



Joonas Halminen
Lumi Kaapro
Saku Laaksonen

Diakonia-ammattikorkeakoulu
Sosiaali- ja terveysalan ammattikorkeakoulututkinto
Sosionomi (AMK), kirkon nuorisotyö
Opinnäytetyö, 2021

SOSIAALINEN MEDIA JA KIRKON NUORISO- TYÖ KASVUYMPÄRISTÖINÄ

**Sosiaalisen median vaikutukset nuorten miesten kehonkuvaan
ja kirkon nuorisotyön kehittäminen**

TIIVISTELMÄ

Joonas Halminen, Lumi Kaapro ja Saku Laaksonen
Sosiaalinen media ja kirkon nuorisotyö kasvuympäristöinä
Sivut 67 ja liitteet 2
Syksy 2021
Diakonia-ammattikorkeakoulu
Sosiaali- ja terveysalan ammattikorkeakoulututkinto
Sosionomi, kirkon nuorisotyö

Tämä opinnäytetyö koostui kaksiosaisesta tutkimuksesta. Ensimmäisen osan tavoitteena oli tutkia sosiaalisen median vaikutuksia nuorten miesten kehonkuvaan ja minäkuvaan. Toisen osan tavoitteena oli tutkia nuorten näkökulmasta, onko kirkon nuorisotoiminnassa tarvetta kehittää kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyviä teemoja.

Laadullinen, fenomenografinen tutkimus toteutettiin verkkokyselynä. Aineisto kerättiin Keravan, Oulunkylän ja Espoonlahden seurakunnista sekä Salon lukiosta elo-syyskuussa 2021. Aineisto analysoitiin Niikon nelivaiheisella analyysimenetelmällä. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koottiin kirjallisuuden ja aiemman tutkimustiedon pohjalta.

Tutkimuksen ensimmäinen osa osoitti, että sosiaalisella medially oli eniten vaikutusta miesvastaajien arjen valintoihin, kuten harrastuksiin, liikuntaan ja pukeutumiseen. Kehoideaalia kuvattiin lihaksikkaaksi, laihaksi ja maskuliiniseksi. Kehoideaalin esteiksi kuvattiin feminiiniset piirteet. Tutkimuksen toisessa osassa yli puolet vastaajista näkivät kehittämistyön tarpeelliseksi. Vastaajat puolsivat eniten kehojen monimuotoisuutta painottavaa kehittämistyötä.

Sosiaalisen median suorat vaikutukset nuorten miesten kehonkuvaan olivat vähäiset. Seurakuntien toiminta näyttäytyi turvallisena ympäristönä ja nuoret pystyivät osallistumaan toimintaan omana itsenään. Tutkimuksen toisen osan tulosten pohjalta tuotettiin kehittämissuositus Keravan seurakunnan nuorisotoimintaan.

Asiasanat: identiteetti, kehonkuva, kirkon nuorisotyö, miestutkimus, sosiaalinen media

ABSTRACT

Joonas Halminen, Lumi Kaapro and Saku Laaksonen
Social media and church youth work as growth environments
Pages 67 and appendices 2
Fall 2021
Diaconia University of Applied Sciences
Bachelor's Degree in Social Services, Christian Youth Work
Bachelor of Social Services

This thesis consisted of a two-part study. The aim of the first part was to study the effects of social media on the body image and self-image of young men. The aim of the second part was to examine, from the perspective of young people, whether there is a need to develop themes related to body peace, body diversity and bullying in the church's youth activities.

Qualitative, phenomenographic research was conducted as an online survey. The data were collected from the parishes of Kerava, Oulunkylä and Espoonlahti and from Salo high school in August-September 2021. The data were analyzed using Niiko's four-step analysis method. The theoretical framework of the thesis was compiled based on literature and previous research data.

The first part of the study showed that social media had the greatest impact on male respondents' everyday choices, such as hobbies, exercise, and way of dressing. The body ideal was described as muscular, lean, and masculine. Feminine features were described as barriers to the body ideal. In the second part of the survey, more than half of the respondents saw development work as necessary. Respondents were most in favor of development work with an emphasis on body diversity.

The direct effects of social media on the body image of young men were small. The activities of the parishes turned out to be a safe environment and the young people were able to participate in the activities on their own. Based on the results of the second part of the study, a development proposal was developed for the youth activities of the Kerava parish.

Keywords: body image, church youth work, identity, male studies, social media

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	4
2 NUOREN MIEHEN PSYKOLOGINEN KASVU	5
2.1 Miestutkimus	5
2.2 Miehisyyksvalinnat	7
2.3 Identiteetti	8
2.3.1 Minäkäsitys ja itsetunto	9
2.3.2 Sosiaalinen media ja identiteetti	10
2.3.3 Hengellisyys ja identiteetti	11
2.4 Kehonkuva ja sen muodostuminen	12
2.5 Sosiaalisen median vaikutus käyttäytymiseen	14
3 NUOREN MIEHEN KASVU- JA ELINYMPÄRISTÖ	17
3.1 Sosiaalinen media osana arkea	17
3.1.1 Sosiaalisen median palvelut ja käyttö	19
3.1.2 Sosiaalisen median ja ympäristön vaikutus ulkonäköön	20
3.2 Evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyö	23
3.2.1 Rippikoulutyö	24
3.2.2 Kirkon digitaalinen nuorisotyö	24
4 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET	26
5 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTTAMINEN	28
5.1 Työelämälähtöinen yhteistyö	28
5.2 Fenomenografia tutkimuksellisena lähestymistapana	29
5.3 Kyselyn rakenne	30
5.4 Aineiston keruu	31
5.5 Aineiston analyysi	32
6 TUTKIMUKSEN TULOKSET	37
6.1 Suhtautuminen omaan kehoon	37
6.2 Vaikuttavuus	39
6.3 Seurakuntien toiminta ja kehittäminen	41

7 JOHTOPÄÄTÖKSET	42
8 POHDINTA	43
8.1 Eettisyys ja luotettavuus.....	43
8.2 Yhteiskehittäminen.....	45
8.3 Ammatillinen kasvu	45
LÄHTEET.....	50
LIITE 1.Kyselykysymykset	57
LIITE 2. Analyysiryhmät.....	61

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on vakiinnuttanut asemansa tiiviinä osana nuorten sosiaalista vuorovaikutusta. Minäkuva ja kysymykset omasta ulkonäöstä muodostuvat suhteessa muihin vertaisikäisiin. Valtaosa nuorista viettää aikaa sosiaalisen median alustoilla, joihin tuotetussa materiaalissa visuaalisuudella ja ulkonäöllä on keskeinen rooli.

Kehonkuvasta ja ulkonäköpaineista puhuminen on hyvin sukupuolittunut ilmiö. Väestötasolla nuorista naisista 70 prosenttia kokee ulkonäköpaineita, kun taas nuorista miehistä vain 15 prosenttia. Todellista määrää Suomessa on vaikea arvioida tilastollisesti, sillä miesten ulkonäköpaineista puhuminen ei ole sosiaalisesti yleistä. Ulkomaiset tutkimukset kuitenkin antavat viitteitä, että miesten kehonkuvaan liittyvät ongelmat ovat kasvussa. (Yle Uutiset, 2021.)

Syvennymme siihen, minkälaisia vaikutuksia sosiaalisella medialla on kehonkuvaan ja minäkuvaan sekä minkälaisia vaikutteita sosiaalinen media välittää. Sosiaalisella medialla viittaamme nuorten käyttämiin suosituimpiin verkkopohjaisiin palveluihin. Sosiaalisen median vaikutuksia nuorten miesten kehonkuvaan ja ulkonäköön tunnetaan huonosti, eikä aihepiiristä löydy kattavasti tutkimustietoa.

Kaksiosainen tutkimus toteutettiin avoimena kyselynä verkossa. Tutkimus toteutettiin fenomenografisella tutkimusotteella, sillä olemme kiinnostuneita tutkimaan nuorten käsityksiä tutkimusaiheista ja vertailemaan niiden yhdenmukaisuutta tai poikkeavuutta keskenään. Tutkimuksen ensimmäisessä osassa selvitettiin, kokevatko kyselyyn osallistuvat nuoret miehet ulkonäköpaineita sosiaalisen median aiheuttamana. Vastaajista valittiin analysoitavaan aineistoon 15–20-vuotiaat miehet. Tutkimuksen toisessa osassa selvitimme nuorten ajatuksia seurakunnan toiminnan kehittämisestä liittyen kiusaamiseen, kehorauhaan ja kehojen monimuotoisuuteen. Seurakunnan toimintaan liittyvän kyselyn tulosten perusteella opinnäytetyö tuotti kehitysehdotuksen työelämän yhteistyökumppanille, Keravan seurakunnalle. Kehittämis ehdotuksessa käytettiin kaikkien 15–25-vuotiaiden nuorten vastauksia sukupuolesta riippumatta.

2 NUOREN MIEHEN PSYKOLOGINEN KASVU

2.1 Miestutkimus

Opinnäytetyön sukupuolitietoisella miestutkimuksella tarkoitamme nuorena miehenä elämistä sekä moninaisia mieheyden olemisen tapoja. Käsitteellä sukupuolitietoisuus ilmaisemme, että pyrimme tutkijoina tunnistamaan ja tiedostamaan sukupuolistereotyyppioita, -oletuksia ja -odotuksia. (Huuki ym., 2018, s. 11). Tutkimuksessamme mieheyttä ei ole sidottu automaattisesti maskuliinisuuteen tai feminiinisyyteen, vaan nuoret voivat rakentaa mieheyttään kummankin tunnuspiirteen pohjalta. Opinnäytetyössä käytämme miehiksi tai pojiksi itsensä kokevista henkilöistä yhtenäisyyden vuoksi sanavalintaa ”nuoret miehet”.

Miestutkimuksen juuret ovat feministisessä tutkimuksessa. Miestutkimus on syntynyt feministisen tutkimuksen pohjalta kehiteltyjen teorioiden soveltamisen sekä erilaisten kysymystenasettelujen, aineistojen ja kriittisten tutkimusmenetelmien avulla. Miestutkimus on tuottanut monipuolista tietoa muun muassa siitä, miten sukupuoli yhdessä muiden sosiaalisten kategorioiden kanssa muovaa nuorten miesten elämää ja suhteita erilaisissa yhteiskunnallisissa ja kulttuurillisissa konteksteissa. Miestutkimuksen konsensusessa jaetaan varsin yleisesti ontologinen käsitys, jonka mukaan mieheyden perimmäinen luonne on sosiokulttuurillinen eli mieheys syntyy sosiaalisissa ja kulttuurillisissa prosesseissa. (Aho ym., 2021, s. 7–16.)

Opinnäytetyössä käsitteillä maskuliinisuus ja feminiinisyyttä tarkoitetaan sosiaalisessa vuorovaikutuksessa syntyneitä miehenä ja naisena olemiseen liitettäviä tunnuspiirteitä. Kulttuurisesti maskuliini- ja feminiinikäsitykset vaihtelevat ajan ja paikan mukaisesti, mutta ovat yleisellä tasolla hyvin yhtenäisiä. Maskuliiniseksi tulkittuja ominaisuuksia ovat muun muassa urheilullisuus, riskinotto, suoriutuminen, rationaalisuus, pituus, lihaksikkuus, voima ja tunteiden kontrolli.

Feminiiniseksi liitettäviä tunnuspiirteitä ovat emotionaalisuus, herkkyyys, empaattisuus ja yhteisöllisyys. (Aho ym., 2021, s. 43–47.)

Käsitteenä maskuliinisuus ei ota kantaa siihen, mitä mieheys on, vaan kuvaa niitä odotuksia, joita mieheksi tulkittavalle yksilölle asetetaan. Sukupuolihistorioitsijat korostavat, kuinka erilaiset ideaalit ovat vaihdelleet maskuliinisista ihanteista feminiiniseen miesihanteisiin niin Suomessa kuin kansainvälisestikin. (Aho ym., 2021, s. 43.) Maskuliinisuuden ja feminiinisuuden käsitteitä tarvitaan, ei niinkään nimeämään ihmisryhmiä, vaan tunnistamaan eriarvoisuutta ylläpitäviä sukupuolittuneita käytänteitä. (Huuki ym., 2018, s. 17).

Maskuliinisuuden käsite on saanut osakseen kritiikkiä, mutta siitä huolimatta pitänyt pintansa vuosikymmenten ajan keskeisimpänä analyttisena ja sukupuolisuhteita avaavana käsitteenä miestutkimuksessa. Käsitteen on nähty edesauttaneen irtautumista biologiasta ja olemuksellisuudesta sekä helpottaneen identiteettien rakentumista. Yhtäältä biologisella miehellä voi olla feminiinisinä pidettyjä piirteitä ja biologisella naisella maskuliiniseksi katsottuja ominaisuuksia. Maskuliinisuuden käsitteen avulla voi myös tarkastella ihmisiä, jotka eivät ole biologialtaan tai identiteetiltään miehiä tai naisia. Maskuliinisuuden voi nähdä ihmiskehoista riippumattomana käsitteenä. (Huuki ym., 2018, s. 17.)

Tutkimukset, joissa tarkastellaan miesten feminiinisyyksiä ovat jääneet miestutkimuksen valtavirrassa vähäiselle huomiolle. Aihetta tarkastelleet harvat tutkimukset ovat kuvanneet, kuinka esimerkiksi heikkoudesta, hoivaavuudesta ja tunteellisuudesta saatetaan puhua miesten feminiinisytenä. Useimmiten feminiinisyteen viittaavista mieheyksistä on puhuttu maskuliinisuuden toisintekemisenä tai ”erilaisina” maskuliinisuuksina. (Aho ym., 2021, s. 47.)

Käsitykset ”oikeanlaisesta” mieheyksistä ja tavoista olla mies ovat intersektionaalisia, eli ne risteävät yhdessä muiden keskeisten yhteiskunnallisten erontekijöiden, kuten yhteiskuntaluokan, iän, sukupuolen, seksuaalisen suuntautumisen ja etnisen taustan kanssa. Esimerkiksi yhteiskuntaluokkaa ja mieheyttä yhdessä tarkasteltaessa on havaittu, kuinka käsitykset mieheydestä rakentuvat erilaisiksi eri luokka-asetuksista tulevien miesten kesken. (Aho ym., 2021, s. 48.)

2.2 Miehisyyssvalinnat

Suhteessa menneisiin miessukupolviin tämän päivän nuorilla miehillä ei ole niin tiukkoja miehenä olemisen raameja, vaan aikamme on tässä suhteessa paljon suvaitsevaisempi. (Martikainen 2015, s. 160.) Vuonna 2018 julkaistu ”poikatutkimus” on suomalainen tieteellinen kokoomateos, jonka kaikista artikkeleista on tunnistettavissa hegemonisen maskuliinisuuden edelleen vahva asema. (Huuki ym., 2018, s. 331.) Hegemoninen maskuliinisuus tarkoittaa vallassa olevaa miehisyyden toteuttamisen ideaalia ja normia, joihin miesten tulisi pyrkiä. (Martikainen 2015, s. 158–159). Maskuliinisuuden kulttuuriset ideaalit ja odotusarvot ovat yhtä kaikki normatiivisia, ja niissä korostuu usein maskuliinisuuden ”paremmuus” suhteessa feminiinisyteen. Näillä ideaaleilla on suuri vaikutus siihen, millaisia tapoja nuoret miehet omaksuvat ja kuinka he itsestään ja elämästään puhuvat. (Aho ym., 2021, s. 47.)

Toisaalta nuorille miehille on kulttuurisesti nykyään helpompaa löytää itsestään feminiinisiä puolia kuin aiemmilla miessukupolvilla. Esimerkiksi viihdeteollisuus tuottaa nykyään miesroolimalleja, joilla on sekä perinteisiä miehisiä ominaisuuksia että yhä enemmän hoivaavia, vastuullisia ja lapsista huolta pitäviä piirteitä. Nuoret miehet ovatkin siinä mielessä hyvässä asemassa, että heidän mahdollisuutensa toteuttaa miehisyyttään ovat sekä määrältään että laadullaan ennennäkemättömät. Jos mies onnistuu tasapainottelemaan erilaisten ”miehisyyksiensä” välillä, hän voi elää hyvää ja rikasta elämää. (Martikainen 2015, s. 154.)

Kun osoitetaan, että nuorena miehenä olemisen tapoja on monenlaisia, se samalla purkaa sukupuolittuneita käytäntöjä ja avaa merkittäviä mahdollisuuksia myönteisiin yhteiskunnallisiin seurauksiin. Vaihtoehtoiset nuorena miehenä toimimisen tavat tarjoavat laajempia mahdollisuuksia esimerkiksi konfliktitilanteiden ratkaisemiseen, tunne-elämän haasteisiin, oppimisen ongelmiin ja uravalintoihin. Valtaistuneen poikasukupolven varttuminen voi parhaimmillaan tarkoittaa koulu-myönteisyyttä, lisääntyvää lukuintoa, parantuneita tunnetaitoja ja

monipuolisempaa harrastusvalikoimaa. Aikuisuuteen siirryttäessä seurauksina voivat olla vähemmän sukupuolittuneet työmarkkinat, demokraattisemmat perhemallit, vähäisempi naisiin kohdistunut väkivalta ja kohonnut eliniän odote. (Huuki ym., 2018, s. 9.)

2.3 Identiteetti

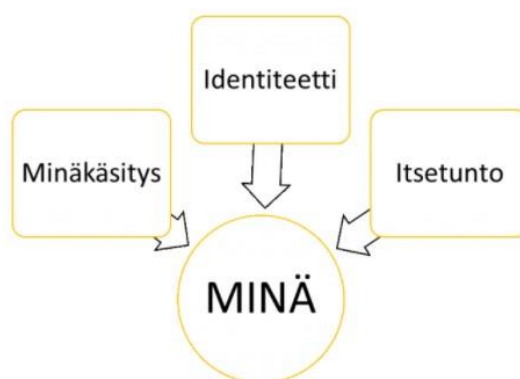
Nuori kohtaa elämässään erilaisia tehtäviä, mahdollisuuksia ja haasteita, jotka ohjaavat nuoren toimintaa, valintoja ja päätöksiä. Nuori ohjailee omaa elämäänsä asettaen itselleen tavoitteita ja valiten erilaisia kehitysympäristöjä. Nuoren tekemiä valintoja ja asetettuja tavoitteita ovat esimerkiksi ammatinvalinta, harrastuspolku tai tietynlainen kaveripiiri. Valintojen ja tavoitteiden kautta nuori lopulta päätyy tiettyihin asemiin yhteisöissään, esimerkiksi tiettyyn koulutukseen tai tietyn harrastukseen pariin. Nuori muodostaa kuvan itsestään saatavilla olevan palautteen perusteella, mutta myös tietyn aseman edustajana. Tällaista itseään koskevan käsityksen muodostamista kutsutaan identiteetin muodostamiseksi. (Nurmi, 2006, s. 156.) Erityisesti nuoren sosiaalisiin suhteisiin ja perheeseen liittyvät tavoitteet ovat usein yhteydessä henkiseen hyvinvointiin, kun taas omaan itseensä liittyvät tavoitteet näyttävät tutkimusten perusteella olevan tyypillisiä masentuneille nuorille. Omaan itseensä liittyvät tavoitteet ovat usein negatiivissävytteisiä ja niiden saavuttamiseksi on vaikea löytää keinoja. (Nurmi, 2006, s. 161.)

Identiteetin muodostumisesta on useita erilaisia teorioita. Eriksonin klassisen identiteettiteorian mukaan tulevan elämän ratkaisuja etsivä ja niihin sitoutuva nuori päätyy erilaisiin aikuisen rooleihin ja asemiin, joita ovat esimerkiksi ammatti, ihmissuhteet ja maailmankatsomus. Nämä asemat ja roolit vaikuttavat siihen, millaisen identiteetin nuori itselleen rakentaa. (Nurmi, 2006, s. 165.) McAdamsin teorian mukaan nuori luo identiteettikertomuksen, jossa hän yhdistää menneen ja nykyisen elämänsä sekä kuvitellun tulevaisuutensa yhteneväksi näkemykseksi. Näiden identiteettikertomusten avulla nuori luo myönteistä kuvaa itsestään ja liittyy itsensä sosiaalisiin ryhmiin ja kulttuurisiin rakenteisiin. (Nurmi, 2006, s. 167.)

Marcian identiteettiteoria kuvaa identiteetin kehitystä tutkimisen ja sitoutumisen avulla. Ensin nuori vaihtoehtoisia aikuisuuden rooleja ja vähitellen sitoutuu niihin. Näiden kahden mekanismin pohjalta voidaan erottaa neljä identiteetin kehitysvaihetta. Nämä kehitysvaiheet ovat identiteettidiffuusio, moratorio, omaksuttu identiteetti ja saavutettu identiteetti. Identiteettidiffuusiossa nuori ei etsi, eikä sitoudu ratkaisuihin, kun taas moratoriossa etsintävaihe on meneillään, mutta sitoutumista ei vielä tapahdu. Omaksuttu identiteetti tarkoittaa rooliin sitoutumista ilman etsintävaihetta. Saavutettu identiteetti tarkoittaa, että ratkaisuihin on sitouduttu etsintävaiheen jälkeen. Teorian mukaan identiteettidiffuusiossa voi siirtyä kaikkiin muihin kehitysvaiheisiin, mutta moratoriosta voi siirtyä vain saavutettuun identiteettiin. Nuoret eivät kuitenkaan aina siirry identiteettivaiheesta toiseen ennakkoidulla tavalla. (Nurmi, 2006, s. 167.)

2.3.1 Minäkäsitys ja itsetunto

Minäkäsitys tarkoittaa yksilön laajempaa kuvaa itsestään, kyvyistään, fyysisistä ominaisuuksistaan, omasta arvostaan ja päämääristään. Minäkuva muodostuu vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa, muilta saadun palautteen perusteella ja saattaa vaihdella eri ympäristöissä. Nuoren kokemus erilaisuudesta, esimerkiksi painon, pituuden tai vamman takia saattaa korostaa poikkeavuuden roolia minäkäsityksessä. Identiteetti, itsetunto ja minäkäsitys muodostavat yhdessä käsitteen "minä", jota havainnollistetaan seuraavassa kuvassa. (Teriö, i.a.)



Kuva 1. Minä-käsitteen muodostuminen. (Teriö, i.a.)

Itsetunto on käsitteenä laaja, ja sitä voi tarkastella monesta eri näkökulmasta. Itsetunnon nähdäänkin liittyvän itseluottamukseen, itsevarmuuteen ja itsensä hyväksymiseen. Hyvän itsetunnon määrittää se, miten nuori näkee itsensä. Esimerkiksi, jos nuori arvostaa itseään sellaisena kuin on ja näkee elämänsä arvokkaana, nuorella on hyvä itsetunto. Huono itsetunto taas näyttäytyy päinvastaisena eli nuori ajattelee itseään huonona, eikä arvosta itseään. (Keltikangas-Järvinen, 2017.)

Itsetuntoa ei voi mitata, vaan se on yksilöllinen kokemus. Itsetuntoon vaikuttavat omat ajatukset, kokemukset ja tuntemukset. Itsetuntoon vaikuttavat onnistumisen kokemukset, epäonnistumiset sekä muilta saatu palaute. Nuorille on tärkeää luoda ympäristö, jossa he saavat paljon positiivista palautetta, jotta heille tulisi myönteinen kuva itsestään. (Cacciatore, 2008, s. 18–19.) Vahva itsetunto tukee nuorta suhtautumaan tyytyväisemmin omaan kehoonsa, jolloin mediassa esitetyt epärealistiset mielikuvat eivät horjuta tätä tasapainoa niin helposti. Nuoret, joilla on vahva itsetunto, kykenevät paremmin selviytymään kiusaamisesta, kritiikistä, stressistä ja ahdistuksesta, jotka kaikki liittyvät kehonkuvan ongelmiin. (Peltola, 2020.)

2.3.2 Sosiaalinen media ja identiteetti

Sosiaalisen median tulo osaksi ihmisten arkea on muuttanut monia henkilökohtaisen ja sosiaalisen elämän toimintatapoja. Identiteettimme ovat kohdanneet kontekstien murroksen. Yhteisöpalveluiden luomat olosuhteet ovat muuttaneet itsensä esittämisen keinoja ja tavoitteita. Yksityisen tuleminen julkiseksi sosiaalisen median kautta on muuttanut sitä, miten yksilö esittää itsensä ja kuinka minä koetaan suhteessa sosiaaliseen ympäristöön. (Uski, 2016, s. 377–378.)

Itsensä esittäminen sosiaalisessa mediassa ei aina ole helppoa. Profiilityö on strategista minän esittämistä, jossa yksilö pyrkii esittämään parhaat puolensa sosiaalisen median yhteisöpalveluissa, olemalla kuitenkin riittävän aito ja uskottava. Profiilityö on tietoista ja tiedostamatonta työtä, jolla henkilö pyrkii tuottamaan

itsestä jatkuvaa tarkastelua kestävän kuvan. (Uski, 2016, s. 380.) Yhteisöpalvelujen myötä yksilön identiteettiesitys, eli hänen elämänsä muutokset ylä- ja alamäkineen ovat voineet olla esillä jo vuosia. Profiilihistorian kertyminen voi olla ongelmallista erityisesti nuorille, jotka eivät ole vielä saavuttaneet identiteettiään. Sosiaalisessa mediassa ja erityisesti yhteisöpalveluissa identiteettiesitys on käynnissä jatkuvasti ja se voi tuottaa nuorelle paineita. Yhteisöpalveluiden ongelmana on myös subjektiivisen aitouden kokemuksen kärsiminen. (Uski, 2016, s. 380–381.)

Sosiaalisessa mediassa on mahdollisuus olla läsnä, "elää", useissa tiloissa ja seurueissa yhtä aikaa. Ilmiö on laajentunut noin 20 vuoden ajan, ja elämänkeronnasta verkossa on tullut monien vaiheiden myötä säännöllinen osa yhä useamman arkea. Se syvenee jopa identiteetiksi asti, jolloin elämää saatetaan ajatella julkaisujen kautta. (Östman, 2015.) Sosiaalisesta mediaa ei tulisi nähdä erillään nuorten muusta sosiaalisesta elämästä, vaan se on osa sitä. Sosiaalinen media toimii yhtenä ympäristönä, jossa nuori rakentaa omaa identiteettiään. (Mannerheimin lastensuojeluliitto, 2021.)

2.3.3 Hengellisyys ja identiteetti

Hengellisyys on merkittävä osa ihmisen identiteettiä. Se määrittää ihmisen tapaa luoda suhteita omaan itseensä, toisiin ihmisiin, luontoon ja korkeampaan voimaan. (Nuori kirkko, 2017, s. 10.) Kristus on kristityn identiteetin ensisijainen määrittäjä, joka syrjäyttää muut määrittäjät toissijaisina. Kristitty ei määritä itseään ensisijaisesti kansallisuutensa, sosiaalisen asemansa tai sukupuolen pohjalta, vaan hänen identiteettinsä perusta on Kristus ja samaistuminen Kristukseen. "Enää en elä minä, vaan Kristus elää minussa (Raamattu, 1992, Kirje Galatialaisille 2:20)." (Suomen teologinen opisto, i.a.)

Pohja ihmisen arvojen ja identiteetin kehitykselle rakentuu lapsuudessa ja nuoruudessa. Nuori aikuinen on vastaanottavainen ja herkkä elämän arvojen ja mysteerien pohdinnalle. Ihmissuhteet, opiskelun ja työelämän vaatimukset sekä globaalit ongelmat saavat nuoren ihmisen pohtimaan elämän tarkoitusta ja omia

arvojaan. Hengellinen kasvatusta onkin koko elämän pituinen prosessi, eikä sitä voida rajata vain tiettyyn ikä- tai kehitysvaiheeseen. (Tirri, 2007.) Kristillisellä kotikasvatuksella ja läheisen esimerkillä on suuri merkitys kristillisten tapojen omaksumiselle lapsuudessa. Kuitenkin erot eri sukupolvien saamassa uskonnollisessa kotikasvatuksessa ovat suuria. Vanhemmat ikäpolvet ovat saaneet monipuolista uskonnollista kasvatusta, kun taas nuoremmat ikäpolvet saavat yhä vähemmän minkäänlaista. (Hytönen, 2021.)

Kirkon perustehtävänä on julistaa Jeesuksen evankeliumia sekä edistää Jumalan valtakuntaa. Kirkon tehtäviin kuuluu olla avoinna kaikenlaisille ihmisille, kutsua ihmisiä Jumalan yhteyteen, välittää lähimmäisen rakkautta sekä huolehtia luomakunnasta. Kirkkoon on tervetulleet kaikki ihmiset taustastaan ja iästään huolimatta. (Suomen evankelis-luterilaisen kirkon strategia.) Identiteetin rakentuminen ei olekaan ainoastaan yksilöllinen prosessi, vaan se tapahtuu vuorovaikutuksessa yhteisön kanssa. Raamatun mukaan Kristuksessa oleminen ei ole yksilölaji, eikä identiteettiin liittyvää prosessia voida käydä yksin. Kristuksen ruumiin jäsenenä eläminen vuorovaikutuksessa toisten kanssa on edellytys oman identiteetin rakentumiselle. (Suomen teologinen opisto, i.a.)

2.4 Kehonkuva ja sen muodostuminen

Keho on syntymästä asti perusta jolle ihminen hahmottaa itseään ja ympäröivää maailmaa. Ihmisen kehonkuva on mielikuva omasta kehosta ja itsestä kehoilijana olentona. Ympäristön vaikutukset vaikuttavat kehonkuvan muodostumiseen. Suhde omaan kehoon on mielensisäinen kokemus, mutta se muokkaantuu vuorovaikutuksessa ympäristön ja yhteiskunnallisten sekä kulttuuristen kehonnormien kanssa. (Syömishäiriöliitto, i.a.)

Kristinuskon ihmiskäsitys ankkuroituu käsitykseen, jonka mukaan ihminen on luotu Jumalan kuvaksi. Kristinuskon suhde ruumiiseen on positiivinen. Ihminen Jumalan kuvana tarkoittaa sitä, että ominaisuuksistaan riippumatta ihminen on kutsuttu Jumalan yhteyteen ja täten on kykenevä luovuuteen ja olemaan vapaa, vastuullinen persoona. Ihmisyys toteutuu ruumiillisella, sosiaalisella, henkisellä ja

hengellisellä ulottuvuudella. Se, mitä ihminen kokee henkisenä ja sosiaalisena olentona, tulee nähtäväksi fyysisessä olemuksessa ja kokemuksessa. (Aalto & Virtaniemi, 1997, s. 33–34.) Kristillinen ihmiskäsitys muodostuu luomiskertomuksen sekä evankeliumien pohjalta.

Tutkimusta kehonkuvasta ja negatiivisen kehonkuvan vaikutuksista on tehty paljon. Tutkimukset ovat kuitenkin käsitelleet lähinnä naisia. Tutkimukset ovat osoittaneet, että vaikka tyytymättömyys omaan kehoon on edelleen korkeampi naisilla kuin miehillä, miesten tyytymättömyys omaan kehoonsa on kasvanut tasaisesti viimeisten vuosikymmenten aikana (Burke ym., 2012, s. 368). Suomessa ulkonäköä koskevaa tutkimusta on tehty vain vähän (Kukkonen ym., 2019, s. 9).

Kehonkuva on yksilön subjektiivinen arvio omasta ulkonäöstään. Sillä voi olla vaikutusta ihmisen itsetuntoon, mielialaan, ruokasuhteeseen, sosiaalisiin suhteisiin, sekä siihen miten ihminen hahmottaa ympäröivän maailman. Sosiokulttuurisen lähestymistavan mukaan nykyajan sosiaaliset trendit suosivat hoikkia naisia ja lihaksikkaita miehiä. (Burke ym., 2012, s. 365–366.)

Ihmisen kehonkuva voi olla positiivinen tai negatiivinen. Se, millainen keho ihmisellä todellisuudessa on, ei vaikuta tähän. Puolestaan ihmisen persoonallisuudella on vaikutusta siihen, miten hän näkee oman vartalonsa. (Cash 2012, s. 337.) Positiivisen kehonkuvan omaava ihminen on tyytyväinen vartaloonsa ja hyväksyy sen (Healey 2014, s. 28). Positiivisen kehonkuvan omaava henkilö ymmärtää, että hänen arvonsa ihmisenä ei riipu ulkonäöstä (Medical News Today. Articles. i.a.-a).

Negatiivisen kehonkuvan omaava henkilö on tyytymätön vartaloonsa ja voi kokea siitä häpeää ja tyytymättömyyttä. Negatiivinen kehonkuva voi johtaa mielenterveyden ongelmiin, kuten masennukseen ja syömishäiriöihin. (National eating disorders. i.a.) Negatiivisen kehonkuvan omaava henkilö vertaa itseään usein muihin ja kokee olevansa muita huonompi. Negatiivinen kehonkuva muodostuu ympäristön vaikutuksesta, mutta myös esimerkiksi onnettomuudesta aiheutuneet

muutokset vartalossa voivat muuttaa ihmisen käsitystä omasta kehostaan. (Medical News Today. Articles. i.a.-b.)

Kolme kehonkuvaan voimakkaimmin vaikuttavaa tekijää ovat omat vanhemmat, ikätoverit sekä media. Vanhempien oma kehotyötyymättömyys voi epäsuorasti vaikuttaa lapseen vanhemman oman kehon arvostelun ja epäterveiden laihdustottumusten kautta. Vastaavasti lapsen ulkonäön suora kriittinen kommentointi tai laihduttamiseen kannustaminen vanhempien taholta nostaa riskiä lapsen kehotyötyymättömyyteen. (Burke ym., 2012, s. 366–367.)

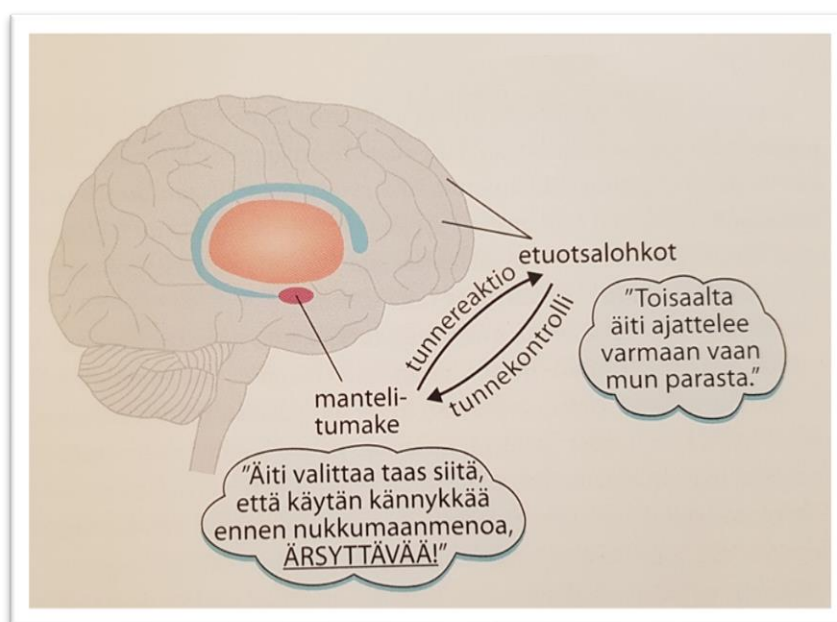
Ikätovereilla on merkittävä vaikutus lapsen kehonkuvan kehityksessä sekä sen ylläpidossa. Tutkimusten mukaan jopa 60 % kiusaamisesta kohdistuu painoon tai ulkonäköön. (Burke ym., 2012, s. 368.) Arkielämä ja ulkonäkö -kyselytutkimuksessa jopa puolet vastaajista kokivat, että ulkonäkö vaikutti ystävien saamiseen. Erityisesti yläasteikässä ulkonäkönormiin mahtumista kuvattiin tärkeäksi keinoksi saada ystäviä ja tulla hyväksytyksi. Ulkonäön rooli ystävyysuhteissa liittyi nimenomaan yhteenkuuluvuuteen ja hyväksynnän saamiseen. (Kukkonen ym., 2019, s. 54, 60.) Myös media vaikuttaa ihmisen kehonkuvaan. Media vaikuttaa erityisesti nuoriin, sosiaaliseen vertailuun taipuviin henkilöihin sekä niihin ihmisiin, jotka ovat jo valmiiksi epätyytyväisiä kehoonsa. Media esittää naisen vartalon pääsääntöisesti erittäin hoikkana ja miehen vartalon lihaksikkaana. Kuvia muokataan usein jälkikäteen, eivätkä ne siksi ole realistisia ja vain harvojen yksilöiden täysin saavutettavissa. (Burke ym., 2012, s. 368.)

2.5 Sosiaalisen median vaikutus käyttäytymiseen

Aivot kehittyvät nuoruudessa sekä rakenteelta että toiminnaltaan. Geenien ohella ympäristöllä on merkittävä rooli siinä, minkälaiset aivot nuorelle muotoutuvat. Ympäristö muokkaa aivoja, mutta ihmiset myös muokkaavat aivojen toimintaan vaikuttavaa ympäristöään. Älylaitteiden käytön on ehdotettu olevan uusi ympäristötekijä, joka saattaa virittää kehittyviä aivoja täysin uusilla ja vielä pitkälti tuntemattomilla tavoilla. Nuoren kehittymässä olevat itsesäätelytoiminnot vaikuttavat siihen, miten hän käyttää teknologiaa. Koukuttavat sovellukset ovat

erityisen houkuttelevia, ja niiden käyttöä saattaa olla vaikea omaehtoisesti hillitä. Mitä nuoremmasta henkilöstä on kysymys, sen vaikeampaa on oman toiminnan ja impulssien hallitseminen. (Moisala & Lonka 2019, s. 8–16.)

Mantelitumake sijaitsee syvällä aivoissa, ja se on tärkeä aivorakenne tunteiden syttymisen kannalta. Etuotsalohkot puolestaan osallistuvat muun muassa tunne-reaktioiden kontrollointiin. Aivojen kehittyessä nuoruudessa mantelitumake kypsyy suhteessa aikaisemmin kuin etuotsalohkot. Tämä selittää osaltaan teinikäisen ajoittain voimakkaastikin vaihtelevaa tunne-elämää. Etuotsalohkot saavuttavat kehityksensä huipun verrattain myöhään, vasta noin 25-vuotiaana. (Moisala & Lonka 2019, s. 13.)



Kuva 2. Etuotsalohkojen vaikutus tunne-elämän säätelyyn. (Moisala & Lonka 2019, s. 13.)

Kieltäytyminen houkuttelevasta heräteostoksesta, Snapchat-viestin vastaamiseen lykkääminen tuonnetuksi ja vihaisuuden hillitseminen riidan aikana ovat kaikki esimerkkejä käyttäytymisestä, jotka vaativat toimivia etuotsalohkoja. Aikuisen kypsyneissä aivoissa otsalohkojen ja mantelitumakkeen välinen viestittäminen mahdollistaa sen, että mantelitumakkeen aktiivisuus laantuu ja tunteen intensiteetti vähenee. Sitä, että otsalohko pystyy kontrolloimaan aivojen

vanhempien osien tuottamia tunnereaktioita, on kutsuttu “tunnetaidoksi” ja “tunneälyksi”. (Moisala & Lonka 2019, s. 13.)

Tutkimusta sosiaalisen median käytön vaikutuksista aivojen sosiaaliin toimintoihin on tehty jonkin verran. Sosiaalisen median käytön on havaittu aktivoivan muun muassa tunteiden käsittelyyn ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen liittyviä aivoalueita. Teini-ikäisen aivojen tiedetään olevan erityisen herkistyneet sosiaaliselle palautteelle, ja tämän on todettu pätevän myös sosiaalisen median kautta tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Tutkimukset ovat esimerkiksi osoittaneet, että jos nuori kokee tulevansa ikätovereiden hyljeksimäksi virtuaaliympäristössä, aktivoituvat samat aivoalueet kuin jos nuori kokee fyysistä kipua tai erityisen voimakkaita tunteita tosielämässä. (Moisala & Lonka 2019, s. 16–17.)

Aivotutkimukset ovat osoittaneet, että koska nuoren aivot reagoivat voimakkaammin mielihyvää tuottaviin signaaleihin, ne saattavat olla herkempiä myös virtuaalisille palkkioille. Esimerkiksi nuoren aivot saattavat aktivoitua erityisen voimakkaasti kavereiden antamista positiivisista kommenteista tai “tykkäyksistä”. Nuoret myös vaikuttavat toistensa mielipiteisiin ja toimintaan internetin välityksellä. Kun nuori saa omasta mielipiteestä poikkeavaa palautetta ikätovereilta internetin välityksellä, hänen aivonsa on näytetty aktivoituvan voimakkaammin kuin aikuisen aivojen vastaavassa tilanteessa. Tämän seurauksena nuori saattaa myös herkemmin muuttaa omaa mielipidettään vastaamaan ikätovereidensa näkemyksiä. (Moisala & Lonka 2019, s. 16–17.)

Sosiaalisessa mediassa käyttäjän kulutusvalintoihin saattaa vaikuttaa algoritmi. Algoritmi on ohjelma, joka suorittaa tietyn tehtävän käytössä olevan datan ja määrättyjen sääntöjen perusteella. (Pönkä, 2020). Tällainen algoritmeihin eli laskentakaavioihin perustuva suosittelu on monien nykyaikaisten verkkosivustojen ydintoimintoja. (Pullinen, 2019, s. 208).

Sivustojen ja sovelluksien algoritmit tunnistavat käyttäjän ja pitävät kirjaa siitä, mitä hän sivustolla tai sovelluksessa tekee. Seurannan laajuus vaihtelee sivustoittain, mutta käytännössä jokainen haku, klikkaus ja tykkäys kirjautuu jossakin

tietokantaan, jonka perusteella käyttäjän mieltymyksistä rakennetaan profiili. Kun käyttäjä seuraavan kerran päivittää sosiaalisen median syötteensä tai viihdesivuston, tarjolla olevia päivityksiä, sisältöjä ja uusia tietoja verrataan profiiliin. Esimerkiksi kun nuori klikkaa tai tykkää paidattomista ja urheilullisista miesten kuvista, niin sivuston algoritmi tarjoaa lisää vastaavanlaista sisältöä. Tämä voi johtaa siihen, että nuorelle syötetty sosiaalisen median sisältö voi jäädä yksipuoliseksi. Algoritmin tarkoituksena on saada aiemman tehdyn seurannan perusteella käyttäjä varmemmin klikkaamaan, kuuntelemaan tai katsomaan mediasisältöä. (Pullinen 2019, s. 207–208.)

3 NUOREN MIEHEN KASVU- JA ELINYMPÄRISTÖ

3.1 Sosiaalinen media osana arkea

Nuoret nähdään monesti yhteiskunnallisen muutoksen etujoukkona digitaalisen teknologian käytössä. Nuoret kokevat sosiaalisen median luonnolliseksi osaksi kasvu- ja toimintaympäristöään ja näkevät digitaalisen teknologian täynnä mahdollisuuksia. Nykynuorten sosiaalinen todellisuus rakentuu aikana, jolloin älypuhelin, tietokone ja internet ovat olleet aina läsnä. Nuorille sosiaalinen media on kulttuurinen tila, jossa ollaan, viestitään, viihdytään, tavataan, kohdataan, tutkitaan, opitaan, luodaan, nähdään ja kuullaan. (Moisala & Lonka 2019, s. 136.)

Sosiaalisessa mediassa sana ”sosiaalinen” käsittää ihmisten välisen kanssakäymisen ja media taas tarkoittaa informaatiota, sekä erilaisia kanavia, joilla sitä jaetaan ja välitetään. Nuoret voivat sosiaalisen median palveluissa kommentoida, tykätä toisten kuvista, jakaa sisältöjä ja tutustua uusiin ihmisiin, eivätkä he ole vain vastaanottajan roolissa. Sosiaalisessa mediassa tapahtuva toiminta luo parhaimmillaan lisää verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä sekä sosiaalisuutta. (Hintikka, 2008.)

Nuoret ovat usein mukana sosiaalisen median palveluissa, koska siellä ovat kaikki tai ainakin osa jo olemassa olevista ystävistä. Sosiaalista mediaa käytetään ensisijaisesti keskusteluvälineenä jo olemassa olevien tuttujen ja ystävien välillä. Sosiaalisen median käyttäminen tietolähteenä tuntuu nuorille vaivattomalta tavalta kysyä puolueetonta mielipidettä asioista omilta ystäviltään tai muilta käyttäjiltä. Palveluita on helppoa ja mukavaa käyttää tiedon etsintään sekä yhteydenpitoon. Ystävien kommentit, tykkäämiset, kehu ja haukut ovat merkityksellisiä nuorille. Nuoret lisäävät palveluihin valokuvia sekä omia ajatuksiaan, ja heille on tärkeää, millaisen vastaanoton heidän lisäämä materiaali saa ystäviltä, tutuilta ja seuraajilta. (Weissenfelt ym. 2019.)

Nuoret elävät ja kasvavat mediakulttuurissa, joka muodostuu lukemattomista mediasisällöistä, sosiaalisen median alustoista, välineistä ja ilmiöstä. Myös kokemukset, vuorovaikutus ja oppiminen ovat muuntuneet entistä mediavälitteisemmiksi. Mediakulttuuri on täynnä vaikuttimia, jotka osaltaan saavat median käyttäjän ajattelemaan ja toimimaan tietyin tavoin. Sosiaalinen media on osa todellisuutta, joka muotoilee nuoren ymmärrystä, näkökulmia ja todellisuudelle annettuja merkityksiä. Sosiaalinen media vaikuttaa monin tavoin siihen, miten ja millaisia havaintoja maailmasta tehdään. (Mannerheimin lastensuojeluliitto, 21.8.2021.)

Vaikuttajamarkkinointi asiantuntijayrityksen PING Helsingin vuonna 2019 teettämässä tutkimuksessa selvisi, että somevaikuttajilla oli valtaa 15–24-vuotiaiden nuorten käyttäytymiseen. Lähes puolet nuorista koki, että somevaikuttajien sisältö oli vaikuttanut heidän käyttäytymiseensä paitsi arjen valinnoissa myös esimerkiksi ilmastonmuutokseen, opiskeluun ja ammatinvalintaan sekä vaaleihin liittyvissä kysymyksissä. Vaikka vaikuttajien sisältöjen pariin hakeudutaan pääasiassa viihteeseen ja lifestyleen liittyvien aiheiden vuoksi, kokevat nuoret somevaikuttajien jakaman yhteiskunnallisen sisällön merkittävänä ja luontevana. (Ping Helsinki, 15.5.2019.)

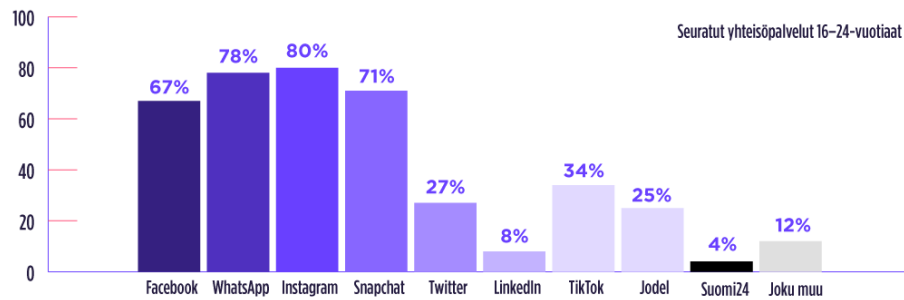
Mediakasvatuksen tärkeys on noussut yhä merkittävämpään asemaan digitalisoituneessa yhteiskunnassa. Mediakasvatuksen tarkoitus on saada nuoret ymmärtämään, mitä on internetin viisas käyttö. Tämä tarkoittaa sitä, että nuoren

tulisi oppia suhtautumaan kriittisesti kohtamaansa aineistoon, hallita ne välineet, joilla internettiin tuotetaan sisältöä ja kyetä ilmaisemaan itseään selkeästi ja netiketin mukaisesti sosiaalisessa mediassa. Netiketti tulee sanoista ”netti” ja ”etiketti”, mikä tarkoittaa tietoverkon käyttöä koskevia epävirallisia sopivaisuussääntöjä. (Haasio 2016, s. 94–97.)

Suomessa on eri aloja ja sektoreita, joissa tehdään mediakasvatusta. Koulujen ja varhaiskasvatuksen lisäksi mediakasvatusta on osa nuorisotyötä. Mediakasvatusta tarjoavat useat järjestöt, kirjastot, seurakunnat, media-alan organisaatiot ja yksityinen sektori. Suomessa tehdään paljon myös elokuvakasvatukseen, pelikasvatukseen ja taidekasvatukseen liittyvää toimintaa, jossa mediakasvatusta on läsnä. (Mediakasvatusseura, i.a.)

3.1.1 Sosiaalisen median palvelut ja käyttö

Tilastokeskuksen 10.11.2020 julkaiseman tutkimuksen mukaan sosiaalisen median käyttö Suomessa on kasvanut edellisvuodesta – jopa 13 prosenttia. Tutkimuksen mukaan ylipäätään internetin käyttö medioiden seuraamiseen ja viestintään on lisääntynyt. Nuorten eli 16–24-vuotiaiden suosituimmat kanavat ovat: Instagram (80 %), WhatsApp (78 %), SnapChat (71 %) ja Facebook (67 %). TikTok ei ole noussut laajaan suosioon 16–24-vuotiaiden keskuudessa – sitä käyttää 34 prosenttia nuorista. (Tilastokeskus, 2020.) Sosiaalinen media tukeutuu pitkälti muutamaan kansainväliseen suosikkipalveluun, joiden ideana on sisältöjen jakaminen, yhteisöjen ja verkostojen ylläpitäminen sekä niiden rakentaminen. (Suominen, 2013, s. 13–18.)



Kuva 3. Seuratut yhteisöpalvelut 16–24-vuotiaat. (Tilastokeskus, 2020.)

Vuoden 2019 some ja nuoret -kyselyssä selvitettiin 13–29-vuotiaiden Suomessa asuvien nuorten ja nuorten aikuisten sosiaalisen median käyttöä. Kyselyn mukaan nuorten suosituimmat sosiaalisen median palvelut ovat WhatsApp, YouTube, Instagram, Snapchat, Spotify, Facebook, Facebook Messenger, Pinterest, Steam ja Discord. Facebookin käyttö näyttää hiipuvan koko ikäryhmässä: vuonna 2013 vastaajista 92 prosenttia käytti Facebookia, nyt vain 57 prosenttia. Esimerkiksi YouTubea taas käytti 88 prosenttia. (Weissenfelt ym. 2019.)



Kuva 4. Sosiaalisen median palvelut. (Perälä, M. 2020, 16.)

3.1.2 Sosiaalisen median ja ympäristön vaikutus ulkonäköön

Suomessa sosiaalisen median vaikutusta nuorten miesten kehonkuvaan ja ulkonäköpaineisiin on tutkittu vähän, mutta ulkomaisten tutkimusten perusteella on tullut tietoa, että miesten kehonkuvaan liittyvät ongelmat ovat kasvussa. Turun yliopiston ulkonäköttutkija Erica Åberg ajattelee, että miesten ulkonäköpaineita on vaikea tutkia, koska miesten on itsensä hyvin vaikeaa tunnistaa ongelmia omaan kehonkuvaan liittyviksi. Ulkonäköpaineita kokevat miehet saattavat luulla olevansa ainoita niiden kanssa kamppailevia, eivätkä siksi halua puhua niistä kavereiden kanssa. (Yle Uutiset, 2021.)

Sosiaalisessa mediassa nuorten antamien ”tykkäysten” saaminen esimerkiksi omiin Instagram-kuviin voi merkitä huomattavan paljon itseluottamukselle ja kehonkuvan kehitykselle – sekä hyvässä että pahassa. (Moisala & Lonka 2019, s. 75). Suomalais tutkimus A feminine burden of perfection on julkaistu Telematics and Informatics -lehdessä. Aineistona oli 3 700 Digitaalinen Suomi -kyselyyn vastannutta 18–74-vuotiasta suomalaista. Tutkimuksen vastauksissa ikäluokkien välillä oli nähtävissä huomattavia eroja. Kaikista vastaajista liki 16 prosenttia koki ulkonäköpaineita sosiaalisen median takia, 16–24-vuotiaista niitä koki puolet ja 25–34-vuotiaistakin liki kolmannes. Instagramia käyttävistä naisista yli viidennes koki somen aiheuttavan ulkonäköpaineita, miehistä noin kymmenen prosenttia. (Åberg, Koivula & Kukkonen, 2020.)

Ulkomaisessa tutkimuksessa analysoitiin Instagramin esittämää miesten kehonkuvaa ja selvitettiin, onko alustalla esiintyvissä kehonkoostumuksissa ja reagoitien määrässä yhteys. Tutkijat luokittelivat ja analysoivat 1000 miesten julkaisemaa Instagram-julkaisua ja niiden saamat tykkäykset ja kommentit. Tulokset osoittivat, että Instagramissa on paljon kuvia erittäin hoikista ja lihaksikkaista valkoisista miehistä kuntoilemassa. Kyseiset kuvat saivat myös ylivoimaisesti eniten positiivisia reaktioita muilta käyttäjiltä. (Gültzow, 2020.) Instagram on tilastoissa suosituin nuorten käyttämä sosiaalisen median palvelu, mutta se on osakseen saanut kritiikkiä ulkonäkökeskeisestä mediakulttuurista. (Kormilainen ym. 2016, s. 95).

Sosiaalista mediaa syytetään paljon kiiltokuvamaisuudesta, hyvien puolien korostamisesta ja huonojen häivyttämisestä. Vihapuheen ja verkkokiusaamisen vastaiseen Unelmien some -selvitykseen vastasi 731 iältään 15–18-vuotiasta nuorta aikavälillä 11.3. – 18.3.2021. Selvityksen tuloksissa huomionarvoista on, että suurin osa vastaajista (57 %) uskoi siihen, että tulevaisuudessa omaa arkea jaetaan sosiaalisessa mediassa nykyistä aidompana ja kaunistelematta. Nuoret pitävät sosiaalisen median ”aiempaa aidompaa meininkiä” tärkeänä. Muutosta kohti aidompaa sosiaalista mediaa toivoi 60 prosenttia vastaajista. Ainoastaan 9 prosenttia ei toivonut, että näin kävisi. Myös sukupuolien välillä oli havaittavissa selkeä ero: tytöt toivoivat aidompaa sosiaalista mediaa selvästi poikia enemmän. Myös vanhemmat vastaajat näkivät tämän nuorempia tärkeämpänä. (Lasten ja nuorten säätiö, 2021.)

Sosiaalisessa mediassa nuori voi luoda omaa, ihanteita haastavaa sisältöä. Eri-laisten kehojen esilletuominen on erityisen tärkeää internetissä yleistyneellä kehopositiivisuusliikkeelle. Nuori voi esimerkiksi kohdata Instagramin kuvavirrassa kehopositiivisilla asiatunnisteilla varustettuja kuvia, niin lihavista, pyöreistä, laihoista kuin treenatuistakin, sanalla sanoen kaikenlaisista kehoista. Kehonkuvan ja ulkonäköpaineiden kanssa kamppaileva sosiaalisen median käyttäjä voi myös etsiä tukea vertaistukiryhmistä, missä ihmiset jakavat keskenään omakohtaisia kokemuksiaan ja kehopositiivisia selfieitä. (Kukkonen ym., 2019, s. 180–181.)

Vuosittain julkaistava Nuorisobarometri mittaa suomalaisten 15–29-vuotiaiden nuorten arvoja ja asenteita. Nuorisobarometri 2020 perustuu 1 938 nuoren puhe-
linhaastatteluun. (Valtion nuorisoneuvosto, 2020.) Nuoria pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttä omaan ulkonäköön kouluarvosanalla neljästä kymmeneen. Miesten antama keskiarvo tyytyväisyydestä omaan ulkonäköön oli 8,5. Nuorisobarometrin 2020 valossa nuoret miehet vaikuttavat melko tyytyväisiltä omaan ulkonäkönsä. Nuorisobarometri on myös osoittanut, että tyytyväisyydellä omaan ulkonäköön on erityisen voimakas yhteys yleiseen elämäntyytyväisyyteen. (Berg & Myllyniemi 2021, s. 65.)

Helsingin Poikien talo on vapaa yhteisö, joka on tarkoitettu 10–28-vuotiaille pojille, miehille ja poikana olemista pohtiville. Poikien talon ohjaajat ja kävijänuoret kävivät keskustelua koetuista ulkonäköpaineista. Keskusteluissa nuoret miehet nostivat huolenaiheeksi pituuden, painon, sukupuolielimen koon sekä pukeutumisen. Nuoret kokivat paineita siitä, että he eivät olisi riittävän pitkiä, sopivan painoisia, lihaksikkaita tai heillä ei olisi tarpeeksi isoa sukupuolielintä. Pukeutuminen tuotti paineita, koska merkkivaatteet tuottivat lisästatusta. Ulkonäöllisesti vääranlaiselta näyttäminen nähtiin syynä tulla kiusatuksi. (Kenttä & Norrlin, 2021, s. 86.)

3.2 Evankelis-luterilaisen kirkon nuorisotyö

Kirkon kasvatuksen linjauksessa kirkolla on viisi teemaa, kirkon kasvatuksen olemus, kasteen merkitys, osallisuus ja osallistuminen, ihmisarvo ja turvallisuus sekä kasvun tukeminen (Suomen evankelisluterilaisen kirkon kasvatuksen linjaus, 2015). Kirkon nuorisotyö keskittyy pääsääntöisesti kasvatukseen, jonka tarkoituksena on tukea nuorten kristillistä kasvua. Seurakunnan nuorisotyö rakentuu kolmelle pilarille, kotien uskonnolliselle kasvatukselle, koulujen uskonnonopetukselle sekä kasteopetukselle. Ennen rippikoulua nuori on ehtinyt mahdollisesti olemaan mukana jo seurakunnan varhaiskasvatuksessa ja kouluikäisten kanssa tehtävässä työssä. Nuorisotyön tarkoitus on luoda nuorelle turvallinen kasvuympäristö sekä hyväksytyksi tuleminen tunne. (Nuoret seurakuntalaisina, 2012.)

Nuoruus on itsetutkiskelun ja pohdintojen aikaa, jolloin tutun ja turvallisen aikuisen merkitys korostuu (Isoja ihmeitä, 2016). Työntekijä kohtaa työssään monenlaisia nuoria eri lähtökohdista, jolloin työntekijällä pitää olla hallussa monia osaamisalueita. Kirkon nuorisotyönohjaajan tehtävänä on tukea kristillisen ihmis-käsityksen vahvistumista sekä ohjata nuoria toimimaan yhdenvertaisesti ja ihmisarvoa kunnioittavalla tavalla. Nuorisotyönohjaajalta vaaditaan taitoa tunnistaa ulkopuolisuuteen, yksinäisyyteen ja syrjäytymiseen liittyviä ilmiötä sekä tuoda niitä esille seurakunnan toiminnassa ja yhteiskunnallisessa keskustelussa. Nuorten kasvava sosiaalisen median käyttö vaatii nuorisotyönohjaajalta taitoa ohjata

nuoria mediakriittisyyteen erityisesti arvojen ja eettisyyden näkökulmasta. (Kirkon nuorisotyönohjaajan ydinosaamiskuvaus, s. 9–16.)

3.2.1 Rippikoulutyö

Rippikoulun yksi tärkeimmistä tavoitteista on nuoren ainutlaatuisuuden korostaminen. Rippikoulussa jokaisella nuorella on oikeus tulla kuulluksi, nähdäksi ja kunnioitetuksi omana itsenään. Raamattu sanoo, että jokainen meistä on ihme ja arvokas yksilö. ”Minä olen ihme, suuri ihme, ja kiitän sinua siitä. Ihmeellisiä ovat sinun tekosi, minä tiedän sen.” (Raamattu, 1992, Psalmi 139:14). Rippikoulussa opetetaan samoja arvoja, joita Jeesus opetti evankeliumeissa. Jeesus hyväksyy jokaisen ihmisen sellaisena kuin he ovat. (Rippikoulusuunnitelma, 2017.) Kokonaisvaltainen kristillinen ihmiskäsitys näkyy vuoden 2017 rippikoulusuunnitelmassa. Ihmisen elämä, usko ja rukous nähdään kokonaisuutena, jotka liittyvät yhteen kristityn nuoren elämässä (Rippikoulusuunnitelma, 2017). Uusin rippikoulusuunnitelma on laadittu tukemaan nuorten kokonaisvaltaista kasvua.

Kirkon nuorisotyö jatkuu rippikoulun jälkeen isostoiminnan ja nuorisotoiminnan muodossa. Seurakunnissa on mahdollisuus osallistua nuortentoimintaan, joka sisältää leirejä, nuorteniltoja ja nuorille suunnattuja tapahtumia. Isostoimintaan osallistuvilla on mahdollisuus lähteä isoseksi rippi- ja lastenleireille. Kirkon nuorisotoiminnassa tuetaan nuorten kasvua, itsenäistymistä, eettistä ajattelua sekä erilaisten ihmisten arvostusta. (Isoja ihmeitä, 2016.)

3.2.2 Kirkon digitaalinen nuorisotyö

Suomen evankelis-luterilaisessa kirkossa toteutettiin vuosina 2009–2012 Hengellinen elämä verkossa -hanke, jonka tavoitteena oli sosiaalisen median työn aloittaminen ja vakiinnuttaminen kirkossa. Hankkeen jälkeen verkossa tehtävä työ onkin jatkunut osana seurakuntien perustyötä. Hankkeen tarvetta perusteltiin

tutkimuksella, jonka tulosten mukaan nuorten sosiaalisesti ja sisällöllisesti merkittävät verkostot ovat internetissä. (Digitaalinen nuorisotyö kirkossa, 2016.)

Sosiaalisen median kasvava käyttö nuorten keskuudessa muuttaa laajasti nuoristyöntekijän työnkuvaa. Nuoristyöntekijän tulee hallita eri sosiaalisen median alustoja sekä ymmärtää verkkoympäristössä tapahtuvat jatkuvat muutokset. Nuoristyössä verkkoa on käytetty ensisijaisesti viestinnällisiin tarkoituksiin, kuten tiedottamiseen ja yhteydenpitoon nuorten kanssa. (Huttunen, 2014, s. 16–17.) Digitaalisen nuorisotyön tavoitteena on saada nuorille suunnattuja palveluita ja toimintoja saavutettavammaksi, laadukkaammaksi ja merkityksellisemmäksi (Lauha & Tuominen, 2016, s. 9). Digitaalinen nuorisotyö käsittää internetin käytön välineenä, mutta myös muuta digitaalista teknologiaa käytetään sen osana. Esimerkiksi pelaaminen ja digitaalinen valokuvaaminen ovat digitaalisen nuorisotyön muotoja. (Digitaalinen nuorisotyö kirkossa, 2016.)

Suurin osa digitaalisesta nuorityöstä on verkossa tapahtuvaa kohtaamista, ohjaamista ja tiedottamista. Digitaalisuus on kuitenkin alkanut näkymään enemmän toiminnassa eri pelien pelaamisena ja sisällöntuottamisena. Nuoristyössä on järjestetty pelikerhoja, joissa kokoonnutaan yhteen pelaamaan verkkopelejä ja viettämään aikaa yhdessä. Sosiaalisen median sisältöäkin on aloitettu tuottamaan yhdessä nuoristyön parissa. (Verke, 2019, s. 29–30)

Pelaaminen ja sosiaalinen media toiminta- ja kasvuympäristönä on kaikkein korostunein ilmiö kunnallisen nuorisotyön kentällä ja vahvasti esillä myös kirkollisessa nuorisotyössä. Joidenkin negatiivisten vaikutusten ohella sosiaalinen media koetaan nuorisotyön parissa yhtenä merkittävimpänä myönteisenä ilmiönä nuorten maailmassa. (Allianssi, i.a.) Paikallisseurakunnat toteuttavat työtään sosiaalisessa mediassa Youtuben, Facebookin ja Instagramin lisäksi esimerkiksi Twitch -pelialustalla, jossa kirkon työntekijät pelaavat nuorten kanssa ja keskustelevat pelaamisesta Ristiohjain -kanavan kautta Discordissa. NettiSaapas tarjoaa kirkon ja kuntien yhteistyönä tapahtuvaa etsivää nuorisotyötä verkossa. (Kirkon keskusteluapu, i.a.) Jumalanpalveluksiin ja hartauksiin voi osallistua tietokoneella tai mobiililaitteella. Kirkon keskusteluapu palvelee verkossa Palvelevan netin ja Palvelevan chatin muodossa. Nuorille suunnattu

Sekaisin chat auttaa 12–29-vuotiaita nuoria mieltä askarruttavissa asioissa. (Kirkon keskusteluapu, i.a.)

Kaikki kirkon työ rakentuu lähetyskäsken varaan. Arkkipiispa Tapio Luoma on kommentoinut, että kirkon olemuksen kuuluu olla läsnä siellä, missä ihmiset ovat, ja siksi sosiaalinen media on mitä luonnollisin nykyaikainen toimintaympäristö. Sosiaalisen median jalkautuminen ei vaadi seurakunnan strategian tai perustehtävän muuttamista. Se on perustehtävän toteuttamista digitaalisessa muodossa. (Kormilainen ym. 2016, s. 128–139.) Kirkko ja Kaupunki julkaisi 19.10.2021 artikkelin ”Uhkaako digitaalinen nuorisotyö loppua kirkosta?”. Artikkelin mukaan Kirkon keskusrahaston tasapainotussuunnitelma uhkaa leikata digitaalisen nuorisotyön rahoitusta, tai jopa lakkauttaa sen kokonaan. Tällä hetkellä Kirkon keskusrahasto rahoittaa digitaalista nuorisotyötä 30 000 eurolla vuodessa. (Ekström, 19.10.2021.)

4 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITTEET

Opinnäytetyön kaksiosaisen tutkimuksen ensimmäisessä osassa tarkoituksena oli tutkia, minkälaisia vaikutuksia sosiaalisella medially on kehonkuvaan ja minäkuvaan ja minkälaisia vaikutteita sosiaalinen media välittää. Tutkimuksen kohteena olivat 15–20-vuotiaat nuoret miehet. Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa tietoa huonosti tunnetusta aiheesta yhteistyökumppanille ja työelämäkontakteille. Opinnäytetyön yhteistyökumppanina toimi Keravan seurakunta ja työelämäkontakteina Oulunkylän seurakunta, Espoonlahden seurakunta ja Salon lukio.

Tutkimuksen toisessa osassa tarkoituksena oli tutkia tulisiko kirkon nuorisotoiminnassa edelleen kehittää kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja liittyviä teemoja. Tutkimuksessa 15–25-vuotiaat nuoret vastasivat, miten olivat kokeneet kehorauhan, kehojen monimuotoisuuden ja kiusaamisen osallistuessaan

seurakuntien toimintaan ja näkivätkö he tarvetta toiminnan kehittämiseksi. Tutkimuksen tulosten perusteella oli tarkoitus esittää kehittämissuositus Keravan seurakunnalle.

Tutkimuskysymykset:

1. Miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten miesten kehonkuvaan ja minäkuvaan?
2. Minkälaisia vaikutteita sosiaalinen media välittää nuorille miehille?
3. Tulisiko kirkon nuorisotoiminnassa edelleen kehittää kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyviä teemoja?

5 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTTAMINEN

5.1 Työelämälähtöinen yhteistyö

Opinnäytetyö toteutettiin yhteistyössä Keravan seurakunnan kanssa, joka on yksi Suomen evankelis-luterilaisen kirkon seurakunnista. Keravan seurakunta sijaitsee Keski-Uudellamaalla ja kattaa maantieteellisesti Keravan kaupungin alueen. Keravan seurakunta kuuluu Espoon hiippakuntaan ja Tuusulan rovastikuntaan. Seurakunnan jäsenmäärä oli vuoden 2020 lopussa noin 21 730. Keravan seurakunnalla työskentelee noin 80 työntekijää. Keravan seurakunnan nuorisotyön tiimiin kuuluu johtava nuorisotyönohjaaja, erityisnuorisotyönohjaaja ja viisi nuorisotyönohjaaja. Nuorten keskeisin kokoontumispaikka on Wanha Pappila, josta löytyy myös nuorisotyöntekijöiden toimistot. Nuorisotyöntekijät järjestävät nuorteniltoja, leirejä, kerhoja ja retkiä sekä vierailevat säännöllisesti kouluissa. (Keravan seurakunta, i. a.)

Tutkimuksen kohderyhmän ja aihepiirin herkkyyden takia lähdimme etsimään yhteistyökumppania, jonka toiminnassa nuorilla miehillä olisi tilaa rakentaa omannäköistä identiteettiään ja mahdollisuus käsitellä haastaviakin asioita turvallisten aikuisten kanssa. Lähestyimme Keravan seurakunnan nuorisotyöntiimiä ja selvisi, että opinnäytetyömme suunniteltu aihe on heille merkittävän ajankohtainen.

Keravan seurakunnalle laadittiin vuosille 2021–2026 strategia ”Usko, toivo, rakasta Keravan taivaan alla”. Sosiaalinen media ja verkossa toimiminen on yksi kuudesta strategisesta linjauksesta, mihin seurakunnan työssä erityisesti halutaan kiinnittää huomiota. Kyseisessä linjauksessa nostetaan tavoitteeksi vahvistaa työntekijöiden sosiaalisen median osaamista suhteessa asiakasryhmään, jonka kanssa työskentelee. Lisäksi tavoitteeksi asetetaan sosiaalisen median trendeissä ajan tasalla pysyminen. Sosiaalisen median trendit koostuvat yhteiskunnan muutoksista ja nuorten käyttäytymisestä sosiaalisen median alustoilla. (Keravan seurakunta, 10.12.2020.)

Yhteistyökumppaniamme kiinnosti, miten nuoret miehet ovat kokeneet sosiaalisen median vaikutuksen omaan kehonkuvaan ja minäkuvaan sekä minkälaisia tutkimustuloksia aiheesta on laajemmin tehty. Kysymyksiä herätti, onko kasvavaa tarvetta käsitellä nuorten toiminnassa enemmän kehonkuvaan, kiusaamiseen ja ulkonäköpaineisiin liittyviä teemoja. Yhteisen keskustelun ja intressin lopputuloksena päädyimme laatimaan yhteistyösopimuksen.

Lisäksi teimme yhteistyötä Salon lukion sekä Oulunkylän ja Espoonlahden seurakuntien kanssa. Olimme sähköpostin välityksellä yhteydessä Salon lukion rehtoriin, Oulunkylän seurakunnan johtavaan kasvatuksen viranhaltijaan sekä Espoonlahden erityisnuorisotyönohjaajaan. Yhteistyötahot auttoivat meitä aineistonkeruussa ja olivat kiinnostuneita tutkimuksemme tuloksista.

5.2 Fenomenografia tutkimuksellisena lähestymistapana

Opinnäytetyömme tutkimuksellinen lähestymistapa on fenomenografinen. Fenomenografisen tutkimuksen kohteena on tieteellisten totuuksien sijaan ihmisen arkiajattelu. Fenomenografinen tutkimus pyrkii kuvaamaan ihmisten kokemuksia ja käsityksiä asioista, eikä se vastaa siihen, miksi ihmisillä on tietynlaisia käsityksiä tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä. (Niikko, 2003, s. 24–29.)

Fenomenografisessa tutkimuksessa asioita tarkastellaan toisen asteen näkökulmasta. Ensimmäisen asteen näkökulmassa ihmisten käsityksiä voidaan tarkastella arvioimalla kuinka oikeita tai vääriä ne ovat tieteelliseen teoriaan verrattuna. Toisen asteen näkökulma puolestaan painottaa toisten ihmisten tapaa kokea asioita. Sen avulla pyritään kuvaamaan ilmiöitä siitä näkökulmasta, josta ihmiset kokevat ja käsittävät sen. (Niikko, 2003, s. 24–29.)

Fenomenografinen tutkimus ei vastaa siihen, miksi ihmiset käsittävät asioita niin kuin he tekevät, eikä se myöskään selitä erilaisten käsitysten vaihteluiden syitä. Fenomenografiassa pyritään erottamaan erilaisia käsityksen ja ymmärryksen malleja ja eroja niissä tavoissa, joilla ihmiset käsittävät tai ymmärtävät ympäröivästä maailmasta tulevia merkityksiä. (Niikko, 2003, s. 24–29.)

5.3 Kyselyn rakenne

Valitsimme aineistonkeruumenetelmäksi internetkyselyn (liite 1). Kysely on strukturoitu aineistonkeruun menetelmä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006), mutta pyrimme luomaan monivalintakysymysten rinnalle mahdollisimman paljon avoimia kysymyksiä, kattavan ja monipuolisen tekstiaineiston saavuttamiseksi.

Kysely toteutettiin verkossa Google Forms –alustalla. Kyselyyn vastaaminen kesti noin 8 minuuttia. Muokkasimme sähköisestä kyselystä tyyliään ja asetuksiltaan selkeän, jotta kyselyä olisi mielekästä täyttää, niin älypuhelimella, tabletilla kuin tietokoneella. Kyselyn alussa oli selvennettyä vastaajille tutkimuksen pääteemat ja anonymiteetinsuoja. Vastaajille kerrottiin, mihin vastauksia käytettiin ja missä valmis tutkimus julkaistaan.

Kysyimme vastaajien ikää ja koettua sukupuolta. Iän ja koetun sukupuolen kysyminen oli tutkimuksemme kannalta tärkeää, sillä sen avulla rajasimme analysoitavaa aineistoa. Muita henkilötietoja ei kysytty. Kysyimme sosiaalisen median kulutuksen tuntimäärää vuorokaudessa, kulutetun sisällön tyyliä sekä laihduttamiseen ja kehonrakennukseen liittyvän sisällön kulutusta sosiaalisessa ja muussa mediassa. Näillä kysymyksillä kartoitimme vastaajien sosiaalisen median kulutustottumuksia.

Seuraavien väittämien avulla tarkensimme päätutkimuskysymyksiä:

1. Olen tyytyväinen siihen, miltä tällä hetkellä näytän.
2. Kehossani tapahtuneet muutokset ovat vaikuttaneet käsitykseeni itsestäni.
3. Haluaisin muuttaa jotain kehossani.
4. Olen tuntenut tyytymättömyyttä kehooni vietettyäni aikaa sosiaalisessa mediassa.
5. Olen kokenut painetta muuttaa itseäni vietettyäni aikaa sosiaalisessa mediassa.

6. Sosiaalinen media on vaikuttanut valintoihini arjessa (esimerkiksi pu-
keutuminen, syöminen, urheilu).

Väittämiin vastattiin Likert-asteikolla, joka on kyselyissä käytettävä vastausas-
teikko. Asteikossa on erilaisia väittämiä, joita vastaaja arvioi viisiportaisella
asteikolla täysin samaa mieltä - täysin eri mieltä. (Peda, i.a.) Jokaisen väittämän
jälkeen vastaajalla oli mahdollisuus perustella vastaustaan kirjallisesti tekstiruu-
tuun.

Seuraavien avointen kysymysten avulla kartoitimme nuorten kokemuksia seura-
kuntien nuorisotoimintaan osallistumisesta:

1. Haluaisitko, että seurakunnan toiminnassa käsiteltäisiin enemmän keho-
rauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyviä aiheita?
2. Onko sinulle annettu kehorauha osallistuessasi seurakunnan toimintaan?
3. Onko sinua kiusattu seurakunnan toiminnassa?

5.4 Aineiston keruu

Verkkokyselyyn voi kutsua osallistujia henkilökohtaisesti, esimerkiksi sähköpos-
tilistan kautta. Näin otos on tarkkaan rajattu ja kutsuttuja voidaan myös muistuttaa
vastaamisesta, mikäli se on tarpeellista. Toinen tapa toteuttaa verkkokysely on
jakaa se sosiaalisen median kanavalle, esimerkiksi Facebookiin tai Instagramiin.
Tässä tapauksessa kyselyyn voi vastata kuka vain linkin avaava, eikä otosta pys-
tytä valmiiksi rajaamaan kovin tarkasti. Tutkija ei ole yhteydessä tutkittaviin, eikä
tutkittavia valikoida yksilökohtaisesti. (Valli, 2018, luku Sähköinen kyselylomake
ja sosiaalinen media aineistonkeruussa.) Ikäryhmittäin tarkastellen innokkaimpia
internetkyselyn vastaajia ovat 15–25-vuotiaat. Verkkokyselyn kautta saadut ai-
neistot ovat valmiiksi sähköisessä muodossa, eikä niitä tarvitse litteroida. Tämä
säästää tutkijan aikaa. (Valli, 2018, luku Sähköinen kyselylomake ja sosiaalinen
media aineistonkeruussa.)

Linkkiä jaettiin Keravan, Espoonlahden ja Oulunkylän seurakuntien nuorisotyön Instagram-tileillä. Lisäksi Salon lukion rehtori välitti linkkiä opettajille, jotka jakoi-
vat sitä oppituntien alussa. Yhteistyötahoja muistutettiin viikon välein linkin
jakamisesta ja samalla ehdotettiin myös uusia väyliä mainostamiseen, esimer-
kiksi isoskoulutus, nuortenillat ja -leirit. Kysely oli auki yhden kuukauden ajan
elokuun lopusta syyskuun loppuun vuonna 2021.

5.5 Aineiston analyysi

Analysoitava aineisto oli kaksiosainen. Aineiston ensimmäinen osa käsitteli sosi-
aalista mediaa, kehonkuvaa ja minäkuvaa. Toinen osa käsitteli kirkon
nuorisotyöhön ja kehittämiseen liittyviä kysymyksiä. Käytimme koko aineiston
analyysissa Niikon (2003) nelivaiheista analyysimallia. Aineistosta rajattiin koh-
deryhmän ulkopuolella olleet vastaukset, sekä epärelevantit vastaukset. Nämä
vastaukset tunnistimme esimerkiksi ilmoitetusta iästä tai suoraan rasistisista il-
mauksista. Kaikki analyysin ulkopuolelle rajattu aineisto tuhottiin, kun aineiston
rajaus oli valmis. Aineisto tuhottiin poistamalla vastaukset alustalta.

Aineiston analysointimenetelmäksi valitsimme aineistolähtöisen sisällön analy-
ysin. Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, jossa tarkastellaan valmiiksi
tekstimuotoista tai tekstimuotoon muokattua aineistoa. Sisällönanalyysin avulla
pyritään muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä laajempaan kontekstiin ja muihin
aiheeseen liittyviin tutkimustuloksiin kytkeytyvä tiivis kuvaus. (Saaranen-Kauppi-
nen & Puusniekka, 2006.)

Aineistoa ei tarvinnut erikseen syöttää tai litteroida, vaan se oli valmiiksi yksityi-
sessä ja sähköisessä muodossa Google Forms -alustalla. Alustalle kerätyt
vastaukset saatiin tallennettua taulukkomuotoon ja taulukko oli käytettävissä Mic-
rosoft Excel -ohjelmalla. Excel-ohjelmalla lomakkeen kysymyksiä pystyi
vertailemaan erikseen, joka helpotti olennaisesti aineiston käsittelyä. Vastauslo-
makkeet tallentuivat Googlen Forms -alustalle ja One Driveen. Kaikki kerätty
aineisto hävitettiin tutkimusprosessin loputtua, jonne pääsy oli vain opinnäytetyö-
ryhmällä. Aineistoa käsiteltiin vain verkkoalustoilla, eikä sitä tallennettu omille

tietokoneille tietosuojan säilyttämiseksi. Aineisto poistettiin tutkimusprosessin päätyttyä lokakuussa 2021.

Suurin osa kyselylomakkeista oli täytetty kokonaan. Niistä lomakkeista, joita ei ollut täytetty kokonaan, oli vastaamatta jätetty jokin yksittäinen kysymys tai seurakuntien toimintaan liittyvät kysymykset. Avoimen kysymysten vastaukset olivat pääsääntöisesti muutaman virkkeen pituisia. Monivalintakysymysten tarkentavat vastaukset olivat enimmäkseen lyhyitä, mutta kuvaavia. Lyhyiden vastausten takia aineisto ei itsessään ollut kovin pitkä, mutta siitä sai selkeän käsityksen vastaajien ajatuksista.

Aloitimme sosiaalista mediaa, kehonkuvaa ja minäkuvaa käsittelevän aineiston analyysin ensimmäisen vaiheen lukemalla keräämämme aineiston läpi useasti ajatuksen kanssa. Kävimme aineiston yhdessä läpi ja keskustelimme sen herättämistä ajatuksista. Aineiston yleisen katsauksen jälkeen aloimme etsimään aineistosta analyysin kannalta merkityksellisiä ilmauksia, eli analyysiyksiköitä. Fenomenografialle tyypillisesti kokosimme aineiston yhdeksi kokonaisuudeksi häivyttämällä näin yksilön (Huusko & Paloniemi 2006, s. 165.)

Analyysiyksiköt selvitimme kysymällä aineistolta seuraavat analyysikysymykset:

1. Millä sanoin nuoret kuvaavat omaa kehoaan?
2. Miten nuoret kuvaavat omaa kehoihannettaan?
3. Millä tavoin sosiaalisen media on vaikuttanut nuorten tyytymättömyyteen omaa itseään kohtaan?
4. Millä tavoin nuoret kuvaavat muutospaineita omaa kehoa kohtaan?
5. Millä tavoin vaikutteita arjen valintoihin kuvaan?

Analyysin toisessa vaiheessa lajittelimme valitut merkitykselliset ilmaukset, eli analyysiyksiköt erilaisiksi kuvaaviksi ryhmiksi tietokoneella. Loimme yhteensä 19

ryhmää vertailemalla ilmauksia toisiinsa ja etsimällä niistä samankaltaisuuksia, erilaisuuksia, sekä harvinaisuuksia. (Liite 2)

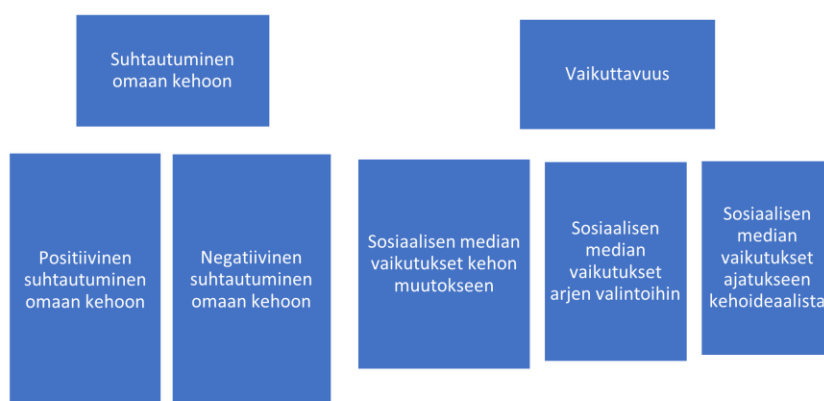
Ryhmät, joissa kuvataan sitä, millä sanoin nuoret kuvailevat omaa kehoaan
Stereotyyppinen maskuliinisuus Stereotyyppinen feminiinisyys Näkevät oman kehonsa positiivisesti Näkevät oman kehonsa negatiivisesti Neutraali muutoshakuisuus
Ryhmät, joissa nuoret kuvaavat omaa kehoihannettaan
Millainen on kehoideaali Oma kehonkuva vastaa ihannetta Oma kehonkuva ei vastaa ihannetta Ei osaa sanoa vastaako oma keho ihannetta
Ryhmät, joissa kuvataan sosiaalisen median vaikutuksia kehotyytyväisyyteen
Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset Sosiaalisen median positiiviset vaikutukset Ei vaikutusta
Ryhmät, joilla kuvataan nuorten kehon muutosaineita
Suuria paineita kehon muutokseen Lieviä paineita kehon muutokseen Ei paineita kehon muutokseen
Ryhmät, joissa kuvataan sosiaalisen median vaikutusta nuorten arjen valintoihin
Terveellisiin elämäntapoihin liittyvät sosiaalisen median vaikutukset Pukeutumiseen ja tyyliin liittyvät sosiaalisen median vaikutukset Sosiaalisella medially ei vaikutusta arjen valintoihin Vaikutukset, joista ilmenee joukkoon kuulumisen tarve

Taulukko 1. Analyysiryhmät

Edettyämme analyysin kolmanteen vaiheeseen, jaottelimme aiemmin luodut analyysiyksiköiden ryhmät ylempien, laajemmin kuvaavien kategorioiden alle. Näitä kategorioita analyysimme tuli viisi. Nämä kategoriat olivat positiivinen ja negatiivinen suhtautuminen omaan kehoon sekä sosiaalisen median vaikutukset kehon muutokseen, arjen valintoihin ja ajatukseen kehoideaalista. Kategoriat muodostuivat vastaajien kuvaamien kokemusten ja ilmausten mukaan. Varmistimme, että jokaisen kategorian sisällä olevat ryhmät liittyivät toisiinsa sisällöllisesti. Vertailimme eri ryhmien sisältöjä varmistaaksemme, että jokainen kategoriaan kuuluva ryhmä kuvasi juuri sen kategorian näkökulmaa ilmiöstä.

Neljännessä vaiheessa tarkastelimme vielä kaikkia muodostamiimme ryhmiä ja vertailimme niitä toisiinsa. Niikon (2003, 36) mukaan kategorioita muodostettaessa tulee huomioida, että jokainen kategoria kertoo jotain erilaista tutkittavien tavasta ymmärtää ilmiötä. Tämän jälkeen asetimme analyysiyksiköiden ryhmien kategorioille vielä laajemmat ylätasoon kategoriat, eli kuvauskategoriat. Kuvauskategoriat kuvaavat tutkittavaa ilmiötä yleisellä tasolla (Niikko, 2003, s. 36–37). Kuvauskategoriat olivat suhtautuminen omaan kehoon sekä vaikuttavuus.

Analyysiyksiköiden kategoriat ja kuvauskategoriat muodostuivat omien tulkintojemme kautta, eli niistä valinnoista, joita pidimme tutkimamme ilmiön kannalta tärkeinä ja merkityksellisinä. Kategoriat olivat aineistolähtöisiä ja syntyivät monivalintakysymysten tarkentavien vastausten pohjalta, vertaillen erilaisia vastaajien käyttämiä ilmauksia. Määrällinen aineisto analysoitiin ristiintaulukoimalla luokiteltuja muuttujia, eli monivalintakysymysten vastauksia.



Kuva 5. Analyysiyksiköiden kuvauskategoriat

Aloitimme kirkon nuorisotyön kehittämiseen liittyvän aineiston analyysin lue-
malla keräämämme aineiston yhdessä läpi, jonka jälkeen etsimme aineistosta
analyysin kannalta merkityksellisiä ilmauksia, eli analyysiyksiköitä.

Aineistolle esitimme seuraavat analyysikysymykset:

1. Millä tavoin vastaajat kuvasivat mielipidettään tarpeesta kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyvistä aiheista seurakunnan toiminnassa?
2. Millä tavoin vastaajat kuvasivat kiusaamisen kokemusta seurakunnan toiminnassa?
3. Millä tavoin vastaajat kuvasivat saavutettua kehorauhaa seurakunnan toiminnassa?

Lajittelimme valitut analyysiyksiköt erilaisiksi kuvaaviksi ryhmiksi. Loimme yhteensä 10 ryhmää. (Liite 2)

Ryhmät, joissa kuvataan tarvetta kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyvien aiheiden käsittelyyn seurakunnan toiminnassa
Ei tunnista tarvetta Tunnistaa tarpeen Ei osaa sanoa onko tarvetta
Ryhmät, joissa kuvataan millä tavoin vastaajat arvottivat eri aiheita (kehorauha, kehojen monimuotoisuus, kiusaaminen)
Kiusaaminen Kehorauha Kehojen monimuotoisuus
Ryhmät, joissa kuvataan koettua kehorauhaa seurakunnan toiminnassa
Kehorauha annettu Kehorauha rikottu
Ryhmät, joissa kuvataan kokemusta kiusaamisesta seurakunnan toiminnassa
On kiusattu Ei ole kiusattu

Taulukko 2. Analyysiryhmät

Jaottelimme aiemmin luodut analyysiyksiköiden ryhmät ylempien, laajemmin kuvaavien kategorioiden alle. Näitä kategorioita analyysimme tuli 4. Kategoriat olivat turvallinen seurakunta, turvaton seurakunta, halukkuus kehittämiseen ja haluttomuus kehittämiseen. Tämän jälkeen jaoimme kategoriat ylempien kuvauskategorioiden alle. Kuvauskategorioita syntyi kaksi ja ne olivat seurakunnan nuorisotyö sekä kehittämisen tarve asiakasnäkökulmasta.



Kuva 6. Analyysiyksiköiden kuvauskategoriat

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kyselyyn osallistui 73 vastaajaa, joista 37 oli naisia, 34 miehiä, 1 ei halunnut vastata kysymykseen sukupuolesta ja 1 määritteli sukupuolekseen jonkin muun kuin nainen tai mies. Vastaajien iät olivat 15 ja 40 ikävuoden välillä. Sosiaaliseen mediaan, kehonkuvaan ja minäkuvaan liittyvän tutkimuksen tulokset on saatu analysoimalla kyselyyn vastanneiden, 15–20-vuotiaiden miesten vastauksia. Näitä vastauksia oli yhteensä 34 kappaletta. Seurakuntien kehittämistoimintaa koskevan tutkimuskysymyksen tulokset on saatu analysoimalla 15–25-vuotiaiden nuorten vastauksia. Näitä vastauksia oli yhteensä 61 kappaletta. Tuloksia läpikäydessä käytimme nimettömänä nuorten vastauksista joitakin suoria lainauksia, koska haluamme tuoda nuorten omaa ääntä kuuluviin. Monivalintakysymysten vastauksia havainnollistimme ympyräkaavioiden avulla.

6.1 Suhtautuminen omaan kehoon

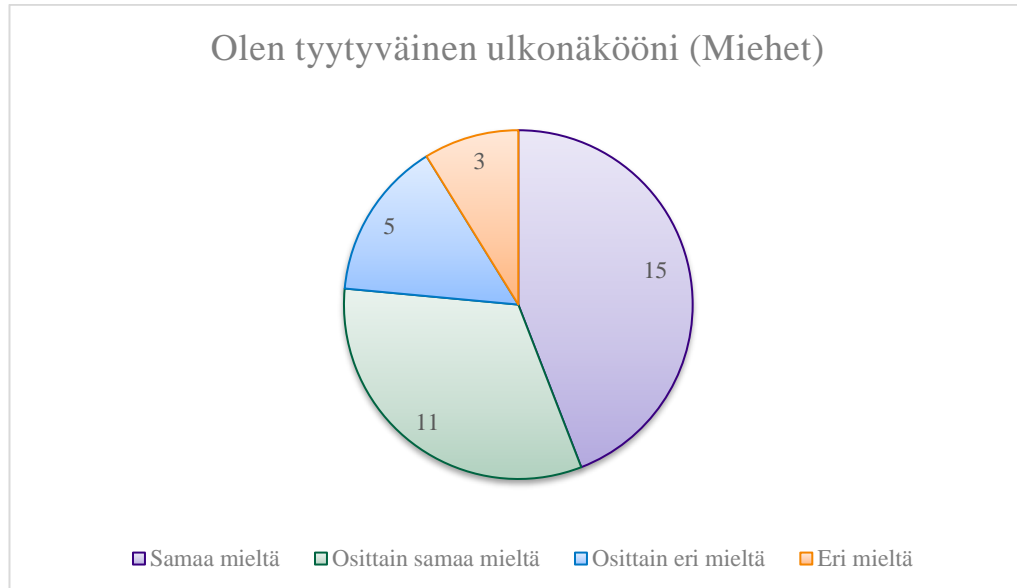
Tutkimuksessa todettiin miesten suhtautumisen omaan kehoon jakautuvan positiiviseen ja negatiiviseen suhtautumistapaan. Suurin osa vastaajista oli joko täysin tai osittain tyytyväisiä omaan kehoonsa ja ulkonäköönsä. Positiivisesti

omaan kehoonsa suhtautuvat miehet kuvasivat kehoaan oman kehoihanteensa mukaiseksi. Vastaajilla oli havaittavissa kehon muutoshakuisuutta, joka liittyi esimerkiksi harrastustavoitteisiin. Suurin osa kehoonsa positiivisesti suhtautuvista vastaajista kokivat, ettei sosiaalisella medially ollut vaikutusta heidän käsitykseensä omasta kehostaan tai että sosiaalisen median vaikutukset omaan kehonkuvaan olivat kannustavia.

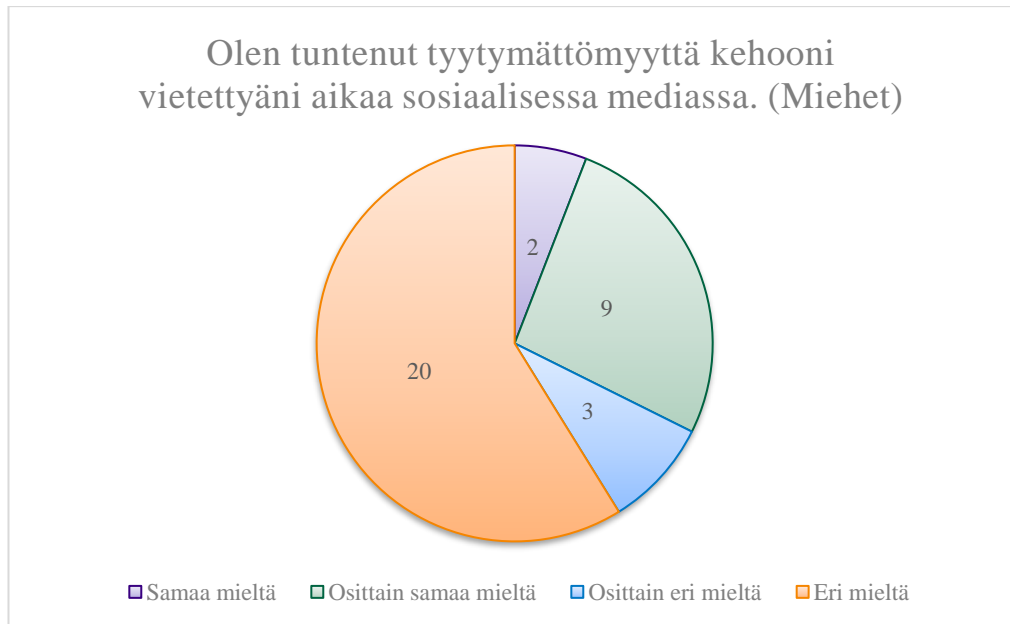
“Koen itseni hyväksi juuri sellaisena kuin olen.” (M)

Negatiivisesti omaan kehoonsa suhtautuvilla vastaajilla keho ei vastannut kehoihannetta. Sosiaalisen median vaikutukset omaan kehonkuvaan koettiin näiden vastaajien kesken negatiivisina, esimerkiksi itsensä muihin vertaamisen kautta. Negatiivinen suhtautuminen omaan kehoon ja sosiaalisen median koetut negatiiviset vaikutukset olivat vähemmistössä aineistossa.

“Vertailu somessa oleviin ihmisiin saa tuntemaan, etten ole tarpeeksi.” (M)



Kaavio 1. Tyytyväisyys omaan ulkonäköön



Kaavio 2. Tuntenut tyytymättömyyttä kehoonsa vietettyään aikaa sosiaalisessa mediassa

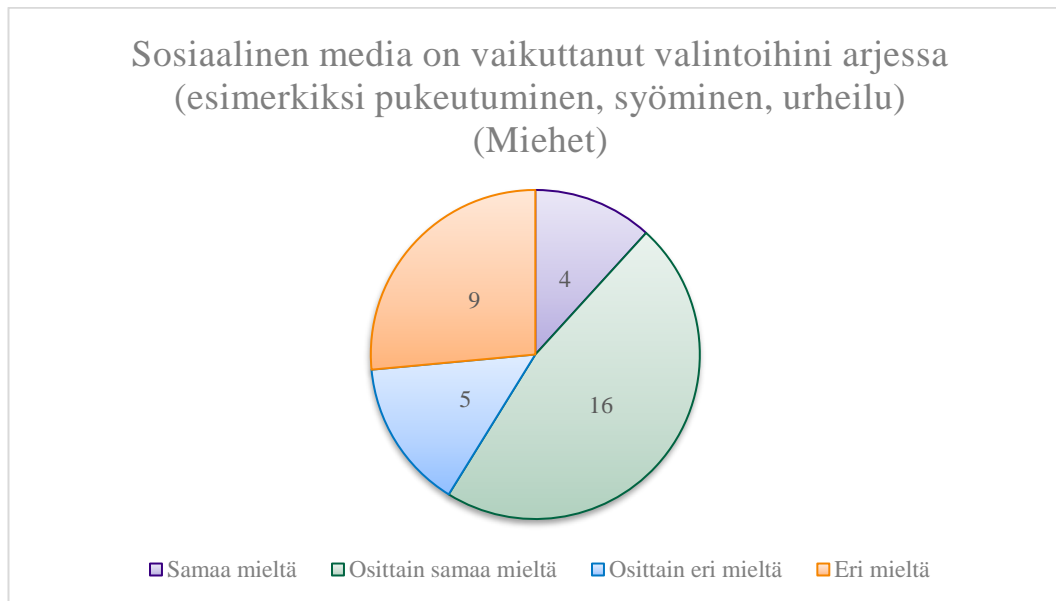
6.2 Vaikuttavuus

Sosiaalisen median vaikuttavuus on jaettu tutkimuksen tuloksissa kolmeen alakategoriaan. Nämä kategoriat ovat sosiaalisen median vaikutus arjen valintoihin, sosiaalisen median vaikutus kehon muutokseen ja sosiaalisen median vaikutus ajatukseen omasta kehoihanteesta.

Valtaosa miesvastaajista koki, että sosiaalisen media on vaikuttanut omaan kulutuskäyttäytymiseen ja valintoihin arjessa. Vastauksista ilmeni, että sosiaalinen media kannusti miehiä terveellisiin elämäntapoihin, kuten ruoanlaittoon ja liikuntaan. Osa vastaajista oli löytänyt uuden harrastuksen sosiaalisen median innoittamana. Vastaajat kertoivat seuraavansa muotia ja viimeisimpiä tyyli-suuntauksia sosiaalisen median avulla, ja tätä kautta sillä oli vaikutusta heidän ostokäyttäytymiseensä. Vain harva vastaaja oli sitä mieltä, että sosiaalisella medialla ei olisi lainkaan vaikutusta arjen valintoihin.

“Somevaikuttaja innoitti minut menemään kuntosalille, josta tuli minulle päivittäinen harrastus.” (M)

“Somessa näkee mikä on muodissa nyt, joten pukeutumiseen vaikuttaa.” (M)



Kaavio 3. Sosiaalisen median vaikutus arjenvalintoihin

Kehoon muutoksia olisi halunnut yli puolet miesvastaajista. Vastaajat kuvasivat toiveitaan omaan kehon muutokseen esimerkiksi ilmauksilla lisää pituutta ja lisää lihaksia. Osa vastaajista harrasti tavoitteellista liikuntaa, jonka johdosta he halusivat kasvattaa lihaksia suoriutuakseen paremmin urheilussa. Suurin osa kuitenkin koki, että ovat tyytyväisiä ulkonäkönsä, eikä muutoksilla olisi suurta vaikutusta heidän kehotyytyväisyyteensä.

“Lihasta haluaisin kasvattaa, jotta olisin vahvempi, nopeampi, räjähtävämpi ja pärjäisin urheilussa entistä paremmin” (M)

Miehet kuvasivat omaa kehoideaaliaan lihaksikkaaksi, laihaksi ja maskuliiniseksi. Maskuliiniset piirteet kehoihanteena olivat vastauksissa enemmistössä. Femiiniset piirteet, liian lyhyt pituus ja lihaskunto koettiin asioiksi, joita haluttiin muuttaa omaa kehoideaaliaan tavoiteltaessa.

“En ole niin maskuliininen kuin haluaisin olla.” (M)

6.3 Seurakuntien toiminta ja kehittäminen

Kukaan vastaajista ei ollut kokenut kiusaamista eri seurakuntien nuorisotyön toiminnoissa. Enemmistölle vastaajista oli annettu kehorauha. Seurakuntien toiminta näyttäytyi nuorille turvallisena ympäristönä. Yli puolet vastaajista tunnisti tarpeen seurakunnan nuorisotyön kehittämiseksi kehorauhan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyvistä aiheista. Alle puolet vastaajista eivät tunnistanee tarvetta seurakunnan nuorisotyön kehittämiseksi. Vähemmistö vastaajista ei osannut sanoa olisiko seurakuntien nuorisotyössä tarvetta kehittämiseksi vai ei. Vastaajat puolsivat eniten kehojen monimuotoisuutta painottavaa kehittämistyötä. Kehorauhaan ja kiusaamiseen liittyvän kehittämistyön kannatus jakautui melko tasaisesti, mutta kiusaamiseen liittyviin aiheisiin nähtiin vähiten tarvetta.

“Joo. Etenkin se mikä tavallaan lasketaan kehonrauhan rikkomiseksi tai toisen sopimattomaksi koskemiseksi ja milloin pitäisi asiasta puhua jne. Harva uskoo olevansa ”tarpeeksi hyvä” uhri.” (N)

“Kyllä. Laihdutuskulttuurin käsitteleminen. Myös esimerkiksi lihavuuteen liittyvää huumoria olisi hyvä kitkeä mahdollisimman paljon.” (M)

”Kyllä, varsinkin aihetta, jossa kerrotaan, että sosiaalisen median kuvat eivät kaikki ole aitoja.” (N)

“Kyllä. Varsinkin ripari ja isostoiminnassa mielestäni on tärkeää puhua näistä asioista ylipäättään enemmän. Muistuttaa nuoria, että kaikki on täydellisiä täysin omana itsenään” (M)

”Kyllä, kehorauhaan liittyviä sekä kauneushanteisiin liittyviä asioita.” (N)

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksessa tehdyn verkkokyselyn vastaukset osoittivat, että sosiaalisen median suorat vaikutukset nuorten miesten kehonkuvaan olivat vähäiset. Kyselyyn osallistuneiden vastauksista kävi ilmi, että ne vastaajat, jotka kokivat sosiaalisen median vaikutukset negatiivisina, näkivät itsessään valmiiksi enemmän kehitettäviä osia kuin ne, jotka näkivät sosiaalisen median vaikutukset positiivisina.

Tutkimustulosten perusteella tulimme siihen johtopäätökseen, että nuorten miesten itsetunto liittyy vahvasti siihen, miten he kokevat sosiaalisen median vaikutukset itseensä. Huonon itsetunnon omaava, itseänsä muihin vertaileva nuori voi kokea sosiaalisen median negatiivista ajattelua vahvistavana ympäristönä, kun taas hyvällä itsetunnolla varustettu nuori voi kokea sosiaalisen median positiivisena.

Enemmistö tutkimuksemme miesvastaajista rakensi maskuliinisiin piirteisiin pohjautuvaa miehisyyttä. Maskuliiniset piirteet nähtiin tavoiteltavina toisin kuin feminiiniset piirteet. Osa vastaajista koki riittämättömyyden ja tyytymättömyyden tunteita, koska oma kehonkuva ei vastannut maskuliiniseksi miellettyjä kehonkuvan piirteitä.

Sosiaalisella medially oli eniten vaikutusta miesvastaajien arjen valintoihin. Arjen valinnat liittyivät pukeutumiseen, harrastuksiin, ruoanlaittoon ja liikuntaan. Vaikutukset arjen valintoihin koettiin pääasiassa positiivisina vaikutuksina ja ne paransivat vastaajien elämänlaatua. Sosiaalisen median vaikuttajien merkitys korostui nuorten vastauksissa.

Tutkimuksen perusteella nuoret kokivat seurakuntatoiminnan jo valmiiksi turvallisenä ympäristönä. Toiminnan kehittämiseksi nähtiin kuitenkin tarvetta. Kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyvät aiheet koettiin keskustelun arvoisiksi kirkon nuorisotyössä.

8 POHDINTA

8.1 Eettisyys ja luotettavuus

Suomessa tutkijaa ohjaavat kaikilla tieteen aloilla ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet. Periaatteiden mukaan tutkijan tulee kunnioittaa tutkittavien ihmisarvoa, itsemääräämisoikeutta, aineetonta ja aineellista kulttuuriperintöä sekä luonnon moninaisuutta. Tutkimuksesta ei saa aiheutua merkittäviä riskejä, vahinkoja tai haittoja tutkittavana oleville. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, s. 7.) Opinnäytetyön alusta lähtien meille oli selvää, että halusimme tehdä opinnäytetyömme tuomaan nuorten miesten ääntä kuuluviin. Halusimme tuoda nuorten aidon äänen esille, kuitenkin loukkaamatta heidän yksityisyytään tai leimaamatta yksilöä tai ihmisryhmää. Aiheemme oli nuorille hyvin henkilökohtainen ja herkkä, jolloin eettisyyden pohdinta oli entistä korostuneempaa.

Tutkijoina esitimme itsellemme kysymyksiä siitä, mitä on otettava huomioon erityisesti silloin, kun tehdään miehiin liittyvää sukupuolitietoista tutkimusta. Haastoimme kriittisesti itseämme ja toisiamme pohtimaan, miten meidän oma sukupuoliemme, ikämme, luokkataustamme ja kokemuksemme vaikuttaa tutkimuksen tiedontuotantoon, ennako-oletuksiin ja tehtyihin havaintoihin. (Aho ym., 2021, s. 8.) Pyrimme koko prosessin ajan olemaan tietoisia omista ennako-oletuksistamme. Ennako-oletusten tiedostaminen on meille tärkeää. Näin varmistamme, etteivät oletukset ohjaa tutkimuksen tekoa tiettyyn suuntaan.

Verkkokyselyyn osallistuminen oli vapaaehtoista, eikä sen keskeyttämisestä koinut negatiivisia vaikutuksia osallistujille. Kaikki kyselystä kerätty aineisto käsiteltiin nimettömänä, eikä kyselyyn osallistuneita voitu tunnistaa materiaalista. Tutkimusaineistoa ei käsitelty kukaan muu, kuin opinnäytetyöryhmä. Kyselyn alussa oli selvennettyä vastaajille tutkimuksen pääteemat ja kerroimme

selväsanaisesti vastaajien anonymiteetin suojasta. Tarkoituksenamme oli luoda luotettavuutta tutkijoiden ja tutkittavien välillä.

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikutti, ymmärsikö haastateltavat kyselyn kysymykset oikein. Monivalintakysymysten lisäksi kyselyssä oli avoimia kysymyksiä, joissa haastateltavat sai oman persoonallisen äänensä esille. Laatiessamme kysymyksiä kiinnitimme huomiota sanamuotoihin, pituuteen, yksiselitteisyyteen ja siihen, että kysymykset eivät olisi suuntaan tai toiseen johdattelevia. Kysymyksiä rakennettiin tutkimuksen tavoitteiden ja tutkimusongelmien mukaisesti, jotka olivat jäsentyneet yhteistyötahon kysymysten, kirjallisuuden ja aikaisempien tutkimuksien pohjalta. Kysymysten tekemisessä ja muotoilemisessa olimme huolellisia, sillä kysymykset luovat perustan tutkimuksen onnistumiselle. (Valli, 2018, luku Aineistonkeruu kyselylomakkeella.) Tutkimus kohdennettiin pieneen määrään nuoria, sillä tarkoitus ei ollut tehdä laajoja päätelmiä vaan kuvata, vertailla ja ymmärtää nuorten omia kokemuksia sosiaalisen median vaikutuksista.

Käsittelimme kerättyä tutkimusaineistoa mahdollisimman objektiivisesti. Aineiston analyysissä otimme huomioon kaikki mahdolliset näkökulmat tutkimastamme ilmiöstä, riippumatta siitä, tukivatko ne omia ennakko-oletuksiamme. Ymmärsimme, että kaikki muodostamamme ryhmät ja kategoriat syntyivät omien valintojemme ja tulkintojemme kautta. Halusimme esittää autenttiset tulokset ja varoa yleistyksiä. Aineistosta tehtävien tulkintojen tukena käytimme joitakin suoria lainauksia nuorten vastauksista nimettöminä. Kyselymme vastausmäärän johdosta onnistuimme tuomaan yksilöiden äänen esille analyysi- ja tulostavaiheessa.

Teimme tutkimusta poikkeuksellisessa yhteiskunnallisessa tilanteessa Covid-19 pandemian aikana. Tänä aikana kirkon nuorisotyön toimintaa järjestettiin vain verkossa. Voimassa olleiden rajoitusten takia koimme vastuulliseksi kerätä tutkimusaineistoa ilman lähikontaktia, vaikka alun perin olimme suunnitelleet ryhmähaastatteluja. Vähäisten vastausten takia keräsimme materiaalia myös muilta seurakunnilta ja koululta. Huomasimme lähettäessä kyselyä seurakuntiin ja kouluun, että aiheesta on aitoa kiinnostusta. Koimme, että kyselyn lähettäminen muualle on rikastanut opinnäytetyötä.

8.2 Yhteiskehittäminen

Kehityskeskustelun kävimme Keravan seurakunnan nuorisotyöntekijöiden kanssa. Esitimme PowerPoint-esityksen muodossa opinnäytetyömme aihepiiriä ja tutkimustuloksia. Tilaisuuteen suunnitelimme aihepiiriin liittyviä dialogisia vaiheita, jotka virittivät nuorisotyöntekijöitä kehittämiseen. Keskusteluissa pohdittiin sosiaalisen median moniulotteisesta roolia nuorten kasvuympäristönä suhteessa resursseihin, joilla suunnitellaan sekä toteutetaan seurakunnan nuorisotyötä.

Esitimme kehittämistarpeen, joka syntyi tutkimustulostemme pohjalta. Tutkimusessamme yli puolet nuorista oli sitä mieltä, että kehorauhaa, kehojen monimuotoisuutta ja kiusaamista tulisi käsitellä enemmän kirkon nuorisotyön toiminnoissa. Yhteiskeskusteluissa syntyi ajatus materiaalipaketista, jonka voisi suunnitella ja toteuttaa uutena opinnäytetyönä Keravan seurakunnan nuorisotyön toiminnassa. Materiaalipaketissa käsiteltäisiin ulkonäköpaineisiin, kehonkuvaan ja mediakasvatukseen liittyviä teemoja kristillisestä näkökulmasta.

Opinnäytetyötutkimuksen perusteella syntynyt idea materiaalipaketista herätti kiinnostusta kyselyä mainostaneiden seurakuntien ja koulun välillä, josta ilmeni, että materiaalipaketilla voisi olla laaja-alaisemmin käyttöä. Materiaalipakettia voisi soveltaa käyttöön lasten ja nuorten parissa tehtävään evankelis-luterilaiseen kasvatustyöhön, kuten koulujen uskonnonopetukseen sekä monipuolisesti seurakuntien lapsi- ja nuorisotyöhön. Lähetämme opinnäytetyömme luettavaksi yhteistyökumppanille ja opinnäytetyöprosessin mukana olleille työelämän kontakteille.

8.3 Ammatillinen kasvu

Pohdimme omaa ammatillista kasvuamme sosiaalialan osaamisvaatimuksia eli kompetensseja hyödyntäen. Sosionomeina ja kirkon nuorisotyön ohjaajina käsitelimme nuoren psykologista kasvua ja kasvuympäristöjä sekä sosionomin, että kirkon työntekijän näkökulmasta. Hengellisyyden, kristillisen kasvatuksen ja

seurakunnan tarjoaman yhteisön merkityksen tutkiminen nuoren kehitykselle laajensi kirkollista osaamistamme. Opinnäytetyöprosessi on syventänyt osaamistamme yksilön kasvun ja kehityksen ymmärtämisessä sekä erilaisten kasvuympäristöjen riskitekijöiden ja suojaavien vaikutusten tunnistamisessa. Nuoren kasvuun ja kehitykseen vaikuttavien tekijöiden tunnistaminen auttaa ennalta ehkäisevän ja varhaisen tukemisen työn tarpeen tunnistamisessa. (Diak, i.a.)

Tarkastelimme ilmiötä tutkijan näkökulmasta läpi opinnäytetyön. Käytimme lähdemateriaaleja mahdollisimman monipuolisesti ja objektiivisesti, jotta kerätystä teorian tiedosta ei tulisi yksipuolista. Hyödynsimme ajankohtaisia sekä kansainvälisiä lähteitä. Tavoitteenamme oli ymmärtää ja tehdä tutkimuksesta mahdollisimman kokonaisvaltainen tutkimusohjeiden mukaisesti. Pyrkisimme siihen, että tutkimuskysymykset, teoreettinen viitekehys, aineisto sekä aineistonkeruu- ja analyysimetodi olisivat toteutettu tutkimuksen kannalta mahdollisimman laadukkaasti ja pätevästi, niin että eri opinnäytetyön osa-alueet olisivat mahdollisimman yhteneväisiä ja tutkimukselliset ratkaisut perusteltuja. Teoreettista viitekehystä kootessa ja tutkimusta tehdessä kehityimme tiedonharkkijoina sekä tutkimuksen tekijöinä erittäin paljon. (Diak, i.a.)

Syvensimme ymmärrystämme sosiaalisen median roolista yhtenä nuorten kasvuympäristöistä. Opinnäytetyöprosessin aikana olemme laajasti pohtineet verkossa tehtävän nuorisotyön merkitystä nuorille. Verkossa tehtävä työ parantaa nuorten turvallisuutta ja kehittää moninaisuutta hyväksyviä yhteisöjä. On tärkeää, että nuorisotyön mediakasvatuksessa otetaan huomioon kriittinen suhtautuminen sosiaalisen median sisältöihin ja hyväksyttäviin käytösmalleihin eri alustoilla. Tämä edesauttaa nuorten sisällönkulutuksen ja omien sosiaalisen median yhteisöjen turvallisuutta. Nuorisotyöntekijöiden oma viestintä- ja mediaosaaminen ja sen säännöllinen päivittäminen on tärkeää, sillä sosiaalisen median trendit ovat nopeasti muuttuvia. (Diak, i.a.) Koemme, että myös seurakuntatyössä tulee entistä enemmän ottaa huomioon sosiaalinen media yhtenä nuorten elämään vaikuttavana osa-alueena ja edelleen kehittää sosiaalisen median yhteisöjä ja niiden sisällä tehtävää työtä.

Tutkimustuloksissamme enemmistö nuorista miehistä kuvaili omaa kehoideaaliaan maskuliiniseksi, kun taas feminiiniset piirteet koettiin asioiksi, joita haluttiin muuttaa omaa kehoideaaliaan tavoiteltaessa. Kiinnostavaa olisikin selvittää, kuinka paljon perinteiseen maskuliinisuuteen rakentuvat miehenä olemisen käsitykset vaikuttavat siihen, millaisia tapoja miesvastaajamme olivat omaksuneet ja kuinka se vaikutti tapaan, jolla he itsensä näkivät. Tulevina nuorisotyön ammattilaisina ajattelemme, että nuoren miehen kasvun ja kehityksen tukeminen on tärkeää. Nuorisotyöntekijän tulisi huomioida, että miehenä elämisen ja olemisen moninaisuudella tulee antaa tilaa. Nuoria tulisi tukea ja ohjata näkemään monenlaiset kehonpiirteet itsessään arvokkaina. (Diak, i.a.)

Työskennellessämme olemme käsitelleet yhteiskunnassa vallitsevia asenteita ja sukupuoleen liittyviä roolijakoja, sekä reflektoineet niitä kriittisesti ammattinäkökulmasta. Vallitsevien asenteiden ja sukupuoliin liittyvien normitusten tunnistaminen sekä kirkon työssä, että muussa nuorisotyössä auttaa kehittämään asiakastyön kenttää edelleen tasa-arvoisemmaksi ja moninaisuutta hyväksyväksi. (Diak, i.a.) Nuorten kanssa on tärkeää puhua niin kouluissa, kuin seurakunnan toiminnassa kehojen monimuotoisuuteen, kehorauhaan ja kiusaamiseen liittyvistä aiheista.

Ajankohtainen keskustelu digitaalisen nuorisotyön rahoituksesta lisäsi ymmärtämme rakenteellisen kirjaamisen tärkeydestä (Ekström, 19.10.2021). Pelkkä kenttätyön tekeminen ei riitä, vaikka toiminta olisi vakiintunutta, ellei päättäjät ole tietoisia työn ajankohtaisuudesta ja sen merkityksestä asiakaskunnalle. Rahoitusta jakaessa tehdään usein vaikeitakin päätöksiä ja vajavainen tietoisuus lisää riskiä leikkauksista tai rahoituksen lakkauttamisesta. Tutkimuksemme pohjalta, ja tulevina nuorisotyön ammattilaisina toteamme, että kirkon digitaalisesta työstä ei tulisi leikata varoja, vaan päinvastoin sen kehittämiseen, ylläpitoon ja henkilökunnan koulutukseen tulisi kohdentaa entistä enemmän rahaa. Digitalisoitumisen kulttuuriset ja yhteiskunnalliset vaikutukset vaativat nuorisotyöltä kykyä vastata muuttuneen kulttuurin haasteisiin. Nuorisokulttuurin muutoksissa mukana pysyminen onkin yksi nuorisotyön olennaisimpia sisältöjä. (Eriksson & Tuuva-Hongisto 2019, 34, 36.)

Yhteiskehittäminen Keravan seurakunnan kanssa tapahtui avoimessa dialogissa, jonka myötä, niin me opiskelijat kuin työntekijät opimme toisiltamme. Ammatillista kasvua laajentaaksemme pyysimme palautetta toiminnastamme. Yhteistyöhömmme oltiin hyvin tyytyväisiä. Tutkimustamme ja työelämälähtöistä kehitysideaa pidettiin ajankohtaisena sekä nuorten hyvinvoinnin kannalta merkityksellisenä asiana viedä eteenpäin. Sosionomin ja kirkon nuorisotyöntekijän on tärkeä ymmärtää oman ihmiskäsityksensä ja arvomaailmansa merkityksen asiakastyössä, etenkin kun asiakkaina ovat herkässä kasvuiässä olevat nuoret. (Diak, i.a.)

Sosiaalisen median ja miesten suhdetta olisi hyvä tehdä laajempi tutkimus länsimaalaisessa kontekstissa. Myös eri ikäryhmiä vertaileva tutkimus olisi tarpeen, sillä digiajassa kasvavat nuoret voivat kokea sosiaalisen median vaikutukset eri tavalla, kuin niiden sukupolvien miehet, joiden elämään sosiaalinen media on tullut vasta myöhemmin. Mediakasvatus ja ymmärryksen lisääminen sosiaalisen median sisällön autenttisuuden kriittisestä tarkastelusta hyödyttäisi monia eri ikäryhmiä.

Sosiaalisen median alustoilla on nähtävissä ilmiö, jossa nuoret käyttäjät tuovat yhä enemmän esille omien kehojensa monimuotoisuutta. Nuoret nostavat julkaisuissaan esille niitä puolia itsestään, joissa tunnetasolla on aikaisemmin kokenut oman kehonsa huonoksi, riittämättömäksi tai häpeälliseksi. Tätä ilmiötä kutsutaan kehopositiivisuudeksi. Kehopositiivisuutta välittävää sisältöä on tälläkin hetkellä tarjolla paljon, mutta useimmiten se on suunnattu naisille. Kehopositiivisuutta välittäviä miespuolisia somevaikuttajia tarvittaisiin enemmän, jotta sisällöt tavoittaisivat myös nuoret miehet. Kehopositiivinen sisältö normalisoi erilaisia kehoja, tarjoaa vertaistukea nuorille miehille, jotka potevat huonoa itsetuntoa omasta kehonkuvastaan ja tarjoaa mahdollisuuden muodostaa itselleen terveempää kehonkuvaa.

Toteutimme työtä vahvassa vuorovaikutuksessa ja hyvässä ilmapiirissä jäsenemme kesken. Tiimimme sopeutui hyvin muuttuviin tilanteisiin ja keskinäinen kommunikointimme sujui vaikeissakin paikoissa. Muodostimme arvoja, jotka toimisivat työskentelymme pohjana ja joihin tarvittaessa palasimme. Yhtenä arvona

oli pyrkimys saada asioita aikaiseksi ilman kiireen tunnetta. Tämä näkyi työnajan-kohtien ja työtehtävien ennalta suunnitteluna sekä siinä, että meillä oli aikaa ja tilaa oppimiselle sekä toisillemme. Toisena keskeisenä arvona oli jäsentemme välinen ammatillinen vuorovaikutus. Annoimme toisillemme mahdollisuuden kokea kyvykkyyden tunteita, kun oli aiheellista korostaa kunkin omaa kehittymistä. Tarvittaessa osasimme antaa toisillemme rakentavaa palautetta.

Keskustelimme paljon sosiaalisesta mediasta, sen vaikutuksista ja siitä miten siihen liittyvät ilmiöt tulee ottaa huomioon myös tulevan ammattimme puolesta. Ryhmämme jäsenet olivat sitoutuneita ja aidosti valmiita tunnistamaan ja edistämään toimintatapoja, joilla voidaan vaikuttaa nuorten hyvinvoinnin edistämiseen ja syrjäytymisen ehkäisemiseen. (Diak, i.a.) Tutkimusprosessin työnkäänteet ovat opettaneet meille itsemyötätuntoa, minkä näemmä yhtenä keskeisimpänä voimavarana prosessin aikana kehittyneessä ammatillisessa kasvussamme. Oivalsimme, että meidän ryhmämme jäsenten ajatusten ja ratkaisujen ei tarvitse olla saman tien valtavan kirkkaita, vaan kysymys on enemmänkin pitkäjänteisestä ja lannistumattomasta pyrkimyksestä oppia, kuunnella ohjeita, muokata ja viimeistellä mahdollisimman laadukas opinnäytetyö.

LÄHTEET

- Aho, T., Nieminen, J., & Salo, A. (2021). Miestutkimuksen metodologiaa. Vastapaino.
- Ahonen, T., Lyytinen, H., Lyytinen P., Nurmi, J-E., Pulkkilä, L. & Ruoppila, R. (2014). Ihmisen psykologinen kehitys. Jyväskylä: P-S-kustannus
- Allianssi ry, (2021). Pelaaminen ja sosiaalinen media. Saatavilla 20.10.2021 <https://nuorisotyosta.fi/pelaaminen-ja-sosiaalinen-media/>
- Berg, P. & Myllyniemi, S. (toim.) (2021). Palvelu pelaa! Nuorisobarometri 2020. Valtion nuorisoneuvoston julkaisuja. Saatavilla 3.10.2021 <https://tietoanuurista.fi/wp-content/uploads/2021/03/nuorisobarometri-2020-web.pdf>
- Burke, N., Schaffer, L. & Thompson, J. (2012). Body image. Teoksessa V. S Ramachandran (toim.), Encyclopedia of human behavior.
- Cacciatore, R., Korteniemi-Poikela, E.& Huovinen, M. Miten tuen lapsen ja nuoren itsetuntoa. WSOY (2008).
- Cash T. F. (2012). Cognitive-behavioral perspectives on body image. Teoksessa *Encyclopedia of body image and human appearance*. Academic Press.
- Diak. (i.a.). Osaamisvaatimukset: Sosionomi (AMK), Kirkon nuorisotyö. Saatavilla 22.10.2021 <https://www.diak.fi/opiskelu/opiskelijanpolku/opintojen-suorittaminen/arviointi/osaamisvaatimukset-sosionomi-amk-kirkon-nuorisotyo/#8ae4984d>
- Ekström, R. (2021). *Uhkaako digitaalinen nuorisotyö loppua kirkosta? - Peliympäristö voi olla koulukiusatulle ainoa turvallinen tapa kohdata muita nuoria*. Kirkko ja kaupunki. Saatavilla 20.10.2021 <https://www.kirkkojakaupunki.fi/-/uhkaako-digitaalinen-nuorisotyloppua-kirkosta-videopeliymparisto-voi-olla-koulukiusatulle-ainoa-turvallinen-tapa-kohdata-muita-nuoria-#6f78e330>
- Eriksson, S. & Tuuva-Hongisto, S. (2019). *Nuorisotyön digitalisaatio 2030*. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Saatavilla 20.10.2021 <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/261063/URNISBN9789523441927.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Gültzow, T., Guidry, J., Schneider, F., & Hoving, C. 2020. *Male Body Image Portrayals on Instagram. Cyberpsychology, behavior, and social networking*. Volume 23, Number 5, 2020. Saatavilla 10.4.2021 <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/cyber.2019.0368>
- Haasio, A. (2016). *Koukussa nettiin: Lapset, nuoret ja verkon vaarat*. Helsinki: Avain.
- Hintikka, K. (2008). *Sosiaalinen media. Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali*. Jyväskylän Yliopisto. Saatavilla 6.4.2021 <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>
- Huttunen, T. (2014). Mitä on verkkonuurisotyö?. Teoksessa H. Lauha, & L. Tuuttila (toim.), *Verkko nuorisotyössä: Nuorisotyö verkossa (15–19)*. Verke. https://www.verke.org/uploads/2021/01/8d92cda0-verkko-nuurisotyossa-nuurisotyö-verkossa_verke.pdf
- Huuki, T., Kivijärvi, A., & Lunabba, H. (toim.). (2018). *Poikatu tutkimus*. Nuorisotutkimusseura. Tampere: Vastapaino Oy.
- Huusko, M. & Paloniemi, S. (2006). *Fenomenografia laadullisena tutkimussuuntauksena kasvatustieteissä*. Jyväskylä. Koulutuksen tutkimuslaitos.
- Hytönen, M. (2021). *Kuinka käy kristillisen kasvatuksen?* Kirkon tutkimuskeskus. Saatavilla 19.10.2021 <https://evl.fi/documents/1327140/45652999/Crux+kasvatus.pdf/0e27e41c-18e9-7373-a782-b376e3a80295?t=1616486017176>
- Isoja ihmeitä – isostoiminnan linjaus 2016. Suomen ev.-lut. kirkon julkaisuja 43. *Kirkon kasvatus ja perheasiat*. Kirkkohallitus. Helsinki 2016. Saatavilla 27.8.2021 [https://evl.fi/documents/1327140/39461555/Isoja+ihmeitä%20C3%A4+-+Isostoiminnan+linjaus+2016.pdf/2f33ba1b-73cf-5d5e-abba-dea671c432ef?t=1554449409000](https://evl.fi/documents/1327140/39461555/Isoja+ihmeita%20C3%A4+-+Isostoiminnan+linjaus+2016.pdf/2f33ba1b-73cf-5d5e-abba-dea671c432ef?t=1554449409000)
- J. Suominen, S. Östman, P. Saarikoski & R. Turtiainen. (2013). *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Keltikangas-Järvinen, L. *Hyvä itsetunto*. Werner Söderström osakeyhtiö. (2017). Saatavilla 9.9.2021 <https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=3IYvDwAAQ-BAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=mit%C3%A4+on+itsetunto&ots=s7KMY>

- M6avB&sig=gBv1cwDNf2eHkOcRKxSEnK3hPik&re-
dir_esc=y#v=onepage&q=mit%C3%A4%20on%20itsetunto&f=false
- Kenttä, N., & Norrlin, K. (2021). *Vitun ruma*. Helsinki: Into Kustannus Oy
- Keravan seurakunta. (i.a.). *Seurakunta lyhyesti*. Saatavilla 4.10.2021
<https://www.keravanseurakunta.fi/seurakunta-lyhyesti>
- Keravan seurakunta. (10.12.2020). *Strategia*. Saatavilla 4.10.2021
<https://www.keravanseurakunta.fi/strategia>
- Kirkkohallitus. (18.5.2020). *Nuorisotyönohjaajan ydinosaamiskuvaus*. Saatavilla
25.10.2021 [https://evl.fi/documents/1327140/43561565/Nuorisoty-
onohjaajan_ydinosaamiskuvaus_2020_pdf/94ba3786-accb-
1346-dbaa-5c189ec753ba?t=1596644157216](https://evl.fi/documents/1327140/43561565/Nuorisoty-
onohjaajan_ydinosaamiskuvaus_2020_pdf/94ba3786-accb-
1346-dbaa-5c189ec753ba?t=1596644157216)
- Kirkon keskusteluapu. (i.a.). *Keskusteluapua nuorille ja koululaisille*. Saatavilla
19.10.2021 <https://evl.fi/kirkonkeskusteluapu/nuorille>
- Kormilainen, V., Ahonen, J., & Ijäs, J. (2016). *Somempi seurakunta. Sosiaalisen
median opas*. Viro: Tallinna Raamatrikikoda.
- Kosola, S., Moisala, M. & Ruokonieniemi, P. (toim.). (2019). *Lapset, nuoret ja äly-
laitteet – taiten tasapainoon*. Helsinki: Duodecim.
- Kukkonen, I., Pajunen, T., Sarpila, O. & Åberg, E. (2019). *Ulkonäköyhteiskunta.
Ulkoinen olemus pääomana 2000-luvun Suomessa*. Helsinki: Into.
- Lasten ja nuorten säätiö. (2021). *Unelmien some: Mitä nuoret toivovat tulevai-
suuden sosiaaliselta medialta*. Saatavilla 15.10.2021
<https://www.nuori.fi/unelmien-some-2021/>
- Lauha, H., & Tuominen, S. (toim.). (2016). *Kohti digitaalista nuorisotyötä*. Verke.
Saatavilla 25.10.2021
[https://www.verke.org/uploads/2021/01/b75408c1-kohti-digitaalista-
nuorisotyota-verke.pdf](https://www.verke.org/uploads/2021/01/b75408c1-kohti-digitaalista-
nuorisotyota-verke.pdf)
- Mannerheimin lastensuojeluliitto. (12.3.2021). *Lapsi sosiaalisessa mediassa*.
Saatavilla 1.10.2021 [https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiper-
heen-elamasta/lapset-ja-media/lapsi-sosiaalisessa-mediassa/](https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiper-
heen-elamasta/lapset-ja-media/lapsi-sosiaalisessa-mediassa/)
- Martikainen, L. (2015). *Mitä se sulle kuuluu? Nuoren elämän valinnat punta-
rissa*. Tallinn: United Press Global.
- Mediakasvatusseura. (i.a.) *Mediakasvatus*. Saatavilla 15.10.2021 [https://media-
kasvatus.fi/mediakasvatus/](https://media-
kasvatus.fi/mediakasvatus/)

- Medical News Today. Articles. (i.a.-a). *Positive body image*. Saatavilla 5.10.2021 <https://www.medicalnewstoday.com/articles/249190#positive-body-image>
- Medical News Today. Articles. (i.a.-b). *Negative body image*. Saatavilla 5.10.2021 <https://www.medicalnewstoday.com/articles/249190#negative-body-image>
- National eating disorders. (i.a.) *Body image & eating disorders*. Saatavilla 5.10.2021 <https://www.nationaleatingdisorders.org/body-image-eating-disorders>
- Niikko, A. (2003). *Fenomenografia kasvatustieteellisessä tutkimuksessa*. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Nurmi, J-E. (2006). *Ihmisen psykologinen kehitys*. PS-Kustannus.
- Nuori kirkko. (2017). *Identiteetin ja spiritualiteetin tukeminen*. Toimintasuunnitelma 2017. Saatavilla 19.10.2021 <https://docplayer.fi/33974247-Johdanto-nuori-kirkko-tukee-lasten-varhaisnuorten-ja-nuorten-kasvua-ja-osallisuutta-1-1-lasten-ja-nuorten-osallisuus-vahvistuu.html>
- Peda. (i.a.). *Likert*. Saatavilla 5.10.2021 <https://peda.net/ohjeet/ty%C3%B6v%C3%A4lineet/lomake/likert>
- Peltola, A. (2.6.2020). Kehonkuva "selfie" -kulttuurin keskellä. Mediakasvatusseura. <https://mediakasvatus.fi/puheenvuoro/2020/06/kehonkuva-selfie-kulttuurin-keskella/>
- Perälä, M. (2020). *Nuoret ja omatoimikirjastot: opas kohtaamiseen. Nuoret ja omatoimikirjastot -hanke 2019–2020*. Alueellinen kehittämistehtävä. Kuopio. Saatavilla 15.10.2021. <https://savonake.fi/wp-content/uploads/2021/01/Nuoret-ja-omatoimikirjastotopas-kohtaamiseen.pdf>
- Ping Helsinki. (15.05.2019). *Miten 25-vuotiaat luottavat somevaikuttajien enemmän kuin perinteiseen mainontaan*. <https://pinghelsinki.fi/miten-vaikuttaja-vaikuttaa-tutkimus/> Saatavilla 25.10.2021
- Pullinen, J. (2019). *Mitä meille tapahtui?: näin internet ja sosiaalinen media muuttivat elämämme*. Helsinki: HS-Kirjat.
- Pönkä, H. (05.10.2020). Algoritmit ja kuplat – voiko somesta enää löytyä kultajyviä? [Oivallus-Webinaari]. Mediakasvatuskeskus Metka.

<https://www.slideshare.net/hponka/algoritmit-ja-kuplat-voiko-so-mesta-en-lyt-kultajyvi>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. (2006). *KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. Saatavilla 25.10.2021 https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html

Suomen evankelisluterilainen kirkko. (2012) Nuoret seurakuntalaisina. Saatavilla 5.4.2021.

<https://evl.fi/documents/1327140/51750376/Nuoret+seurakuntalaisina+-kehitt%C3%A4misasiakirja.pdf/2bbd7ddc-10c1-8290-d1b1-dd812bfb48ec?t=1558512820000>

Suomen evankelisluterilaisen kirkon kasvatuksen linjaus. (2015). Saatavilla 5.4.2021 [https://evl.fi/docu-](https://evl.fi/documents/1327140/39461555/Meid%C3%A4n+kirkko+-+Kasvamme+yhdess%C3%A4.pdf/0dafb081-00f0-f8ac-34d2-4b8e67ed420f?t=1534231086000)

[ments/1327140/39461555/Meid%C3%A4n+kirkko+-+Kasvamme+yhdess%C3%A4.pdf/0dafb081-00f0-f8ac-34d2-4b8e67ed420f?t=1534231086000](https://evl.fi/documents/1327140/39461555/Meid%C3%A4n+kirkko+-+Kasvamme+yhdess%C3%A4.pdf/0dafb081-00f0-f8ac-34d2-4b8e67ed420f?t=1534231086000)

Suomen evankelisluterilaisen kirkon strategia vuoteen 2026. Saatavilla 5.10.2021 <https://evl.fi/documents/1327140/52567038/Ev.lut.kirkko-strategia.pdf/9fb95410-78a0-6ace-a331-aa2c31b869c5?t=1600781363026>

Suomen teologinen opisto (i.a.). *Identiteetin etsiminen - yksilökeskeistä, rajatonta ja juuretonta?* Saatavilla 19.10.2021

<https://www.teologinenopisto.fi/blogi/kuka-mina-olen-artikkelisarja-id/identiteetin-etsiminen-yksilokes/>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. (2020). Helsinki: Tilastokeskus. Saatavilla

6.4.2021: http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html

Suuri ihme – rippikoulusuunnitelma 2017. (2017). Suomen ev.-lut. kirkon julkaisu 60. Helsinki. Saatavilla 12.4.2021

<https://evl.fi/documents/1327140/39461555/Suuri+Ihme+-+Rippikoulusuunnitelma+2017/758d0926-f7b9-3e63-bc2b-93ffaab30f90>

- Syömishäiriöliitto (i.a.). Kehonkuva, sukupuolinormit ja syömishäiriö. Saatavilla 5.10.2021 <https://syomishairioliitto.fi/blogi/kehonkuva-sukupuolinormit-ja-syomishairio>
- Teriö, L. (i.a.). Minäkäsitys ja itsetunto. Saatavilla 22.10.2021 <https://blogit.gradia.fi/psykaa/minakasitys-ja-itsetunto/>
- Tirri, K. (2007). Nuoren aikuisen spiritualiteetti. Saatavilla 19.10.2021 <https://teologia.fi/2007/01/nuoren-aikuisen-spiritualiteetti/>
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. (2019). *Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa*. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019. Helsinki. Saatavilla 25.10.2021 https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf
- Uski, S. (2016). *Minän esittäminen yhteisöpalveluissa: Profiilityöllä aitoutteen*. Psykologia-lehti. Saatavilla http://www.suviuski.com/uploads/3/8/2/6/38266563/psykologia16-05_lehti_min%C3%A4n_esitt%C3%A4minen.pdf
- Valli, R. (2018). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1: Metodien valinta ja aineistonkeruu: Virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Valtion nuorisoneuvosto, (2020). Tietoa nuorista. Nuorisobarometri 2020. Saatavilla 4.10.2021 <https://tietoanuorista.fi/nuorisobarometri/nuorisobarometri-2020/>
- Verke. (2019). Mitä nuorisotyön tulisi tietää? Havaintoja teknologisoituvasta maailmasta. Grano. https://www.verke.org/uploads/2021/01/07d257a7-mita-nuorisotyon-tulisi-tietaa-havaintoja-teknologisoituvasta-maailmasta-2019_verke.pdf
- Weissenfelt, J., Liukko, M., & Nisula, J. (2019). *Some ja nuoret 2019 - katsaus nuorten sosiaalisen median käytöstä*. Ebrand Group Oy. Saatavilla 15.10.2021 <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/>
- Yle Uutiset 22.6.2021. Miesten ulkonäköpaineet tiedetään, mutta niistä ei puhuta. Saatavilla 20.9.2021 https://yle.fi/uutiset/3-11987255?fbclid=IwAR3Fd0JT8_bq24iWQrgy2EzODVzxET449Ens_KxUQdFkt6j731GQwwyaEs

- Åberg, E., Koivula, A., & Kukkonen, I. (2020). *A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites*. *Telematics and Informatics* 46.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585319308111?via%3Dihub>
- Östman, S. (2015). *“Millasen päivytyksen tästä sais?”* Elämäjulkaisijuuden kulttuurinen omaksuminen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

LIITE 1.Kyselykysymykset

1.Minkä ikäinen olet?

15

16

17

18

19

20

Muu

2.Mikä on koettu sukupuolesi?

Mies

Nainen

Muu

En halua vastata

3.Arvioi kuinka monta tuntia päivässä käytät sosiaalista mediaa?

4.Minkä tyylistä sisältöä seuraat sosiaalisessa mediassa?

5.Seuraatko laihduttamiseen ja/tai kehonrakennukseen liittyviä kanavia tai alustoja sosiaalisessa mediassa?

6.Mitä laihduttamiseen ja/tai kehonrakennukseen liittyviä kanavia seuraat muussa mediassa (sarjat, lehdet)?

7.Olen tyytyväinen siihen, miltä tällä hetkellä näytän.

Täysin eri mieltä

Jonkin verran eri mieltä

Jonkin verran samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

8.Miksi olet/miksi et ole tyytyväinen? (Liittyen kysymykseen 7).

9.Kehossani tapahtuneet muutokset ovat vaikuttaneet käsitykseeni itsestäni.

Täysin eri mieltä

Jonkin verran eri mieltä

Jonkin verran samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

10.Mitkä asiat ovat vaikuttaneet? (Liittyen kysymykseen 9).

11.Haluaisin muuttaa jotain kehossani.

Täysin eri mieltä

Jonkin verran eri mieltä

Jonkin verran samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

12.Mitä haluaisit muuttaa? Miksi? (Liittyen kysymykseen 11).

13.Olen tuntenut tyytymättömyyttä kehooni vietettyäni aikaa sosiaalisessa mediassa.

Täysin eri mieltä

Jonkin verran eri mieltä

Jonkin verran samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

14.Mikä on vaikuttanut siihen? (Liittyen kysymykseen 13).

15.Olen kokenut painetta muuttaa itseäni vietettyäni aikaa sosiaalisessa mediassa.

Täysin eri mieltä

Jonkin verran eri mieltä

Jonkin verran samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

16.Millä tavoin olet muuttanut itseäsi? (Liittyen kysymykseen 15).

17.Onko ulkonäköäsi kommentoitu sosiaalisessa mediassa? Miten?

18.Sosiaalinen media on vaikuttanut valintoihini arjessa (esimerkiksi pukeutuminen, syöminen, urheilu).

Täysin eri mieltä

Jonkin verran eri mieltä

Jonkin verran samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

19.Mihin ja miten on vaikuttanut tai ollut vaikuttamatta? (Liittyen kysymykseen 17).

20.Haluaisitko, että koulun/seurakunnan toiminnassa käsiteltäisiin enemmän kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyviä aiheita? Jos vastasit kyllä, kerro mitä haluaisit käsiteltävän?

21.Vastaa seuraavaan kysymykseen, jos olet mukana seurakunnan toiminnassa.

Onko sinulle annettu kehorauha osallistuessasi seurakunnan toimintaan?

22.Vastaa seuraavaan kysymykseen, jos olet mukana seurakunnan toiminnassa.

Onko sinua kiusattu seurakunnan toiminnassa?

LIITE 2. Analyysiryhmät

Ryhmät, joissa kuvataan sitä, millä sanoin nuoret kuvailevat omaa kehoaan

Ryhmä	Nuoren kommentti
Stereotyyppinen maskuliinisuus Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 9 kpl	<i>“En ole niin maskuliininen kuin haluaisin olla. Kyseessä on laajalti piirteitä, joihin en kuitenkaan voi vaikuttaa ja olen suurinpiirtein sinut itseni kanssa. Joskus asia häiritsee kuitenkin enemmän.”</i> <i>“Perus- ja lihaskuntoa haluaisin kehittää hieman ulkonäkö tarkoituksissa mutta enemmän käytännöllisistä syistä (hyvää fyysistä kuntoa vaativa harrastus)”</i>
Näkevät oman kehonsa positiivisesti Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 12 kpl	<i>“Koen itseni hyväksi juuri sellaisena kuin olen”</i> <i>“Olen oppinut olemaan tyytyväinen itseeni, sillä se on kaikki, minkä olen päätellyt merkitsevän oikeasti.”</i>
Näkevät oman kehonsa negatiivisesti Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 4 kpl	<i>”en ole mielestäni tarpeeksi pieni / laiha”</i> <i>”vertailu somessa oleviin henkilöihin. tuntuu kun ei olisi tarpeeksi”</i>
Neutraali muutoshakuisuus Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 9 kpl	<i>“Lihasta haluaisin kasvattaa jotta olisin vahvempi nopeampi räjähtävämpi ja pärjäisin urheilussa entistä paremmin”</i> <i>“Aina on asioita joita haluaisin parantaa itsestäni myös ulkonäköön mutta olen kuitenkin tyytyväinen”</i>

Ryhmät, joissa nuoret kuvaavat omaa kehoihannettaan?

Ryhmä	Nuoren kommentti
Millainen on kehoideaali Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 9	<i>“Haluaisin olla kiinteämpi ja lihaksikkaampi”</i> <i>“Voisin olla laihempi”</i> <i>“En ole niin maskuliininen kuin haluaisin olla.”</i>
Oma kehonkuva vastaa ihannetta Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 2	<i>“Koen itseni hyväksi juuri sellaisena kuin olen”</i> <i>“Olen tyytyväinen itseeni, koska koen että muiden mielipiteillä ei ole väliä vain omalla”</i>
Oma kehonkuva ei vastaa kehoihannetta Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 14	<i>“Kehoni on mielestäni ihan kivan näköinen, mutta toisinaan pidän kasvojeni rumina.”</i> <i>“En ole mielestäni tarpeeksi pieni / laiha”</i> <i>“Hampaat suoraan. Vain hammas on vähän häiritsevän tuntuinen ja näköinen.”</i>

Ryhmät, joissa kuvataan sosiaalisen median vaikutuksia kehotyytyväisyyteen

Ryhmä	Nuoren kommentti
Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 3	<i>“Itsensä vertailu muihin ihmisiin ja muiden ihmisten kehoihin”</i> <i>“Vertailu somessa oleviin henkilöihin. Tuntuu kun ei olisi tarpeeksi”</i>
Sosiaalisen median positiiviset vaikutukset Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 1	<i>“Olen itsevarma kehostani ja muista ominaisuuksistani”</i>
Ei vaikutusta	<i>“Olen tyytyväinen itseeni, koska koen että muiden mielipiteillä ei ole väliä vain omalla”</i>

Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 8	<i>“Ei kiinnosta muide mielipide”</i>
---	---------------------------------------

Ryhmät, joilla kuvataan nuorten kehon muutospaineita

Ryhmä	Nuoren kommentti
Lieviä paineita kehon muutokseen Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 4	<i>“Silloin tällöin lenkkeily. Sosiaalisella medialla ei tosin siihen juurikaan vaikutusta.”</i> <i>“Käynyt salilla sekä urheillut”</i>
Ei paineita kehon muutokseen Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 9	<i>“Sen jälkee ku tuli äänen murros eipä oikee oo ollu mitään paineita ittestäni”</i> <i>“En nyt mitenkään hirveän merkittävästi”</i>

Ryhmät, joissa kuvataan sosiaalisen median vaikutusta nuorten arjen valintoihin

Ryhmä	Nuoren kommentti
Terveellisiin elämäntapoihin liittyvät sosiaalisen median vaikutukset Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5	<i>“Somevaikuttaja innoitti minut menemään kuntosalille, josta tuli minulle päivittäinen harrastus”</i> <i>“Olen saanut sieltä inspiraatiota syödä terveellisesti ja hyviä reseptejä”</i>
Pukeutumiseen ja tyyliin liittyvät sosiaalisen median vaikutukset Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5	<i>“Somessa näkee mitkä on muodissa nyt joten pukeutumiseen vaikuttaa”</i> <i>“Jos jokin asia näyttää kivalta vaikka jonkun päällä voin semmoisen hommata itselleni”</i>
Sosiaalisella medialla ei vaikutusta arjen valintoihin Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 1	<i>“Eipä kuitenkaan yleensä mitään vaikutusta, koska käytän somea melko vähän.”</i>
Vaikutukset, joista ilmenee joukkoon kuulumisen tarve:	<i>“Olen tehnyt pukeutumiseen paljon valintoja somen takia, jotta voisin kuulua joukkoon.”</i>

Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt:

1

Seurakuntatoimintaan liittyvien kysymysten analyysiryhmät

Tarve kehorauhaan, kehojen monimuotoisuuteen ja kiusaamiseen liittyvien aiheiden käsittelyyn seurakunnan toiminnassa	Analyysiyksiköiden määrä	Lainaukset
Ei tunnista tarvetta	19	<i>Ei siellä keskustella siitä hirveesti mutta ei mun mielestä tarviikkaan se ei oo mun mielestä sinne kuuluva puhelaihe mutta kyllä jos haluaa joku puhua niin saa</i>
Tunnistaa tarpeen	25	<i>Voisi olla toimiva ratkaisu edistää kehonrauhaa, sillä samalla toimintaan osllistuvat oppisivat kehoistaan ja siitä, että kaikki kehot eivät ole samanlaisia vaan hyvinkin erilaisia.</i>
Ei osaa sanoa onko tarvetta	7	<i>En ole varma.</i>

Millä tavoin vastaajat arvottivat eri aiheita (kehorauha,kehojen monimuotoisuus, kiusaaminen)	Analyysiyksiköiden määrä	Lainaukset
Kiusaaminen	3	<i>Kyllä, haluaisin että seurakunta ottaisi enemmän huomiota kiusaamiseen sekä käsittelisi mitä kiusaaminen voi aiheuttaa kiusatulle, jotta kukaan seurakunnan jäsenistä ei kiusaisi koskaan ketään.</i>
Kehorauha	4	<i>Voisi olla toimiva ratkaisu edistää kehonrauhaa, sillä samalla toimintaan osllistuvat oppisivat kehoistaan ja siitä, että kaikki kehot eivät</i>

		<i>ole samanlaisia vaan hyvin-kin erilaisia.</i>
Kehojen monimuotoisuus	8	<i>Kyllä. Haluaisin, että kehorauhaan ja kehojen monimuotoisuuteen liittyviä aiheita käsiteltäisiin.</i>

Koettu kehorauha seurakunnan toiminnassa	Analyysiyksiköiden määrä	Lainaus
Kehorauha annettu	51	<i>Kyllä sillä kukaan ei ole sanonut mitään kehostani</i>
Kehorauhaa rikottu	5	-

Kokemus kiusaamisesta seurakunnan toiminnassa		
On kiusattu	0	
Ei ole kiusattu	34	