21,9%
9. Minulle on tärkeää, että tekemäni päivitykset sosiaalisessa mediassa saavat huomiota, esimerkiksi kommentteja tai tykkäyksiä	9,8%	34,1%	30,5%	25,6%
10. Pyrin jakamaan sellaista sisältöä, jonka ajattelen kiinnostavan enemmän huomiota	8,5%	34,2%	26,8%	30,5%

Liite 2. Saatekirje



Sosiaali- ja terveystieteiden

Hei!

Olemme terveydenhoitaja opiskelijoita LAB-ammattikorkeakoulusta Lappeenrannasta. Opinnäytetyömme aiheena on sosiaalisen median vaikutus identiteettiin. Opinnäytetyön tarkoituksena on kerätä tietoa, siitä kuinka LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat kokevat sosiaalisen median vaikutuksen heidän identiteettiinsä. Tavoitteemme on saada informaatiota, siitä millaisia myönteisiä taikka negatiivisia vaikutuksia sosiaalisella medially voi olla nuoriin aikuisiin.

Opinnäytetyö toteutetaan Webropol kyselynä kvantitatiivisen eli määrällistä tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Opinnäytetyömme onnistumiseen tarvitsisimme teidän apuunne.

Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista sekä vastaajien anonymiteetti säilyy koko kyselyn sekä tutkimusprosessin ajan. Emme kerää vastaajilta henkilötietoja, joten katsomme kyselyyn vastanneiden olevan tähän tietoisesti suostuvaisia. Tutkimusaineisto kerätään vain opinnäytetyötä varten, jonka jälkeen hävitämme aineiston LAB-ammattikorkeakoulun ohjeiden mukaisesti.

Toivoisimme, että jokainen vastaaja vastaisi rehellisesti kyselyymme, jotta opinnäytetyön tutkimustulos olisi mahdollisimman todenmukainen. Kyselyyn vastaamiseen menee arviolta vain 10 minuuttia. Vastausaikaa on 11.04.2021 saakka.

Kyselyyn pääset vastaamaan alla olevasta linkistä:

<https://link.webpolsurveys.com/Participation/Public/593b8706-0a34-410d-bc67-29703b1b7283?displayId=Fin2238913>

Suuri kiitos kaikille vastanneille!

Ystävällisin terveisin

Ella Sallinen
Terveystieteiden opiskelija, LAB
e.mail: ella.sallinen@student.lab.fi

Henni Salmi
Terveystieteiden opiskelija, LAB
e.mail: henni.salmi@student.lab.fi

Mitä tarkoitusta varten henkilötietoja kerätään? / Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus

Henkilötietojen käsittely liittyy opinnäytetyön aiheesta kyselyyn, jonka teetämme tukemaan opinnäytetyötämme. Opinnäytetyön tavoitteena on kuvata sosiaalisen median vaikutusta kolmannen asteen opiskelijoiden identiteettiin ja tarkoituksena on kootun tiedon avulla lisätä ymmärrystä sosiaalisen median vaikutuksesta. Tutkimuksen kohteena on LAB-ammattikorkeakoulun opiskelijat.

Mitä tietoja keräämme? / Tutkimusrekisterin tietosisältö

Sukupuoli ja sosiaalisen median käyttötottumuksia sekä sen kokemuksia.

Millä perusteella keräämme tietoja? / Henkilötietojen käsittelyn oikeusperuste

Osallistujien vapaaehtoisella suostumuksella

Mistä kaikkialta henkilötietoja keräämme / Tietolähteet

Henkilötietoja keräämme ainoastaan rekisteröidyltä itseltään

Kenelle tietoja siirretään? / Tietojen siirto tai luovuttaminen ulkopuolelle

Emme siirrä tai luovuta henkilötietoja opinnäytetyön laatijoiden lisäksi korkeakoulun muille jäsenille.

Minne tietoja siirretään? / Tietojen siirto tai luovuttaminen EU:n tai Euroopan talousalueen ulkopuolelle

Ei siirretä EU:n ulkopuolelle

Kerättyjen tietojen turvallinen säilyttäminen / Rekisterin suojauksen periaatteet

Kerättyä aineistoa tutkimuksesta säilytetään lukitussa kaapissa ja ainoastaan opinnäytetyöntekijöillä on pääsy aineistoon

Kuinka kauan kerättyä aineistoa säilytetään? / Tutkimusaineiston käsittely tutkimuksen päättymisen jälkeen

Opinnäytetyön valmistumiseen asti eli kesäkuu 2021. Kerättyä aineistoa säilytetään opinnäytetyöprosessin ajan ja hävitetään sen jälkeen asianmukaisesti.

Millaista päätöksentekoa? / Automatisoitu päätöksenteko

Aineistoa käsiteltäessä ei tapahdu automaattista päätöksentekoa.

Oikeutesi / Rekisteröidyn oikeudet

Rekisteröidyllä on oikeus peruuttaa antamansa suostumus, milloin henkilötietojen käsittely perustuu suostumukseen. Tutkimuksen keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja voidaan käyttää osana tutkimusaineistoja.

Rekisteröidyllä on oikeus tehdä valitus Tietosuojavaltuutetun toimistoon, mikäli rekisteröity katsoo, että häntä koskevien henkilötietojen käsittelyssä on rikottu voimassa olevaa tietolainsäädäntöä.

Rekisteröidyllä on seuraavat EU:n yleisen tietosuojasetuksen mukaiset oikeudet:

- a) Rekisteröidyn oikeus tarkistaa itseään koskevat tiedot.
- b) Rekisteröidyn oikeus tietojensa oikaisemiseen.
- c) Rekisteröidyn oikeus tietojensa poistamiseen. Oikeutta henkilötietojen poistamiseen ei sovelleta, jos tietojen käsittely on tarpeen yleisen edun mukaisia arkistointitarkoituksia taikka tieteellisiä tai historiallisia tutkimustarkoituksia tai tilastollisia tarkoituksia varten, jos oikeus tietojen poistamiseen estää tai suuresti vaikeuttaa henkilötietojen käsittelyä
- d) Rekisteröidyn oikeus tietojen rajoittamiseen.
- e) Rekisteröidyn oikeus siirtää tiedot toiselle rekisterinpitäjälle.

Tutkimusrekisterin tiedot

Kyseessä on kertatutkimus,

Tutkimuksen vastausaika on kaksi viikkoa.

Henkilötietoja säilytetään opinnäytetyön valmistumiseen asti eli noin kesäkuu 2021 asti.

Rekisterinpitäjän ja yhteyshenkilön tiedot

Ella Sallinen

ella.sallinen@student.lab.fi

Henni Salmi

henni.salmi@student.lab.fi

Tutkimuksen suorittajat

Ella Sallinen, Henni Salmi