

DIAK

Juha Eriksson

Nelli Eväkoski

Jonna Minerva

Natasha Penney

Sosionomi, Kirkon nuorisotyö

Diakonia-ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyö, 2024

Sosiaalisen median ja TikTokin käyttö kirkon nuorisotyössä

TIIVISTELMÄ

Juha Eriksson, Nelli Eväkoski, Jonna Minerva & Natasha Penney
Sosiaalisen median ja TikTokin käyttö kirkon nuorisotyössä
Sivut 56 ja liitteet 2.
Syksy 2024.
Diakonia-ammattikorkeakoulu
Sosiaali- ja terveystieteiden ammattikorkeakoulututkinto
Sosionomi (AMK), kirkon nuorisotyö

Sosiaalinen media on nykypäivänä suuressa osassa digitaalista nuorisotyötä sekä kirkon nuorisotyötä. Työntekijöiden kuuluu osata toimia sosiaalisessa mediassa ja sen eri alustoilla. Tutkimuspainotteisessa opinnäytetyössä perehdyttiin kirkon digitaaliseen nuorisotyöhön ja erityisesti TikTokin käyttöön työvälineenä. Tarkoituksena oli kartoittaa eri seurakunnan työntekijöiden kokemuksia sosiaalisesta mediasta ja erityisesti TikTokin käytöstä omassa työssään. Tavoitteena oli saada esiin TikTokin vaikutukset, jotta Espoonlahden seurakunnan päätös liittyä mukaan olisi helpompi tehdä ja heidän ei tarvitsisi käyttää työaikaansa perehtyessä asiaan.

Opinnäytetyöprosessi eteni ideoinnista suunnitteluun, toteutukseen sekä analysointivaiheeseen. Prosessin aikana järjestettiin etätapaamisia ja vaihdettiin lukuisia sähköpostiviestejä yhteistyötahon kanssa. Kyselyyn vastanneet kirkon työntekijät tavoitettiin sähköpostin, Facebook-ryhmien sekä Espoonlahden seurakunnan WhatsAppin ja Instagramin kautta.

Tutkimuskysymyksiä työssämme oli neljä: Millaisia kokemuksia seurakunnan työntekijöillä on sosiaalisen median ja TikTokin käytöstä? Mitä TikTokin käytöllä tavoitellaan? Kuinka paljon resursseja (aikaa, rahaa, henkilöstöä) tarvitaan TikTokin käyttöön seurakunnan viestinnässä ja toiminnassa? Millaisia eettisiä kysymyksiä TikTokin käyttöön liittyy?

Kyselyyn vastasi 95 (N=95) kirkon alan työntekijää. Kyselyn tulosten perusteella voitiin todeta, että TikTokin käyttöönotossa suurinta osaa epäilytti TikTokin eettisyys, turvallisuus ja tietoturvakysymykset. Vastaajat, joilla TikTok oli jo käytössä, näkivät sen käytön hyödyllisenä. Kyselyyn vastanneista ne, joilla ei TikTok ollut käytössä, eivät pääsääntöisesti nähneet sen käytössä hyötyä. TikTok työvälineenä vaatii työntekijältä resursseja kuten työaika suunnitteluun sekä editointiin, laitteet sekä esimerkiksi koulutuksia. Avoimet kysymykset liittyen resursseihin kertoivat, ettei monikaan vastaaja kokenut saavansa työnantajan puolelta resursseja. Puolet vastaajista pystyivät rajaamaan sosiaalisen median työtehtävät työajalle ja puolet eivät.

Asiasanat: digitaalinen nuorisotyö, digitaalinen turvallisuus, kirkon nuorisotyö, nuorisotyö, sosiaalinen media, TikTok

ABSTRACT

Juha Eriksson, Nelli Eväkoski, Jonna Minerva & Natasha Penney

The use of social media and TikTok in church youth work

Pages 56 and appendices 2.

Autumn 2024

Diaconia University of Applied Sciences

Bachelor of Social Services, Christian Youth Work

This research-oriented thesis studies the digital youth work with the church, with a particular focus on the use of TikTok as a tool in youth work. The objective of the thesis was to find out about the significance of digital youth work and the requirements for its development and implementation from both the workgroup and individual employee perspectives. Our representative of working life was Espoonlahti parish.

The thesis progressed through stages of ideation, planning, execution and finally to analysis. The material for the study in addition to the theoretical framework and literature was collected through a survey. The participants of the survey were church employees gathered via Facebook groups, e-mail, and the WhatsApp and Instagram account of the Espoonlahti Parish. A survey was conducted among 95 (N=95) church employees. The survey aimed to explore the views and experiences of church employees regarding the use of social media, particularly TikTok. This helped to understand how the use of social media in church work can be developed and what challenges and opportunities it presents.

Based on the survey results, it was found that most of the participants was concerned about the ethics, safety, and security issues related to adopting TikTok as a tool for youth work. Those who did not use TikTok generally did not see any benefits in using it and viewed it mostly as a negative platform. In contrast, those who already used TikTok spoke positively about it and found it beneficial. TikTok as a tool requires resources from the worker, such as time for planning and editing, equipment, and, for example, training. Our study included four research questions were: What kind of experiences do church employees have with using social media and TikTok? What are the goals of using TikTok? How much resources (time, money, personnel) are required for using TikTok in church communication and activities? What ethical considerations are there associated with the use of TikTok?

The study revealed that the biggest advantages of TikTok are the opportunity to increase awareness for the work that church does and to spread the church's message through social media channels. The main challenges identified were TikTok's security issues and the influence of its algorithms. We presented our research findings to our partner organization in working life. The results provided Espoonlahti Parish with insights into what effective and impactful TikTok use requires.

Keywords: digital youth work, digital safety, church youth work, youth work, social media, TikTok.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	4
2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT	5
2.1 Kirkon nuorisotyö	5
2.2 Digitaalinen nuorisotyö.....	6
2.3 Digitaalinen kirkon nuorisotyö	8
2.4 TikTok ja sen vaikutus sekä mahdollisuudet	10
2.5 Turvallisuus digiympäristössä	12
3 TARKOITUS, TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET	15
4 TYÖELÄMÄKUMPPANI JA SEN TARPEET	17
5 AINEISTONKERUU JA ANALYYSIMENETELMÄT	19
5.1 Tutkimusmenetelmät.....	19
5.2 Kyselylomakkeen kysymykset.....	20
5.3 Aineiston keruu	22
5.4 Aineiston analysointi	23
6 TULOKSET	24
6.1 Taustakartoitus	24
6.1.1 Sosiaalisen median alustat seurakuntatyössä	25
6.1.2 Sosiaalisen median käytön tavoite.....	26
6.1.3 Sosiaalisen median saavutukset.....	26
6.1.4 Sosiaalisen median työtehtävien rajaaminen	27
6.1.5 TikTokin haasteet ja hyödyt seurakuntatyössä	28
6.1.6 TikTok mielikuvan luojana kirkolle.....	29
6.1.7 Kirkko ja TikTok	30
6.1.8 TikTokin käytön eettisyys	31
6.2 Syitä siihen, että TikTokia ei ole otettu käyttöön	31
6.2.1 TikTokin käyttöönottoa ehkäisevät seikat.....	32
6.3 TikTok käytössä työympäristössä	32
6.3.1 TikTokia työssään käyttävien käyttäjätilit	33
6.3.2 TikTokia työssään käyttävien tavoitteet sekä saavutukset.....	33

6.3.3 TikTokia työssään käyttävien julkaisu tiheys ja sisältö	34
6.3.4 TikTokia työssään käyttävien resurssit	36
6.3.5 TikTokia työssään käyttävien tuki sovelluksen käyttöön	37
6.3.6 TikTokia työssään käyttävien saama palaute.....	38
7 OPINNÄYTETYÖN EETTISYYS JA LUOTETTAVUUS	38
8 JOHTOPÄÄTÖKSET	41
8.1 TikTokin käytön tavoitteet	41
8.2 TikTokin käytön resurssit	43
8.3 Kokemuksia TikTokin käytöstä.....	45
8.4 TikTokin eettisyys	46
9 POHDINTA	47
LÄHTEET.....	51
LIITE 1. Saatekirje	57
LIITE 2. Kyselylomakkeen kysymykset	59

1 JOHDANTO

Sosiaalisesta mediasta on tullut iso osa kirkon vakiintunutta viestintää. Erilaisten toimijoiden läsnäolo digitaalisilla alustoilla vaikuttaa siihen, millaista sisältöä ihmisten on mahdollista nähdä ja mihin sisältöön sekä joukkoon kiinnittyy (Kokkonen, 2022, s. 389–390). Sosiaalisen median alustoja käytetään vuorovaikutuksen työkaluna, tiedon hakuun sekä mielikuvan muodostamiseen, jonka takia opinnäytetyön aihe oli ajankohtainen.

Opinnäytetyön aiheena oli sosiaalisen median ja TikTokin käyttö kirkon nuorisotyössä. Kartoitimme TikTokia käyttäviä, sen käytön aloittamista pohtivia seurakuntia sekä niitä, jotka eivät käytä TikTokia työvälineenä seurakunnissa ja heidän kokemuksiansa sekä mielipiteitä kyseisestä sosiaalisen median alustasta. Kartoitimme myös muiden sosiaalisten medioiden käyttöä työvälineenä. Yhteistyötahona ja työelämäkumppanina toimi Espoonlahden seurakunta, jonka toiveesta opinnäytetyötä lähdettiin toteuttamaan. Yhteyshenkilönämme toimi sosionomi kirkon nuorisotyönohjaaja Nea Syrjälä.

Espoonlahden seurakunnan työntekijöiden toiveesta tutkimme esimerkiksi TikTokin kohde- ja ikäryhmää, resursseja ja sovelluksen käyttöönottoa ja sen hyötyjä ja haittoja. Kartoitimme TikTokin eettisyyttä, turvallisuutta sekä tavoitettavuutta. Yhteistyötahomme Espoonlahden seurakunnassa oli myös kiinnostunut siitä, millaiset kokemukset jo TikTokissa olevilla kirkon työntekijöillä on seurakunnan roolista ja millä tavoin TikTok vaikuttaa ihmisten käsitykseen ja mielikuvaan kirkosta. Kartoittava tutkimus pohjautuu jo olemassa olevaan tietoon, johon perehdyimme etsiessämme teoriaa opinnäytetyön tueksi. Tämän lisäksi teimme Webropol-kyselylomakkeen kirkon työntekijöille ja analysoimme kyselystä saatuja tuloksia. Opinnäytetyö tehtiin helpottamaan Espoonlahden nuorisotyön tiimiä päätöksenteossa TikTokin käyttöönotosta sekä tuotiin esiin huomioon otettavia asioita TikTokin käyttöön liittyen, joita pystytään hyödyntämään mahdollisesti myös muissa seurakunnissa.

2 TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

2.1 Kirkon nuorisotyö

Seurakunnissa tehtävä nuorisotyö on nuorten kanssa tehtävää organisoitua ja yhteisöllistä toimintaa. Nuorisotyön tarkoituksena on tukea nuoria liittymään kulttuurin, yhteiskunnan ja lähiyhteisön jäseniksi ja tukea omien arvojen, kulttuurin, tapojen ja toimintamallien omaksumisessa. Nuorisotyön tavoitteet ovat osittain linjassa koulumaailman tavoitteiden kanssa. Kirkon nuorisotyön tarkoituksena on tukea nuorten, lasten sekä heidän perheidensä kristillistä kasvatusta tukemalla, ohjaamalla, opettamalla ja kouluttamalla. Kasvatus tapahtuu aina vuorovaikutuksessa. Kristillisen nuorisotyön juuret ovat kasteopetuksessa. (Kauppila, 2021.) Kirkon työntekijöiden kuuluu noudattaa lasten oikeuksien sopimusta. Kansainvälisen lapsen oikeuksien sopimuksen mukaan koko yhteisö on vastuussa lapsista ja nuorista sekä heidän kasvunsa ja kehityksensä turvaamisesta, suojelusta ja osallisuudesta yhteiskunnassa (Että kukaan ei jää yksin, 2021, s.11).

Kirkon nuorisotyön juuret yltävät 1800-luvun loppuun, jolloin Suomeen perustettiin useita kristillisiä järjestöjä ja yhdistyksiä, joiden keskiöissä oli kasvatukselliset tavoitteet sekä nuoriin liittyvä toiminta. Kirkon nuorisotyönohjaajien koulutus aloitettiin 1949 Järvenpäässä, jolloin kirkon nuorisotyö laajeni huomattavasti. Kirkon nuorisotyön toimenkuva on laaja-alainen ja vaikea määrittää, jonka takia nuorisotyö jaetaan ikäryhmittäin ja järjestettävän toiminnan mukaan. Laajimmillaan kirkon nuorisotyö kohdentuu 6–29-vuotiaisiin, mutta se jaetaan usein 6–14-vuotiaisiin kouluikäisiin, 15-vuotiaisiin rippikouluikäisiin, 15–18-vuotiaisiin nuoriin sekä yli 18-vuotiaiden nuorten aikuisten toimintaan. Kirkon nuorisotyön toiminnan piiriin sisältyy monenlaista toimintaa ja menetelmiä, kuten kerhotoimintaa, leirejä ja retkiä, etsivää työtä, koulutyötä sekä tapahtumia. Tunnetuimpana kirkon nuorisotyön osana on rippikoulutyö sekä isostoiminta. (Häkkinen, 2015, s. 223–225.) Usein seurakunta tulee myös näkyväksi kokoontuvan viikoittaisen tai päivittäisen toiminnan kautta. Osallistujamäärissä voi olla paljon vaihtelua ja se tuokin oman haasteensa

resursointiin. Kysyntää ja tarjontaa voi olla vaikea arvioida, koska heittälyä voi olla viikoittain. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, i.a.)

Kasvatuksen linjaukset ohjaavat olennaisesti kirkon nuorisotyötä. Ne muodostavat perustan sille, miten kirkko ja seurakunta tukevat nuorten kasvua ja kehitystä. Meidän kirkko – Kasvamme yhdessä -linjauksessa tuodaan esiin linjauksia sekä viitekehyksiä, minkä pohjalta kirkon nuorisotyö suunnittelee ja toteuttaa toimintaansa. Linjauksessa korostetaan osallisuutta, yhteisöllisyyttä sekä turvallisuutta nuorten kasvuympäristönä. Samat periaatteet koskevat myös nuorisotyötä, jossa luodaan nuorille turvallinen ja kannustava ympäristö. Linjauksessa korostetaan myös arvojen välittämistä ja kristillisen uskon merkitystä nuorisotyössä. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2015.) Usko, toivo ja rakkaus kuuluvat kirkon ylimpiin arvoihin, joihin turvallisuus liittyy vahvasti. Kirkon ja seurakuntien tulee olla turvallisia kaikilla tasoilla; fyysisellä, henkisellä, hengellisellä, sosiaalisella, emotionaalisella ja seksuaalisella tasolla. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2023 -a.)

Ulkopuolisuudenehkäisy on kirkon toiminnan yksi työotteista, jossa tavoitellaan, että kukaan ei jää yksin. Tätä toteutetaan erityisesti nuorisotyön lisäksi varhaiskasvatuksessa sekä diakoniatyössä. Erityisnuorisotyö on suuressa asemassa ulkopuolisuuden ehkäisyssä, kuten lasten ja nuorten sekä heidän perheiden etsimisessä, kohtaamisessa ja tukemisessa. Ulkopuolisuuden ehkäisyllä on myös raamatulliset perusteet, jotka tulevat lähetyskäskestä, rakkauden kaksoiskäskestä ja kultaisesta säännöstä. Kohtaaminen pyritään tehdä siellä missä lapset, nuoret ja perheet ovat. Tämän vuoksi on välttämätöntä tehdä etsivää työtä ja tarjota palvelua myös digitaalisesti sekä verkossa. (Että kukaan ei jää yksin, 2021, s. 10–11.)

2.2 Digitaalinen nuorisotyö

Digitaalisella nuorisotyöllä tarkoitetaan työtä, jossa tehdään työtä nuorten kanssa digitaalisessa mediassa teknologiaa hyödyntäen. Tähän sisältyy sosiaalinen media, nuorten tukeminen verkossa, verkko yhteisöjen rakentamista ja ylläpitoa,

sekä digitaalista mediakasvatusta. Digitaalisen nuorisotyön tavoitteena on tarjota nuorille mahdollisuuksia oppia, osallistua ja ilmaista itseään verkossa tuetulla sekä turvallisella tavalla. (Verke, i.a.) Erityisesti nuorten kanssa digitaalinen työskentely on tärkeässä roolissa, eikä pelkkä kasvokkain kohtaaminen ole riittävää. Internetin yleistyessä tiedonvälityksen ja kommunikaation kanavana nousi kiinnostus niiden vaikutuksista sosiaaliseen kommunikointiin. 2000-luvun alun tutkimuksien oletuksena on ollut kasvokkaisen vuorovaikutuksen väheneminen, sosiaalinen eristäytyminen tai sosiaalisten taitojen heikkeneminen. Aiemmin on oletettu, että internetissä tapahtuva kommunikointi syrjäyttäisi kasvokkain kohtaamisen ja kommunikoinnin eikä sosiaalista pääomaa enää kertyisi. Verkossa tapahtuvan kommunikoinnin voidaan olettaa kasvattavan sosiaalista pääomaa esimerkiksi vertaistuen kautta. Sosiaalinen media voi myös heikentää sosiaalisen pääoman kertymistä ja aiheuttaa digitaalista syrjäytymistä. (Tilastokeskus, 2021, s. 81.)

Digital youth work -tutkimuksen mukaan digitaalinen nuorisotyö on tärkeässä roolissa nuorten elämässä, koska se tarjoaa nuorille mahdollisuuden osallistua ja vaikuttaa yhteiskunnassa erityisesti digitaalisten välineiden avulla. Digitaalinen nuorisotyö on kasvavassa roolissa nuorten maailmassa, ja se osoittaa tarpeen lisätutkimukselle aiheesta, jotta digitaalista nuorisotyötä voidaan tehdä tehokkaasti sekä tavoitteellisesti. Digitaalinen nuorisotyö edistää nuorten kansalaisosallistumista. Lisäksi digitaalinen lukutaito ja kansalaisoikeudet ovat keskeisiä osa-alueita, jotka on otettava huomioon digitaalisessa nuorisotyössä. (Fernandez-de-Castro, ym., 2023, s. 330–332.)

Tutkimuksesta The social impact of digital youth work selviää, että tavoitteellinen ja tarkoitusperäinen digitaalinen nuorisotyö vaatii resursseja, kuten rahaa, välineitä ja työaikaa. Tutkimuksessa mukana olleet kertovat että, nuorisotyöntekijöillä harvoin on tarpeeksi resursseja tai tukea toteuttaa digitaalista nuorisotyötä. (Pawluczuk, ym. 2019, s. 64–65.)

Kyselyymme laitoimme kysymyksiä liittyen resursseihin sosiaalisen median tekemiseen. Lasten ja nuorten keskuksen keväällä 2022 tekemässä selvityksessä isoimmaksi haasteeksi digitaalisessa nuorisotyössä koettiin työajan

puuttuminen. 74 % vastaajista kertoo sen olevan merkittävä este ja yli puolet vastaajista kokee välineistön sekä osaamisen isona esteenä. Nuorisotyöntekijöistä yli puolet vastaajista kuvaa digitaalista osaamista hyväksi ja 8 % erinomaiseksi. Tuloksiin vaikuttaa ikäjakauma, koska nuorella iällä on todettu olevan yhteydessä parempaan digiosaamiseen. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2023, s.267.)

Internet ja digitaaliset laitteet ovat nykyään läsnä koko elämän ajan ja toimivat yhtä arvokkaana sosiaalisena ympäristönä kuin muutkin. Kirkon viestintä on muuttunut, eikä se edusta enää ehdotonta auktoriteettia, koska siitä voidaan keskustella ja väitellä. Sosiaalisen median alustat muuttavat sosiaalisia suhteita sekä poliittista toimintaa. Sisällöntuotanto luo hauskuutta sekä sisältöä elämään, auttaa tiedottamaan sekä ottamaan kantaa, mutta antaa uusia muotoja esimerkiksi kiusaamiselle ja yksinäisyyden tunteelle. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2015, s. 66–67.)

2.3 Digitaalinen kirkon nuorisotyö

Eryteisesti nuorten parempi tavoittaminen on koettu keskeisenä hyötynä digitaalisessa nuorisotyössä, ja monissa seurakunnissa onkin paljon laajemmin käytössä verkkotoimintoja ja verkkonuorisotyötä kuin esimerkiksi ennen koronaa (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s. 6). Seurakunnissa on pohdittu sitä, miten sosiaalisen median kanavissa voisi enemmän luoda yhteisöllisyyttä ja kuinka sen kautta nuori voisi löytää tapansa elää kristittyinä. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2023b, s. 51). Vuoden 2023 nuorisobarometristä ilmenee, että asuinpaikan ja esimerkiksi perheen lisäksi katsomuksen ja hengellisyyden muodostumiseen vaikuttaa yhä enemmän nuorten vertaisryhmät ja muut yhteisöt pitäen sisällään sosiaalisen median eri alustat (Nuorisobarometri, 2023, s. 200).

Vuonna 2022 tehdyssä tutkimuksessa digitaalisesta nuorisotyöstä seurakunnissa 91 % vastaajista käytti Instagramia työvälineenä, pikaviestintä sovelluksia kuten WhatsAppia ja Signalia käytti 64 % vastaajista ja Facebookia puolet vastaajista. (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s.16.) 2022 tehdyn

selvityksen mukaan 44 % vastaajista oli käynyt viimeisen vuoden aikana digitaalikesä koulutuksessa, joista yli puolet kokivat kaipaavansa lisäkoulutusta. Ilman koulutusta saaneista vastaajista kaksi kolmesta koki kaipaavansa lisäkoulutusta. (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s. 26.) Digitalisaation haasteena vuonna 2022 koettiin työntekijöiden motivaation, osaamisen ja resurssien puute, sisällön laatu sekä kaipuu palautteesta. Digitalisaation hyötyinä koettiin saavutettavuus ja tavoitettavuus, kommunikaation lisääntyminen, monipuolisuus sekä nuorten osallistaminen. Moniammatillinen yhteistyö sosiaalisessa mediassa koettiin myös isona hyötynä ja vahvistavana tekijänä digitalisaatiossa. (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s.31–32.)

Digitaalisessa ympäristössä voi luoda mielikuvia kirkosta ja tämä onkin hyödyllistä erityisesti niiden nuorten kanssa työskennellessä, joille kirkko on näkyvässä lähes pelkästään median kautta. Tämä mahdollistaa matalan kynnyksen kohtaamiset, joita voidaan ajatella eräänlaisena seurakuntayhteyden muotona, jossa tavoitetaan ja kohdataan nuoria. Kirkon digitaalisella viestinnällä voidaan luoda merkityksiä sekä esimerkiksi yhteisöjä ja yhteisöllisyyden kokemuksia. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2023c, s. 36–37.) Verkossa tapahtuvan nuorisotyön ydin on kyky kohdata nuoria erilaisissa verkkoympäristöissä korvaamatta fyysistä läsnäoloa ja kohtaamista. Kirkon kasvatuksen barometri 2022 työntekijöiden vastausten mukaan osa nuorista ei pystynyt osallistumaan verkossa tapahtuvaan toimintaan tasavertaisesti, ja se koettiin epätasa-arvoiseksi. Kolmasosa vastaajista koki, että digitaalisen työn myötä toiminta oli tasapuolistunut ja useamman nuoren oli mahdollista osallistua. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2022a, s. 230–231.)

Kirkkohallituksen sekä Lasten ja Nuorten keskuksen teettämässä kyselyssä selvitettiin esimerkiksi kirkon nuorisotyöntekijöiden suhtautumista digitalisaatioon, digitaalisuuden hyödyntämistä sekä osaamista digialustoilla. Kyselyn tuloksista voidaan päätellä, että kirkon työntekijöiden suhtautuminen digitalisaatioon on erittäin myönteistä ja moni koki, että digialustoja pitäisi käyttää yhä enemmän seurakunnan nuorisotyössä. (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s.4.) Koronan aikainen digiloikka tarkoitti kasvokkain tapahtuvan työn muuttumista verkkoympäristöön. Verkkoympäristöön siirtymisen haasteena

ensimmäisen koronavuoden jälkeen pidettiin koulutuksen puuttumista, vastuunjakoja sekä tuen vähäisyyttä. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2022a, s. 230–231.) Opinnäytetyössämme selvitämme muun muassa, millainen tilanne on nyt kun digitaalista työtä on seurakunnassa tehty jo useamman vuoden ajan.

2.4 TikTok ja sen vaikutus sekä mahdollisuudet

TikTok on sosiaalisen median alusta, jossa voi julkaista lyhytmuotoisia videoita sekä katsella toisten käyttäjien luomia videoita sekä julkaisuja. TikTok kuvailee itseään lyhytvideosovellukseksi, jonka tarkoitus on luoda paikka, jossa on mahdollista jakaa iloista, positiivista sekä hauskaa sisältöä ihmisille ympäri maailmaa. Videot voivat vaihdella tansseista ja musiikkiesityksistä haasteisiin, huumoriin, opetusvideoihin, tee-se-itse-tutoriaaleihin, meemeihin sekä kaikkeen siinä välissä. TikTok mainostaakin itseään luovan ilmaisun kotipaikaksi. (TikTok, i.a.)

TikTokin suosion kasvu on ollut räjähdysmäisen nopeaa, ja koronapandemialla on ollut merkittävä vaikutus TikTokin suosion kasvuun. Vuonna 2017 TikTokilla oli yli 65 miljoonaa aktiivista käyttäjää, ja vuonna 2021 käyttäjien määrän oli ylittänyt miljardin. TikTokin suosion taustalla on useita syitä. Iso osa voidaan yhdistää erityisesti koronapandemian vaikutuksiin ja muuttuneisiin elinoloihin. Koronapandemian rajoitukset ja eristykset toivat mukanaan ihmisille lisää vapaa-aikaa, mutta samalla ne vähensivät mahdollisuuksia fyysiseen vuorovaikutukseen. Tämä loi tarpeen uusille viihdemuodoille ja sosiaalisille verkostoille, jotka voisivat täyttää nämä tarpeet. TikTok vastasi näihin tarpeisiin, jonka vuoksi TikTok nousi yhdeksi suosituimmista sosiaalisen median alustoiksi. (Cätälina, 2021.)

TikTok on saavuttanut suuren suosion erityisesti lasten ja nuorten keskuudessa. Videot voivat levitä nopeasti viraaleiksi. (Someturva, i.a.) Viraalilla tarkoitetaan sisältöä, joka laajasti ja nopeasti leviävää suullisesti tai verkossa. Sisältö voi herättää tunteita ihmisissä ja sitä usein jaetaan eteenpäin. (Nieminen, 2022.)

TikTokin ikärajana tällä hetkellä on 13 vuotta. TikTok ei kuitenkaan varmista käyttäjien ikää, mutta silti alle 16-vuotiailla osa ominaisuuksista on poissa käytöstä. TikTokin algoritmit ovat keskeisessä roolissa käyttäjien kokemuksen personoinnissa. Algoritmit analysoivat käyttäjien toimintaa, kuten tykkäyksiä, kommentteja, jaettuja sekä katsottuja videoita. TikTok käyttää näitä tietoja tarjoamaan käyttäjilleen heille todennäköisimmin kiinnostavaa materiaalia. Tämä voi auttaa käyttäjiä löytämään uusia ja kiinnostavia videoita TikTokin laajasta valikoimasta. (Someturva, i.a.) Teens, Social Media and Technology 2023 tutkimuksesta käy ilmi, että amerikkalaisista nuorista 58 % käyttää TikTokia päivittäin ja näihin sisältyy 17 % nuorista, jotka kertovat käyttävänsä TikTokia jatkuvasti (Pew Research Center, 2023, s.4–5).

TikTokin käyttäjistä vuonna 2024 18.1 % on 18–24-vuotiaita naisia ja 18.6 % saman ikäisiä miehiä, joka tekee heistä isoimman ikäryhmän TikTokissa (Ceci, 2024). TikTokissa katsotaan päivittäin yli miljardi videota ja sovelluksessa vietetään keskimäärin aikaa 96 minuuttia päivässä. Haastevideot, yhteisvideot toisen käyttäjän kanssa sekä esimerkiksi tanssivideot ovat suosituimpia videoita TikTokissa. TikTok toimii myös isona osana yritysten markkinointia, koska kolme viidestä sen käyttäjästä löytää TikTokin kautta uusia tuotteita ja brändejä. (Indieplace, 2023.)

Järjestökentällä TikTokin käyttö on hyvin vähäistä. Vuonna 2022 tehdyssä tutkimuksessa vastaajista vain 5 % käytti TikTokia viestinnässään ja toiminnassaan. Tutkimuksessa käy ilmi, että TikTokia ei ole hyödynnetty, koska koetaan ettei aika riitä sekä tekijöitä eikä taitoa ole tarpeeksi. (Järjestödiggi, 2022, s. 7) Uutis-median liiton (2024, s.4–5) teettämän kyselyn mukaan Suomessa asuvista 13–18-vuotiaista nuorista 49 % katsoo uutiset TikTokista, kun taas Instagramista vain 32 %.

Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen mukaan uutisia katsotaan säännöllisesti TikTokista koko ajan enemmän. Tulokset on kerätty 8842 Yhdysvalloissa asuvan aikuisen vastauksista. Säännöllisesti TikTokista uutisia katsovien ihmisten määrä on kolminkertaistunut vuodesta 2020 vuoteen 2023 mennessä. 18–29 vuotiaista 32 % kertoo saavansa uutiset säännöllisesti TikTokista. 30–49 vuotiaista 15 %,

50–64 vuotiaista 7 % ja yli 65 vuotiaista 3 % kertoo katsovansa uutisia säännöllisesti TikTokista. TikTokista katsottujen uutisten määrä yltää tällä hetkellä samoihin prosentteihin, kuin Facebookista katsotut uutiset. (Matsa, 2023.) Uutisten katsominen sosiaalisen median alustoilta on lisääntynyt ja vaatii digilukutaitoa sekä kertoo varsinkin nuorten etsivän tietoa erilaisilta alustoilta. Oikean tiedon löytyminen sosiaalisen median alustoilta on tämän takia tarpeellista ja tärkeää.

Kansainvälisesti kirkot jakavat humoristista ja viihdyttävää sisältöä TikTokiin. Kirkoilla ja seurakunnilla on mahdollisuus tavoittaa ihmisiä TikTokissa jakamalla sisältöä alustalle, koska algoritmi tarjoaa käyttäjälle videoita myös seurattujen käyttäjien ulkopuolelta. Sisällön luominen seurakunnissa on tärkeä markkinoinnin väline, koska TikTokin mainokset eivät ole kohdennettuja alueellisesti. (Missionalmarketing, 2022.)

2.5 Turvallisuus digiympäristössä

Lapsen oikeuksiin kuuluu yhdenvertaisuus, suojeleminen, terveys, yksityisyys ja turvallisuus myös digiympäristössä. Lapsella kuuluu olla ikätasoonsa nähden riittävää tietoa ja ymmärrystä digiympäristön riskeistä, taitoa toimia tilanteissa turvallisesti sekä huolehtia muiden digikäyttäjien turvallisuudesta. Lapsen kuuluu tiedostaa valheellisen tiedon levittämisen mahdollisuus, oman digitaalisen jäljen jättäminen sekä oman toiminnan seuraukset digitaalisessa ympäristössä. On tärkeää, että lapsi osaa tarkastella sosiaalista mediaa myös kriittisesti. Turvallinen ja luotettava aikuinen on avainasemassa lapsen digiympäristön taitojen osaamisessa. Lapsen turvallisuus voi järkkäytyä digitaalisessa ympäristössä haitallisten sisältöjen, yhteydenottojen sekä lapsen oman toiminnan myötä. Digilaitteiden käytössä ja mediasisältöjen kulutuksessa voi herätä esiin myös negatiivisia tunteita ja kokemuksia, jolloin on tärkeää pystyä tunnistamaan ja käsittelemään tunteita ja haastavia tilanteita. (Pelastakaa Lapset ry, i.a.)

Sosiaalinen media kuuluu osaksi lasten ja nuorten sosiaalista elämää. Sosiaalisen median hyötyihin kuuluu mahdollisuudet sosiaalisten suhteiden luomiseen ja

ylläpitoon, vaikka fyysinen välimatka olisi pitkä. Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuksia hankkia tietoa näkemyksistä, mielipiteistä ja ideoista sekä se opettaa itseilmaisua ja mediataitoja. Haasteita ja riskejä sosiaalisen median käytössä lapsille ovat muun muassa henkilökohtaisten tietojen jakaminen, kiusaaminen, huijaukset sekä grooming, eli seksuaalisen hyväksikäytön valmistelu. (Mannerheimin lastensuojeluliitto, 2024.)

Luottamus digiympäristössä kasvaa sille ominaisten tekijöiden mukaan, mutta luottamus täytyy niin sanotusti todentaa digiympäristön ulkopuolella. Tämän vuoksi kirkon kuva verkossa on sidoksissa luotettavuuteen, joka ihmisellä on kirkon toimintaympäristöstä. (Hintsala & Ritokoski, 2011, s. 100.) Kirkon maine on pysynyt hyvin luotettavana ja luottamusta herättävänä. Tämän vuoksi esimerkiksi TikTokin lataaminen työväliseiniin, missä käsitellään salassa pidettävää tietoa ja yhteystietoja pohdituttaa. Kiinan lain mukaan jokainen kiinalainen yritys sekä yksityinen henkilö joutuu tarvittaessa avustamaan maan tiedusteluviran-omaisia. Tämän takia Kiinan tiedusteluviranomaisilla on halutessaan mahdollisuus päästä TikTokin käyttäjien tietoihin omistajayrityksen näkemyksestä huolimatta. (Mäntysalo, 2024.)

Vuonna 2022 TikTok on luokiteltu eniten riippuvuutta aiheuttavaksi sosiaalisen median alustaksi. Sovellus aiheuttaa riippuvuutta nopeasti vaihtuvan ja loputtoman sisällön takia, joka on suunnattu algoritmin avulla katsojalle sekä vaatii katsojan keskittymistä eli harhauttaa ajantajun. Algoritmin muotoutuminen katsojalle sopivaksi vahvistaa katsojan halua selata vielä vähän pidemmälle sovelluksessa sekä vapauttaa dopamiinia, joka aiheuttaa riippuvuutta. Riippuvuuden lisäksi TikTokilla on nähty olevan yhteyttä mielenterveyden haasteisiin kuten masennukseen, ahdistuneisuuteen sekä se voi vähentää yhteyttä todellisuuteen. Sovellusta käyttää nuoret henkilöt, jotka 2021 tehdyssä tutkimuksessa todettiin koukuttuvan helpommin, kuin vanhemmat ihmiset. (Matta, 2024.)

Vuoden 2022 selvityksessä tuli ilmi esimerkiksi seksuaaliväkivallan lisääntyminen digiympäristössä ja työntekijöiden huoli siitä, kuinka sitä tunnistaa, miten siihen osaa puuttua sekä onko heillä tarpeeksi tietämystä aiheesta. Selvityksessä kävi

ilmi, että nuoret itse kertoivat tilanteista seurakunnan työntekijöille. (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s.24.) Tästä voikin päätellä, että seurakuntien nuorisotyön läsnäolo digiympäristöissä on erityisen tärkeää.

Erityisesti lasten ja nuorten turvallisuus TikTokissa puhututtaa paljon. Tutkimuksista käy ilmi, että yhä useampi lapsi ja nuori joutuu verkkovälitteisesti seksuaaliväkivallan kohteeksi. Vuonna 2020 noin 20 % eurooppalaisista nuorista kohtasi seksuaalista väkivaltaa ilman, että kohtasi fyysisesti väkivallan tekijää. Internetin eri sovellukset ovat tämän mahdollistaneet. (Suojellaan Lapsia ry, 2023a, s. 3.) Vuonna 2024 julkaistussa tutkimuksessa havaitaan, että TikTokin kautta saatavaa lapsiin kohdistuvan seksuaaliväkivallan materiaalia on 86 % enemmän kuin muina vuosina. (Suojellaan Lapsia, 2024b, s.8.) Edellä mainitun tutkimuksen vastaajat olivat itse etsineet ja tallentaneet lapsikohteista materiaalia internetistä. Vastauksista ilmeni, että TikTokin algoritmit mahdollistavat sen, että löytäessään yhden videon, pääsee yhä syvemmälle seksuaalissävytteisistä lapsikohteisista materiaaleista sekä niistä löytää muitakin ihmisiä, joita kyseinen materiaali kiinnostaa ja videoiden välittäminen mahdollistuu entistä helpommin. Vastaajista 25 % kertoo ottaneen kontaktia lapsiin ja nuoriin TikTokin kautta. (Suojellaan Lapsia, 2024, s.17.)

Yle tutki TikTokin algoritmin vaarallisuutta vuonna 2023 luomalla valekäyttäjätilin 13-vuotiaalle Ellalle. Käyttäjätilillä selattiin TikTokia, joka tarjosi nuorelle ensin esimerkiksi ruoanlaitto- ja eläinvideoita. Käyttäjätilillä pysähdyttiin pidemmäksi aikaa katsomaan ruoanlaittovideoita sekä videota, jossa on huutava nainen. Tämän jälkeen algoritmi alkoi tarjoamaan videoita esimerkiksi masennuslääkkeistä ja erilaisista laihdutusresepteistä. Toisen tunnin alkaessa algoritmi tarjosi itsetuhoista ja syömishäiriöön liittyvää sisältöä. Algoritmi siis tarjoaa käyttäjälleen kiinnostavaa sisältöä; oli se kuinka haitallista tahansa. TikTok on yrittänyt rajata haitallisen sisällön määrää, mutta käytännössä se on mahdotonta videoiden määrän ja muutettujen avainsanojen sekä muunnoslauseiden takia. (Karppinen, 2023.)

Suomessa TikTokin vaaroista on puhuttu yhä enemmän ja esimerkiksi Kokoomuksen kansanedustajat ovat jättäneet toimenpidealoitteen TikTokin

kieltämisestä Suomessa. Sovelluksen kieltämistä perustellaan turvallisuusriskeillä sekä sovelluksen haitallisuudella nuorille. Sovelluksessa leviää sisältöä väkivallasta ja siihen yllyttäviä haasteita. Riippuvuutta aiheuttava sovellus tarjoaa käyttäjille harhaanjohtavaa sisältöä, jota ei pystytä rajaamaan. (Muhonen & Varpula, 2024.)

Dentsu Data Servicesin tekemän tutkimuksen (2018) mukaan vastaajista 15–25-vuotiaat käyttävät seuraavia sovelluksia säännöllisesti: YouTubea 76 %, WhatsAppia 74 %, Facebookia 59 %, Instagramia 53 % ja Snapchatia 51 %. 25–34-vuotiaat vastaajat käyttävät säännöllisesti WhatsAppia 67 %, YouTubea 67 %, Facebookia 60 % ja Instagramia 38 %. 35–44-vuotiaat vastaajat käyttävät säännöllisesti Facebookia 62 %, WhatsAppia 61 % ja YouTubea 60 %. 45–74-vuotiaat vastaajat käyttävät Facebookia 48 %, WhatsAppia 47 % ja YouTubea 40 %. (Dentsu Data Services, i.a.)

3 TARKOITUS, TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Opinnäytetyön aiheena on sosiaalisen median ja TikTokin käyttö kirkon nuorisotyössä. Espoonlahden seurakunta pyysi meitä perehtymään aiheeseen, sillä he ovat miettineet TikTokin liittymistä, mutta heitä mietitytti esimerkiksi paljonko TikTokin käyttämiseen vaaditaan resursseja, mille työalalle tili tehtäisiin ja millaisia eettisiä haasteita pitää huomioida.

Kartoitimme eri seurakunnan työntekijöiden kokemuksia sosiaalisesta mediasta ja erityisesti TikTokin käytöstä omassa työssään. Kartoituksesta saatujen vastausten myötä toivoimme, että Espoonlahden seurakunnan olisi helpompi tehdä päätöksiä oman TikTok tilin käyttöönotostaan. Keräsimme tietoa tutkimuksen avulla TikTokin käytöstä seurakuntatyössä ja tuotimme PowerPoint-esityksen, jossa purimme kyselyn tuloksia. Kartoituksen myötä Espoonlahden seurakunta sai tietoa siitä, miten he voisivat hyötyä TikTokin

käytöstä parhaiten, mikäli he päätyvät sen käyttöönottoon. Tavoitteena oli saada esiin TikToken vaikutukset, jotta seurakunnan päätös liittyä mukaan olisi helpompi tehdä ja heidän ei tarvitsisi käyttää työaikaansa perehtyessä asiaan. Tutkimuksestamme voi tulevaisuudessa olla hyötyä myös muiden seurakuntien ja eri organisaatioiden miettiessä TikToken käyttöönottoa.

Omana tavoitteenamme opinnäytetyölle oli lisäksi kehittyä ammattilaisina, erityisesti sosiaalisen median osalta. Halusimme syventää ymmärrystämme siitä, miten eri alustat voivat tukea viestintää ja sekä nuorten sitoutumista sosiaalisen median kautta tehtävään nuorisotyöhön.

Espoolaisten nuorten keskuudessa rippikoulun sisällöistä halutaan tietoja TikToken, koulun ja Instagramin kautta. Nuorten vanhemmat haluavat tietoa kotiin tulevasta esitteestä, seurakunnan nettisivuilta ja Facebookista. Vanhemmat toivovat kirkolta avointa viestintää ja nuorten osallistamista. Nuoret toivovat lisäinformaatiota koulun tiedotuksiin ja sosiaaliseen mediaan. Erityisesti lyhyet videot kiinnostavat, joissa informaatio rippikoulusta olisi monipuolista ja pitäisi mielenkiinnon yllä. (Ohtonen & Blanc, 2024.)

Teimme seurakuntien työntekijöille kartoittavan tutkimuksen, tutkimuskysymykset olivat:

1. Millaisia kokemuksia seurakunnan työntekijöillä on sosiaalisen median ja TikToken käytöstä?
2. Mitä TikToken käytöllä tavoitellaan?
3. Kuinka paljon resursseja tarvitaan TikToken käyttöön seurakunnan viestinnässä ja toiminnassa?
4. Millaisia eettisiä kysymyksiä TikToken käyttöön liittyy?

Kyselylomake tehtiin tarkastelemaan sosiaalisen median alustoja, varsinkin TikToken, käyttöä edellä mainittujen tutkimuskysymysten kautta. Kysely

lähetettiin sähköpostilla seurakunnan työntekijöille, joiden tiesimme olevan aktiivisia TikTokin käyttäjiä sekä Facebook-ryhmiin, jotka on tarkoitettu seurakunnan työntekijöille. Tämän lisäksi työelämän yhteistyötaho lähetti kyselyn eteenpäin Instagramiin sekä WhatsAppin kautta Espoon seurakuntayhtymän nuorisotyönohjaajien ryhmään.

4 TYÖELÄMÄKUMPPANI JA SEN TARPEET

Työelämäkumppanina ja yhteistyötahona toimi Espoonlahden seurakunta, jossa opinnäytetyö tehtiin Espoonlahden seurakunnan nuorisotyölle. Yhteyshenkilönä toimi sosionomi kirkon nuorisotyönohjaaja Nea Syrjälä. Tutkimusympäristönä opinnäytetyössä oli sosiaalisen median kanavista Facebook, Instagram sekä WhatsApp, joihin julkaisimme Webropol-kyselyn.

Sode eli Espoonlahden nuorisotyön keskus sijaitsee Soukassa Espoossa. Sode tarjoaa toimintaa 6–29-vuotiaille nuorille, kuten leirejä, iltapäivätoimintaa, tapahtumia, kursseja sekä erilaisia ryhmiä. Soden työntekijöihin kuuluu nuorisotyönohjaajia, pappeja sekä diakoneja. (Espoon seurakunnat, i.a.) Soden työntekijöistä on muodostettu nuorisotyön sosiaalisesta mediasta vastaava tiimi, joka koostuu viidestä nuorisotyönohjaajasta. Sosiaalisesta mediasta vastaava ryhmä suunnittelee sekä koordinoi seurakunnassa tehtävää sometyötä, johon koko nuorisotiimi osallistuu. (Nea Syrjälä, yhteyshenkilö, henkilökohtainen tiedonanto, 2.5.2024.)

Espoonlahden seurakunnan nuorisotyön sosiaalisen median kanavana toimii Instagram, joka toimii nimellä @Sodesta. Sosiaalisen median kanavia käytetään tiedottamiseen sekä nuorten kanssa tehtävästä työstä kertovan sisällön luomiseen. Espoonlahden nuorisotyön sosiaalinen media toimii hengellisenä yhteisönä käyttäjille sekä vuorovaikutuksen työkaluna nuorten sekä työntekijöiden välillä. Sosiaalisen median tavoitteena Espoonlahden seurakunta

pitää myös nuorten osallisuutta, seurakunnan helposti lähestyttävyyttä, yhteisöllisyyttä, kirkon mielikuvan muovaamista positiivisemmaksi sekä tiedon jakamista. Toteuttaakseen yllä mainitut tavoitteet Espoonlahden seurakunta on pohtinut monialaisesti TikTokin käyttöönottoa.

Esponlahden seurakunnan nuorisotyön tiimiä pohdituttaa TikTokin turvallisuus, eettisyys ja arvokysymykset. Nämä ovat isona syynä siihen, miksi TikTokin käyttö on yhä pohdinnassa eikä käytössä työvälineenä. Teettämämme kysely piti sisällään kysymyksiä esimerkiksi digiympäristön turvallisuudesta sekä eettisyydestä. Kyselyn vastauksista voitiin päätellä, että TikTokin lisäksi muidenkin digiympäristöjen turvallisuus pohdituttaa monia kirkon työntekijöitä.

Esponlahden seurakunnan nuorisotyöntiimiltä tuli toive kartoittaa Suomen Evankelis-luterilaisten seurakuntien TikTokin käyttöä. Espoonlahden seurakunnan nuorisotiimi oli keskustellut pitkään sosiaalisen median kanavien laajentamisesta TikTok palveluun, jossa nuorisotiimi kaipasi kartoitusta esimerkiksi liittyen median eettisyyteen. Kartoitusta toivottiin Espoonlahden seurakunnan valmiuteen tehdä sisältöä TikTok-alustalle sekä työmäärään liittyviin kysymyksiin. Työelämäntaho toivoi, että jaamme kyselylomaketta laajemmin myös muille työaloille kuten papeille sekä varhaiskasvatuksen puolelle. Kyselylomakkeen valmistuessa Espoonlahden seurakunnan nuorisotyönohjaajat jakoivat kyselylomakkeen heidän Instagram tilillään sekä Espoon seurakuntayhtymän nuorisotyönohjaajien yhteisessä WhatsApp-ryhmässä. Espoonlahden seurakunnan nuorisotyön sosiaalisen median tiimiin ja erityisesti yhteyshenkilö Neaan pidettiin yhteyttä sähköpostitse sekä Teams-kokousten avulla.

Esponlahden seurakunnan tämänhetkisellä digitaalisella nuorisotyöllä tavoitellaan esimerkiksi nuorten osallisuutta, mielikuvan muuttumista seurakunnasta suvaitsevammaksi ja raikkaammaksi, helppoa lähestyttävyyttä, vuorovaikutusta nuorten ja työntekijöiden välillä sekä hengellisen yhteisön luomista. Digitaalisessa nuorisotyössä heillä on käytössä WhatsApp, Instagram, Discord sekä YouTube, jonka puolelle tehdään kouluille lähetettäviä yksityisiä videoita. Espoonlahden seurakunnalla on käytössä myös koko seurakunnan

yhteinen Facebook-tili, jossa ajoittain esimerkiksi suora toistetaan messuja sekä rukoushetkiä. (Nea Syrjälä, yhteyshenkilö, henkilökohtainen tiedonanto, 2.5.2024.)

Espoonlahden seurakunnassa sosiaalinen media on ollut käytössä jo pitkään, ja nuorisotyön työryhmällä on innokkuutta kehittää ja pysyä ilmiöissä mukana. TikTok on ollut työryhmässä puheissa jo pitkän aikaa, mutta erityisesti eettisyyteen, turvallisuuteen ja resursseihin liittyvät kysymykset ovat pohdituttaneet. (Nea Syrjälä, yhteyshenkilö, henkilökohtainen tiedonanto, 2.5.2024) Näihin pohdintoihin paneuduimme myös kyselylomakkeessa sekä muussa olemassa olevan tiedon ja materiaalin kartoituksessa.

5 AINEISTONKERUU JA ANALYYSIMENETELMÄT

5.1 Tutkimusmenetelmät

Kyselyssä on kyse ihmisten mielipiteistä eli kysely on kvalitatiivinen eli laadullinen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään ihmisten motiiveja, käyttäytymistä tai tunteita. (SurveyMonkey, i.a.) Kyselyä (LIITE 2.) varten keräsimme laadullista aineistoa avointen kysymysten kautta. Keräsimme myös määrällistä dataa monivalintakysymysten avulla. Kyselyssä oli käytössä valinta-, monivalinta- sekä avoimet anonyymit kysymykset. Kysymykset muodostuivat työelämäyhteistyötahon toiveista, sekä kysymyksistä, joihin aikaisemmat tutkimukset eivät vastaa.

Puolistrukturoidussa kyselyssä saadaan määrällistä sekä laadullista tietoa. Näin saadaan luotettavia tuloksia, jotka perustuvat tilastolliseen analyysiin. (Saukkonen, i.a.) Opinnäytetyöstä saimme puolistrukturoitua aineistoa, jota kerättiin Webropol- kyselylomakkeella. Kysely oli auki kahden viikon ajan toukokuussa 16.–30.05.2024. Ajankohta valikoitui toukokuulle ennen kesän

rippikouluja sekä muita leirejä, jotta työntekijät ehtivät vastata kyselyyn ennen leirikeseä ja lomajaksoja.

5.2 Kyselylomakkeen kysymykset

Opinnäytetyömme tutkimuksen kohteena olivat seurakunnan työntekijöiden mielipiteet sekä ajatukset sosiaalisen median ja erityisesti TikTokin käytöstä. Kyselylomakkeen kysymyksillä pyrimme saamaan vastaukset tutkimuskysymyksiin. Kysely toteutettiin Webropol-kyselyllä internetin kautta. (LIITE 2). Kyselylomaketta jaettiin saatekirjeen kanssa. (LIITE 1).

Kysymykset muodostuivat yhteistyönä Espoonlahden seurakunnan nuorisotiimin kanssa. Tahdoimme saada ajankohtaista tietoa, jotta meillä olisi materiaalia mihin verrata vanhempia jo tehtyjä tutkimuksia. Kysymykset muodostuivat myös sen mukaan, mitä Espoonlahden seurakunnan nuorisotiimi koki akuuteimmiksi pohdinnan aiheiksi, kuten kuinka paljon muut seurakunnan työntekijät ovat saaneet ja tarvinneet resursseja sosiaalisen median ja erityisesti TikTokin käyttöön. Lasten ja nuorten keskuksen tutkimuksessa painotettiin evankelisluterilaisen seurakunnan roolia turvallisena aikuisena lasten ja nuorten elämässä sekä digitaitojen ja digiturvataitojen tukijana (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s.7). Meitä kiinnosti, miten tämä käytännössä näkyy ja millaisia ajatuksia kirkon työntekijöillä on kirkon roolista sosiaalisessa mediassa. Halusimme selvittää myös, minkälaista sisältöä seurakunnat Suomessa tuottavat TikTokiin. Aiempien tutkimustulosten perusteella seurakunnat tuottavat kansainvälisesti TikTokiin humoristista sekä viihdyttävää sisältöä (Missionalmarketing, 2022), jota voidaan verrata kyselystämme saatuun tietoon.

Kyselyn kysymyksiin päädyttiin tutkimalla jo aikaisempia tehtyjä tutkimuksia liittyen seurakunnan digitaaliseen työhön. Opinnäytetyöryhmää sekä Espoonlahden seurakunnan nuorisotyön tiimiä kiinnosti tietää ajankohtainen tilanne erityisesti TikTokin käytöstä seurakuntatyössä. Lasten ja nuorten keskuksen tekemän kyselyn mukaan TikTokia nuorisotyössä käytti 24 % vastaajista (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s.17). Kysely on tehty vuonna 2022, ja

TikTokista yleisesti on tullut koko ajan suosituampi, joten toivoimme saavamme tietoa, mikä tilanne seurakunnissa nyt on TikTokin käytön suhteen ja mitä kokemuksia seurakunnan työntekijöillä on siitä.

Koronapandemia muutti kirkon kasvatuksen- ja nuorisotyöntekijöiden tapaa ajatella ja arvioida työtään. Kirkon kasvatuksen barometri 2022 työntekijöiden kyselyn vastausten mukaan vastaajista suurin osa koki koronapandemian vahvistavan halua kokeilla uusia toimintatapoja ja monet arvoivat, että seurakunta reagoi muuttuneisiin olosuhteisiin ja haasteisiin hyvin. Tutkimuksen avulla voi ymmärtää, miten kasvatus- ja nuorisotyö muuttuivat koronapandemian alussa ja miten sosiaalisen median käyttö näissä muutoksissa korostui. Lisäksi voi huomata, miten eri taustatekijät, kuten esimerkiksi paikkakunnan koko ja työalan painotukset vaikuttivat työntekijöiden kokemuksiin ja arvoihin työnsä kannalta. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2022,-b s. 229–232) Työntekijät ovat olleet koronapandemian aikaan innokkaita oppimaan uutta ja ottamaan käyttöön erilaisia työmenetelmiä. Opinnäytetyössämme kartoitettiin myös sitä, miten koronapandemiasta lähtenyt innostus sosiaalisen median käyttöön työvälineenä on edennyt seurakuntatyöhön sekä mitä se nykyään vaatii, kun seurakuntatyö on palautunut koronapandemiasta.

Digitaalinen nuorisotyö on kasvavassa roolissa nuorten maailmassa, koska internet ja digitaaliset laitteet ovat läsnä koko elämän ja toimivat arvokkaana sosiaalisena ympäristönä. Näiden pohjalta on syytä tarkastella kirkkojen käyttämiä sosiaalisen median alustoja varsinkin TikTokia, joka on ollut räjähdysmäisessä kasvussa nuorten ja lasten keskuudessa. Tietoperustan pohjalta on tärkeää tarkastella sosiaalisen median hyötyjä ja haittoja varsinkin nuorten kasvuun ja kehitykselle. TikTokin on todettu olevan riippuvuutta aiheuttava sovellus, joka liitetään yhteen myös erilaisten mielenterveyden haasteiden kanssa. Kyselylomakkeessa tuli aiheita tarkastella myös eettisyyden ja kirkon arvojen pohjalta. TikTokiin liittyy myös paljon tietoturvariskejä, jotka puhututtavat paljon.

5.3 Aineiston keruu

Kyselomake suunniteltiin tutkimalla erilaisia lähteitä ja aineistoa. Kyselylomakkeen kohderyhmä muodostui kirkon työntekijöistä, jotka käyttävät sosiaalista mediaa työssään. Pyrimme tekemään kysymyksistä helposti ja nopeasti vastattavia, jotta mahdollisimman moni pystyi osallistumaan kyselyyn. Ennen kyselylomakkeen julkaisua lähetimme sen Espoonlahden seurakunnan nuorisotiimille kommentoitavaksi, kuten myös ohjaaville opettajillemme.

Kyselylomaketta jaettiin Facebookissa kirkon työntekijöiden ryhmiin, Espoonlahden seurakunnan nuorisotyöntiimin WhatsApp-ryhmään sekä heidän Instagram-tilillä. Kyselylomake lähetettiin myös suoraan sähköpostilla ja viestein seurakunnan työntekijöille, joihin oli valmiiksi jo ennalta luodut kontaktit sekä yksittäisille seurakunnan työntekijöille, joilla havaitsimme ja tiesimme olevan tai olleen aktiivista TikTokin käyttöä. Tällä tavoin tavoitimme eri paikkakuntien seurakuntia sekä seurakuntien työaloja, ja kyselyn tulokset olivat mahdollisimman kattavat sekä monipuoliset.

Kyselylomakkeella haluttiin tuoda esiin kaikkien vastaajien mielipiteitä ja kokemuksia yleisesti TikTokista ja sen käyttämisestä. TikTok on ajankohtainen, jakaa mielipiteitä sekä puhututtaa sosiaalisessa mediassa. Kirkollinen sisältö Suomen TikTokissa on vielä vähäistä ja syitä on tärkeää tutkia monesta näkökulmasta.

Lomakkeen kysymyksistä voitiin kerätä tietoa TikTokin sisällön luomisen työllistämisestä, hyödyistä sekä haitoista, aktiivisuudesta, työn rajaamisesta, eettisyydestä, kirkon mielikuvasta sekä kartoittaa huomioonotettavia asioita sisällön luomisen kannalta. Kyselyn pohjalta teimme johtopäätöksiä, joita havainnollistimme erilaisilla taulukoilla. Kartoittavaan tutkimukseen poimitaan olennaiset tulokset vertaillen, yhdistellen sekä yleistäen, jotta tulokset keskittyvät olennaiseen sekä pysyy selkeänä (Kvantimotv, 2010). Kysely muodostui valinta-, monivalinta- sekä avoimista kysymyksistä. Sisällytimme kyselyyn monivalintakysymyksiä, jotta saimme myös numeraalisia tuloksia Espoonlahden

seurakunnan nuorisotyöntiimille. Kysymyksiä laatiessa muodostimme myös kysymyksiä, joihin oli jo tutkittua tietoa, jotta saamme vertailuarvot.

Kyselylomakkeella voidaan kysyä monia asioita suurelta määrältä ihmisiä, aineisto voidaan kerätä kustannustehokkaasti sekä tallentaa ja analysoida helposti. Kyselylomakkeen kohderyhmä on valikoitu aiheen ja työyhteistyökumppanin perusteella. Saatekirje eli kyselyn tarkoitus, merkitys, aikataulu, toteuttajien yhteystiedot sekä vastaamiseen rohkaiseminen on ollut kyselylomakkeessa sekä sosiaaliseen mediaan jaettujen päivitysten yhteydessä. Kyselymme täyttää satunnaisotoksen kriteerit, jotka Hotulaisen mukaan ovat vapaaehtoinen vastaaminen ja yleistettävä tutkittava kohderyhmä eli opinnäytetyössämme kirkon työntekijöihin. (Hotulainen, i.a.)

5.4 Aineiston analysointi

Laadullisen aineiston analyysi ja tulkinta ovat keskeisiä osia tutkimusprosessissa. Ne sisältävät aineiston tiivistämistä ja käsitteellistämistä teoreettiseen muotoon. Yleisimmät analyysimenetelmät ovat koodaaminen, teemoittelu ja tyypittely, jotka kuuluvat sisällönanalyysin muotoihin. Analyysi voidaan toteuttaa ohjelmien avulla tai käsityönä. Sisällönanalyysimenetelmässä aineistoa analysoidaan systemaattisesti tunnistamalla, luokittelemalla ja tulkitsemalla teemoja ja malleja. Tutkittavaan muotoon saatua aineistoa voidaankin siis analysoida lukemalla, katsomalla ja kuuntelemalla. (Kallinen & Kinnunen, 2021.) Konkreettisesti tämä tarkoittaa aineiston keräämistä, aineiston läpikäymistä, sisällönanalyysiä, aineiston tulkintaa ja raportointia. Teimme systemaattista ja järjestelmällistä analyysiä aineistojen parissa. Etenimme vaihe vaiheelta kohti syvempää ymmärrystä tutkimusaiheitamme kohti.

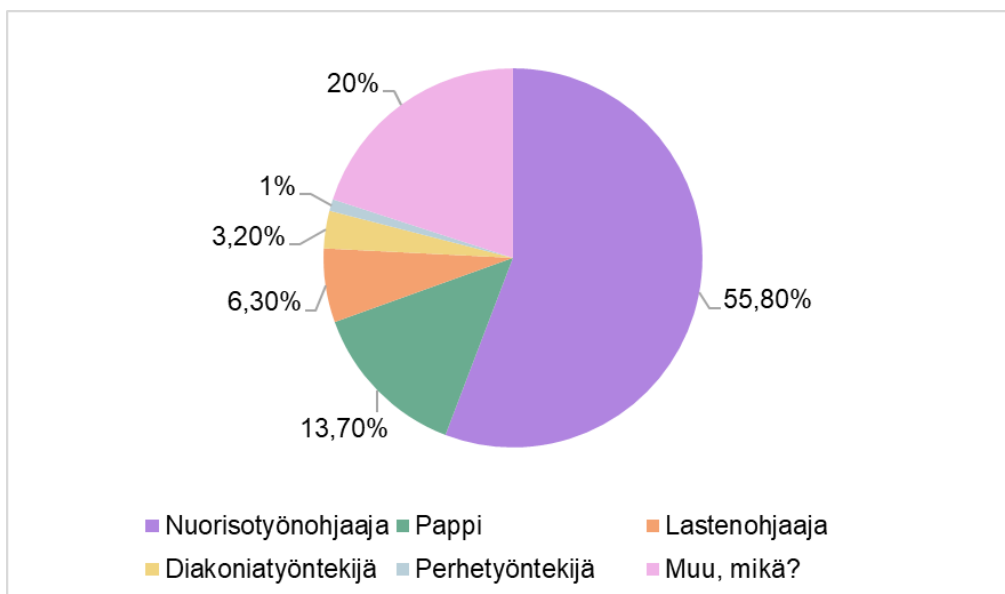
Tutkimustulosten analysoinnin aloitimme siirtämällä kysymykset yhteen tiedostoon, josta kysymykset ja niiden vastaukset jaettiin teemoittain esimerkiksi sosiaalisen median, TikTokin käytön sekä resurssien mukaan. Teemoittelun jälkeen kävimme läpi, mitkä kysymykset ja vastaukset vastaavat meidän tutkimuskysymyksiimme. Jaoimme opinnäytetyön ryhmässä eri teemat kullekin

ryhmän jäsenelle. Jokainen redusoi aineistoa, jotta esimerkiksi jokaista avoimien kysymyksen vastausta ei avattaisi tekstimuotoon vaan niitä pystyi yhdistämään juuri teemoittain, kuitenkin pitämällä merkityksen samana. Jokainen meistä kävi läpi eri teemojen kysymykset ja niiden vastaukset ja koosti niistä ydinsisällön, jotka yhdistettiin lopputulokseksi. Numeraaliset eli määrälliset kysymysten vastaukset laitoimme taulukoihin, joiden avulla muodostimme erilaisia havainnollistavia kaavioita.

6 TULOKSET

6.1 Taustakartoitus

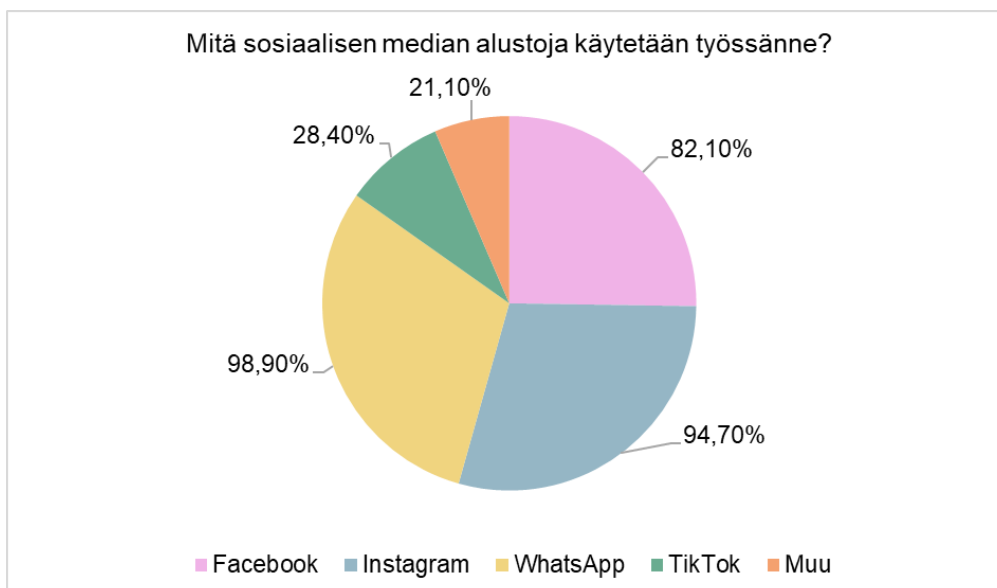
Kyselyn avasi 415 kirkon työntekijää, joista 147 aloitti vastaamisen ja (N=95) täytti kyselylomakkeen loppuun asti. Kirkon työntekijöiltä kysyttiin ammattinimikettä monivalintakysymyksellä. Vastanneista suurin joukko kertyi nuorisotyönohjaajista, joita oli 55,8 % (N=53). Kyselyyn vastasi pappeja 13,7 % (N=13), lastenohjaajia 6,3 % (N=6), diakoniatyöntekijöitä 3,2 % (N=3) sekä perhetyöntekijöitä 1,0 % (N=1). Vastausvaihtoehdoista 20,0 % (N=19) vastasi ammattinimikkeeksi muu, joka koostui varhaiskasvatuksen ohjaajista, johtavasta nuorisotyönohjaajasta, kanttoreista, sihteereistä, tiedottajista, asiantuntijasta, kasvatuksen ohjaajista, viestintäpäälliköistä, vahtimestarista, perhetoiminnanohjaajista sekä erityisnuorisotyönohjaajista (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Ammattinimike

6.1.1 Sosiaalisen median alustat seurakuntatyössä

Kyselyssä kartoitettiin, mitä sosiaalisen median alustoja kirkon työntekijät käyttävät työvälineenä monivalintakysymyksellä, joista 98,9 % (n=94) vastanneista käyttivät WhatsAppia. 94,7 % (n=90) vastanneista käytti Instagramia, 82,1 % (n=78) Facebookia ja 28,4 % TikTokia. 21,1 % (n=20) vastanneista vastasi vaihtoehdon muu, joka koostui YouTubeista, Discordista, Telegramista, Signalista sekä Snapchatista.



Kuvio 2. Käytössä olevat sosiaalisen median palvelut

6.1.2 Sosiaalisen median käytön tavoite

Sosiaalisen median tavoitteita sekä saavutettuja asioita kysyttiin kirkon työntekijöiltä avoimena kysymyksenä kyselylomakkeessa. Suurin osa vastauksista painotti samoja asioita. Sosiaalisen median tavoitteena suurimmalla osalla vastaajista oli viestintä, palaute, tiedottaminen ja näkyvyys. Sosiaalisella medialla tavoiteltiin nopeaa tiedon kulkua reaaliajassa ja seurakuntaelämän näkymistä eri alustoilla. Toistuvina tavoitteina ja teemoina oli keskustelu ja yhteys myös kirkon jäsenten ulkopuolelle, hengellisen elämän näkyminen sosiaalisessa mediassa, mielikuvan rakentaminen kirkosta ja helpompi lähestyttävyyys sekä matalampi kynnyks osallistua seurakunnan toimintaan.

Sosiaalisella medialla tavoiteltiin myös moniammatillista yhteistyötä, kirkon mission näkyvyyttä, nuorten osallistamista sekä turvallisina aikuisina olemista sosiaalisen median alustoilla kommentoimalla ja tykkäämällä julkaisuista. Sosiaalisen median alustoilla haluttiin myös luoda hauskaa ja hyvän mielistä sisältöä esimerkiksi suoratoistamalla toimintaa.

6.1.3 Sosiaalisen median saavutukset

Sosiaalisella medialla on luotu modernimpaa ja raikkaampaa mielikuvaa kirkosta. Sosiaalinen media on mahdollistanut kirkon työntekijöille jakaa omaa työnkuvaa sekä arkea kirkon toiminnassa. "Some tavoittaa kiinnostuneita läheltä ja kaukaa. Joskus uusia yhteistyökumppaneita ja yhteistyökuvioita." Nuorille on pystytty mahdollistamaan uusia tapoja vaikuttaa sisältöön sekä heidän äänensä tulevat paremmin kuulluksi sosiaalisen median myötä esimerkiksi erilaisten projektien kautta. Myös työntekijöitä ja sijaisuuksia on saatu sosiaalisen median kautta.

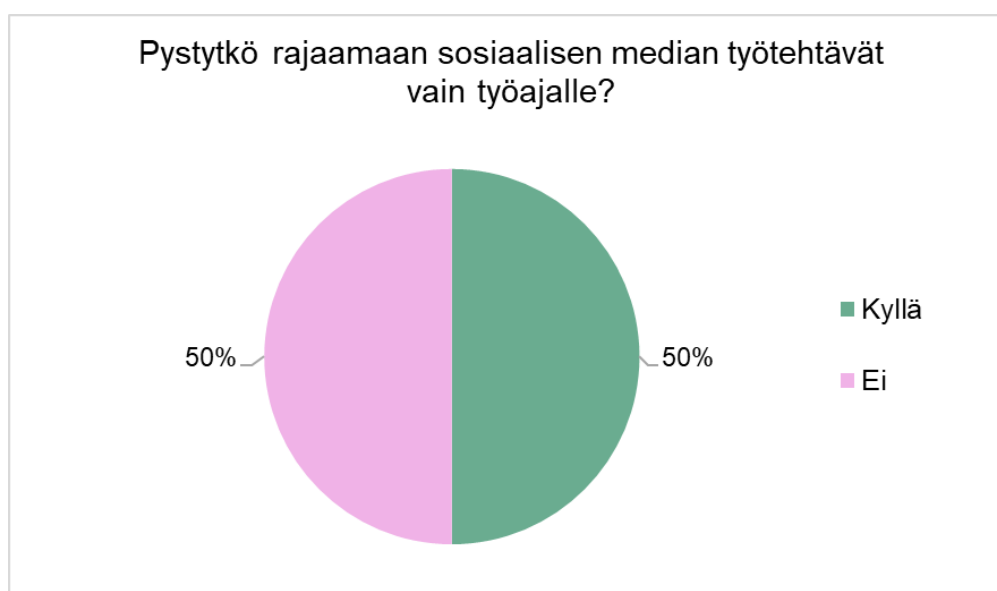
Sosiaalisella medialla on saavutettu tiedon kulku reaaliajassa. "Ihmiset tietävät mihin tulla ja milloin". Kirkolliset juhlapyhät, tapahtumien aikataulu sekä mainos- tus ja erilaisten kerhojen peruuntumiset pystytään tiedottamaan sosiaalisen me- dian alustoilla. "On suht helppoa tavoittaa koko ryhmä samaan aikaan. Viestien kynnyks on matalalla." Isoja ryhmiä pystytään tavoittamaan samanaikaisesti, sekä keskustelu ja yhteys pysyvät yllä nuoriin sekä nuorten vanhempiin. Erilaiset

ryhmät mahdollistavat myös vertaistuellisen keskustelun. Varsinkin nuoret kohdataan sosiaalisen median alustoilla, ja keskusteluun ryhtymisen kynnyks on madaltunut.

Keskusteluyhteyttä on saatu aikaiseksi sosiaalisen median kautta, ja kynnyks lähestyä kirkon työntekijää on madaltunut. Vastauksista tuli ilmi, että sosiaalista mediaa käytetään hengellisten asioiden välittämiseen. ”Sosiaalisen median kautta on pystytty nostamaan esiin kristinuskon kannalta tärkeitä aiheita ja teemoja, ja osallistumaan yleiseen keskusteluun erilaisten teemojen ympärillä. Lisäksi olen itse käynyt useita sielunhoidollisia keskusteluja, joita pidän itsessään jo tärkeinä.”. Striimauksella on myös saavutettu oma asiakaskunta, jossa huomioidaan myös ulkopaikkakuntalaiset, joiden on hankala päästä paikanpäälle.

6.1.4 Sosiaalisen median työtehtävien rajaaminen

Kyselyssä kysyttiin, pystyikö rajaamaan sosiaalisen median työtehtävät vain työajalle. Tulokset löytyvät kuvioista 3. Tuloksista huomataan, että vastaukset jakautuivat tasan (N=46 ja N=46).



Kuvio 3. Sosiaalisen median työtehtävien rajaaminen työajalle

6.1.5 TikTokin haasteet ja hyödyt seurakuntatyössä

Kyselylomakkeessa kysyttiin, millaisia haasteita TikTokin käytössä seurakunnan työvälineenä voi olla. Vastaukset liittyivät resurssien vähäisyyteen, kuten työaikaan, sisällön ideointiin sekä työntekijöiden osaamiseen nopeasti muuttuvassa ympäristössä. Tietoturva, eettisyys, kuten kiusaaminen, koukuttavuus sekä kohderyhmän tavoittaminen nostettiin esiin vastauksissa. Huoli palautteen laadusta ja TikTokin vihamielisyys tulivat esiin monissa vastauksissa. Vastauksissa tuotiin esiin myös kirkon tarkoitus viihdyttäjänä sovelluksessa sekä hengellisen sisällön puuttuminen.

Avoimena kysymyksenä oli, millaisia hyötyjä TikTokin käytössä seurakuntatyössä voi olla. Vastauksista ilmeni työn näkyväksi tuominen, kohderyhmään kuuluvien seurakuntalaisten tavoitettavuus, kirkon sanoman eteenpäin vieminen, kirkon ja seurakunnan lähestyttävämmäksi saaminen ja seurakuntalaisten osallistaminen videoiden tekoon. TikTokissa toimiminen mahdollistaa yhteistyön muiden aktiivisten toimijoiden kanssa.

Tuottamalla sisältöä TikTokiin tulisi seurattua samalla muutenkin mitä nuoret seuraa. Tiedotteemme ja mainokset ja hassuttelut olisi paremmin nuorten saatavilla.

Itse toivon, että se toisi lisää porukkaa esim. Messuihin. Epäilen kuitenkin, että mitään suurta yleisöryntäystä ei kuitenkaan tulisi. Todennäköisesti TikTokin eniten käytävä ikäryhmä saattaisi löytää seurakunnan tekemiä juttuja TikTokista.

Seurakunnan toiminnasta voidaan luoda oikealla tavalla letkeä/rento fiilis. Seurakunnan toiminta ei ole niin vakavaa pönöttämistä, kuin ehkä jotkut saattavat stereotyyppisesti ajatella.

Toisaalta vastaajat olivat jo nähneet hyvää ja markkinoivaa sisällöntuotantoa. Yhteistyön teko muiden toimijoiden kanssa ja työntekijöiden läsnäolo sosiaalisessa mediassa koettiin tärkeänä.

Seurakuntatyöstä ja kristillisyydestä voi kertoa erityisesti nuoria kiinnostavilla tavoilla. Esim. Monet papit ovat luoneet hyviä rippikoulutarkoitukseen sopivia videoita.

Yhteistyötä muiden aktiivisten toimijoiden kanssa vaikka ei olisi ihan naapurikunnassa, uutta yleisöä ympäri maailmaa, saisi olla luova ja hullutellakin. Parasta jos saisi nuoretkin mukaan (kuvausluvilla tietysti).

Tehtäisiin kirkon työtä näkyvämmäksi. Työntekijöiden kasvoja tutuiksi. Sekä some kaipaa enemmän turvallisia aikuisia, niin sisällön luomiseen, kuin kommenttikenttiin.

6.1.6 TikTok mielikuvan luojana kirkolle

Avoimena kysymyksenä oli, millaista mielikuvaa kirkosta pyritään TikTokilla luomaan. Vastauksissa oli esimerkiksi "Rentoa, sellaista että meitä on moneksi ja kaikki ovat tervetulleita mukaan.", "Että kirkko ei ole niin totinen kuin ajatellaan, vaan työntekijöissä erilaisia persoonia ja mielipiteitä on monia.", nuorekasta, turvallista, iloista, kannustavaa, ajankohtaista, ja helposti lähestyttävää. Moni toivoi sisällön olevan suvaitsevaa, kutsuvaa ja syrjinnästä vapaata. Kristillinen sanoma mainittiin myös ja mietittiin, hukkuuko se muun sisällön joukkoon. Vastauksissa näkyi myös, että kristillinen sisältö voidaan toteuttaa rennolla ja helposti lähestyttävällä tavalla. Osa vastaajista kuitenkin on huolissaan kristillisen sanoman hukkumisen hauskan sisällön määrään.

Päivitettyä. Kirkko ei ole vain keski-ikäisiä harmaantuvia pappeja, vaan paljon muutakin!

Rentoa, helposti lähestyttävää jne. Unohtamatta kirkon kristillistä todellisuutta, mutta sitä voi tuoda ilmi nykyaikaan soveltuvalla rennolla tavalla.

Itse keskityn siihen, että asioita kannattaa miettiä tosissaan ja syvällisesti. Ja että sun elämäkysymyksiä on muutkin miettineet ennen sua. Et ole yksin!

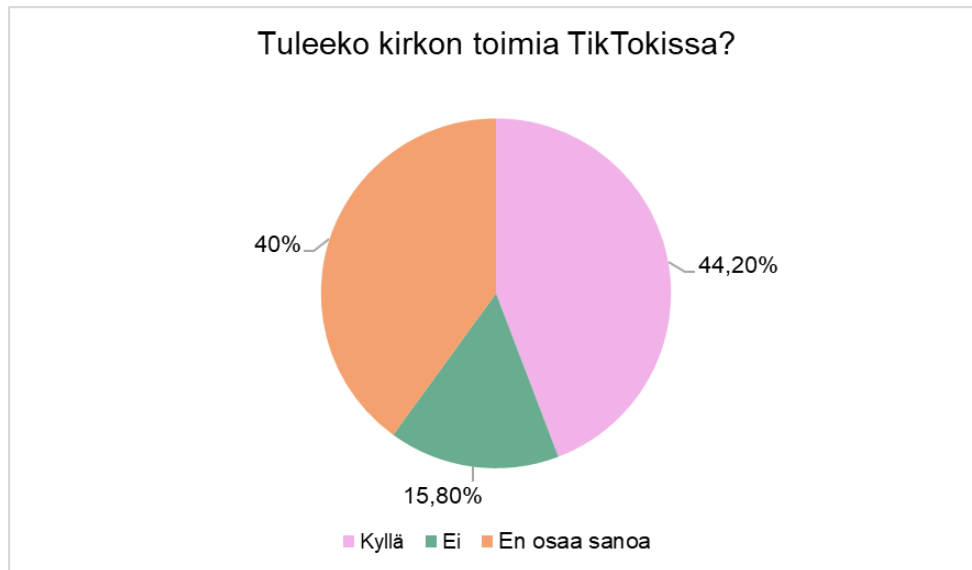
Helposti lähestyttävää ja sellaista, ettei oteta asioita liian vakavasti, mutta unohtamatta, että on rakastava ja armollinen Jumala.

Olemme siellä, missä ihmiset ovat. Se on yksi kanava muiden joukossa, osa muuta viestintää, ei irrallinen osa. Eli se välittää sitä viestiä mitä muutenkin välitämme: armoa.

6.1.7 Kirkko ja TikTok

Kaikilta vastaajilta kysyttiin, tuleeko kirkon toimia TikTokissa ja perusteluita valinnalle. Vastausvaihtoehtoja oli kolme: ei, kyllä ja en osaa sanoa. Kuviosta 9. käy ilmi, että vastaajista 15,8 % (N=15) vastasi ei, jota perusteltiin tietoturva riskillä ja epäluotettavuudella. Vastauksista nousi esiin huoli TikTokin eettisyydestä, algoritmeista sekä huolesta Kiinan suhteen. 40,0 % (N=38) vastaajista ei osannut sanoa.

44,2 % (N=42) vastaajista olivat TikTokin käytön kannalla. Perusteluina kirkon kuulumiselle TikTokiin olivat: seurakunta ja erityisesti lapset ja nuoret ovat siellä, tavoitetaan ihmisiä eri ikäluokista ja heitä, jotka eivät kirkon toiminnassa ole mukana. Esiin nousi Instagramin ja Facebookin alati vähenevä tavoitettavuus nuorten keskuudessa. Tärkeänä pidettiin myös kirkon toiminnan ja sanoman näkymistä sekä kaivattiin tasapainoa kirkon erilaisten katsomusten esille tuonnissa; kirkon pitää olla kaikkialla, se on nykyaikaa ja "kristilliset arvot voidaan tuoda esiin raikkaalla tavalla". TikTokiin panostaminen sisällöllisesti ja tavoitettavuus nousi vastauksista esiin: "Hyvällä sisällöllä voi jopa saavuttaa sellaisia ihmisiä, joita ei muuten saavuteta. Onneksi on kirkon työntekijöitä, jotka saavat tuotettua sitä hyvää sisältöä.", "Uskon, että tuo positiivista näkyvyyttä mukanaan", "Mielestäni se on kanava, jolla voimme tavoittaa myös ne, jotka eivät toimintaan muuten löydä. Yksittäinen video voi olla jollekin jo merkittävä.". TikTokiin kuulumista perusteltiin myös raamatullisesti "Menkää kaikkialle maailmaan".



Kuvio 9. Tuleeko kirkon toimia TikTokissa?

6.1.8 TikTokin käytön eettisyys

Kyselylomakkeen avoimena kysymyksenä oli, mitä eettisiä kysymyksiä TikTokin käyttöönotto herättää. Vastaajien suurimmat huolet kohdistuivat nettikiusaamiseen, koukuttavuuteen, vaaralliset haasteet ja yleinen negatiivisuus sosiaalisessa mediassa, varsinkin TikTokissa. Vastauksissa tuodaan esiin kirkon rooli puuttua nettikiusaamiseen mutta myös työntekijöiden jaksaminen. Tietoturvariski, ikärajat, seksuaalinen- ja henkinen väkivalta sekä Kiinan omistajuus nousevat esille myös eettisessä pohdinnassa. "Tavoitellaanko näkyvyyttä ja arvot jäävät sivuun". Vastauksissa tulee ilmi kirkon arvojen ja viihde sovelluksen yhteen sovittamisen haasteet.

Hyvän maun raja on vaikea piirtää, milloin kirkon arvoja kunnioittamalla tehdään hauskoja videoita. Negatiivista palautetta tulee helposti vanhemmalta väestöltä, vaikka rajaa ei edes ylitetä.

6.2 Syitä siihen, että TikTokia ei ole otettu käyttöön

Kyselylomakkeessa kysyttiin, mitä sosiaalisia medioita käytät työssäsi. Vastauksista kävi ilmi, että 71,6 % (N=68) vastaajista ei käytä TikTokia

työvälineenä. Kyselyssä kartoitettiin syitä sille, ettei TikTokia ole otettu käyttöön seurakunnalla.

6.2.1 TikTokin käyttöönottoa ehkäisevät seikat

33,3 % (N=23) vastaajista eivät ole pohtineet TikTokin käyttöön ottamista työyhteisössä ja 66,7 % (N=46) vastasivat TikTokin käyttöönoton pohdituttavan. Jatkokysymyksenä oli: miksi TikTokia ei ole otettu käyttöön seurakunnassa. Vastauksista nousivat esiin TikTokin tietoturvakysymykset, algoritmien ohjaavuus, resurssit eivät riitä uuden opetteluun tai ylläpitoon eikä kiinnostusta asiaan ole. Vastaajat kokevat sovelluksen turhana sekä haittaavan nuorten hyvinvointia esimerkiksi ruutuajan kasvamisella. TikTokia ei ole otettu käyttöön myös resurssisyistä, kuten hankkimalla erillisiä puhelimia tietoturvasyistä. Vastauksissa tuodaan esiin myös kohderyhmä, muussa kuin nuorisotyössä.

TikTok luokitellaan jo monen valtion taholta vaaralliseksi ja epäluotettavaksi käyttää, tietoja kerääväksi ja algoritmillaan propagandaa suoltavaksi. Haluamme kannustaa nuoria pois TikTokista sen sijaan että aiheutamme heille lisää tunteja siellä.

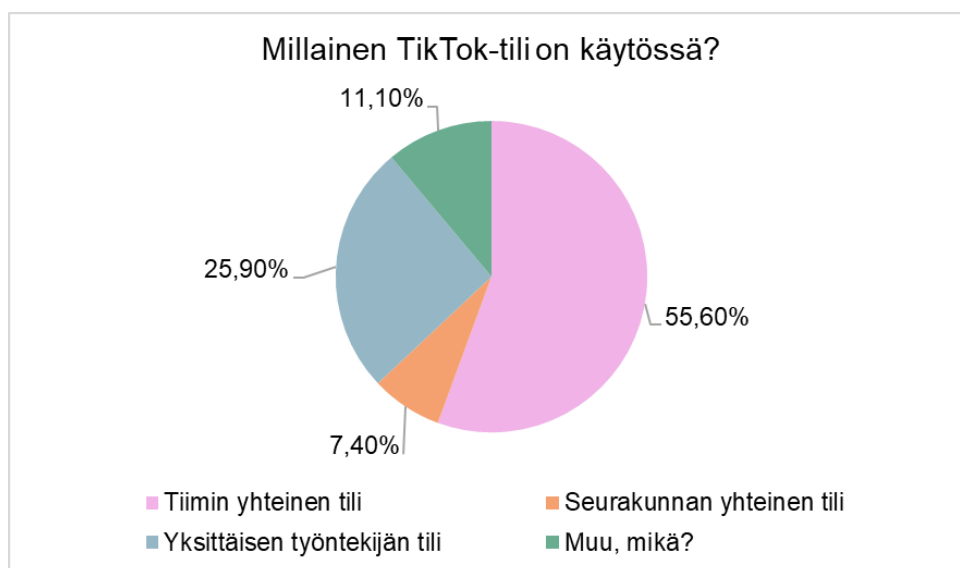
Osalla on hyvin tiukka suhtautuminen siihen. Osa ei halua edes ladata sovellusta omille laitteille, koska sovellukseen liittyvät tietoturvariskit huolestuttavat. Olen itse samaa mieltä. En todellakaan halua elämäni yhtä alustaa lisää, joka on tutkitusti koukuttava. Haluan itselleni ja nuorille, joita kohtaan työssäni, enemmän oikeita kokemuksia, en näennäistä elämää ruudun välityksellä.

6.3 TikTok käytössä työympäristössä

Kysyimme TikTokia käyttäviltä vastaajilta seuraavia alla olevia kysymyksiä. Vastaajista 28,4 % (N=27) kertoi käyttäneensä TikTokia sosiaalisen median alustana työssään. Seuraavat kysymykset liittyvät TikTokissa tehtyyn työhön ja mitä TikTokia käyttävät vastaajat olivat huomanneet siellä tehdystä työstä.

6.3.1 TikTokia työssään käyttävien käyttäjätilit

55,6 % (N=15) TikTokia käyttävistä vastaajista käyttää tiimin yhteistä käyttäjätiliä ja 7,4 % (N=2) koko seurakunnan yhteistä käyttäjätiliä. Yhteisen käyttäjätilin eduksi mainittiin vastuun jakaminen, yhteisöllisyyden tukeminen, sisällön painottumisen toimintaan eikä yksittäiseen työntekijään, jatketaan sosiaalisen median alustoilla samalla linjalla sekä vältetään yhteen henkilöön kiinnittymistä. 25,9 % (N=7) tili oli yksittäisen työntekijän ja sen käyttämistä perusteltiin halulla kiinnittyä tiettyihin ihmisiin, organisaatioiden vaikeudesta erottua joukosta, sisällön persoonallisuudella sekä motivaation puutteella. 11,1 % (N=3) vastaajista valitsi vastausvaihtoehdon muu, joihin kuului esimerkiksi yhtymän yhteinen sekä laajemman yhteisön käyttäjätili, joita oli perusteltu esimerkiksi valmiilla tilillä, johon oli kiinnitytty sekä mahdollisuudella tavoittaa eri ikäisiä ihmisiä (Kuvio 4).



Kuvio 4. TikTok-käyttäjätilin malli

6.3.2 TikTokia työssään käyttävien tavoitteet sekä saavutukset

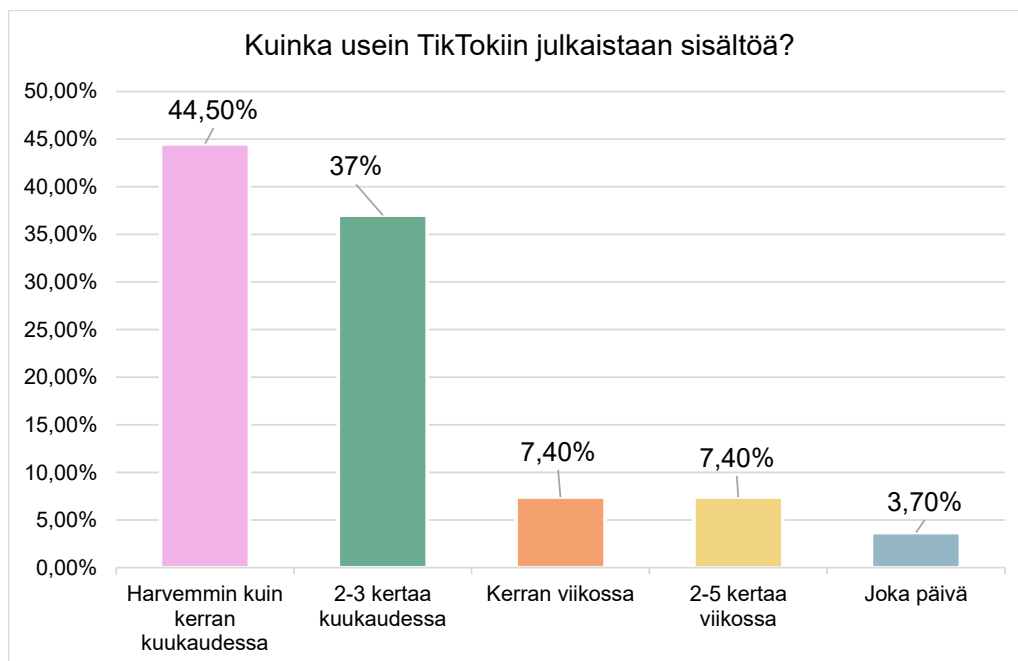
Avoimella kysymyksellä kysyttiin TikTokille asetettuja tavoitteita. Tavoitteet olivat samanlaisia kuin muun sosiaalisen median tavoitteet. Tärkeimpänä siis viestintä, tavoittaminen ja näkyvyys. Tavoitteena vastaajat toivat ilmi rippikouluun liittyvän sisällön, hyvinvointia parantavan hyvän mielen sisällön sekä nuorten

kohtaamisen ja kommunikoinnin. Osa vastaajista kertoi myös tavoittelevansa TikTokilla sitä, että nuoret voisivat itse luoda sisältöä seurakunnan tilille. TikTokilla tavoiteltiin positiivisempaa mielikuvaa kirkosta, seurakunnan arjen näkymistä alustalla ja TikTokiin julkaisutahdin sekä sisällön laadun parantumista. Moni vastaaja kertoi viestinnän tavoitteiden TikTokin käytössä ole-van samoja kuin muun sosiaalisen median käytössä. Vastauksissa tuotiin esiin myös, että tavoitteet ovat epäselkeitä tai keskeneräisiä tai tavoitteita ei koettu olevan asetettu ollenkaan.

Avoimessa kysymyksessä kysyttiin, mitä TikTokin käytöllä on jo saavutettu. Vastauksista ilmeni, että TikTokilla oli saavutettu lisää näkyvyyttä, tiedonjakamista, sekä paikka missä kohdata nuoria ja olla heille tukena. Myös alustalla tapahtuvaan kiusaamiseen on pystytty puuttumaan. Vastauksia oli esimerkiksi: ”Nuorille tunnetta siitä, että olemme heidän jutuissaan läsnä, olemme trendien perässä, saatu myös näkyvyyttä ja katselukertoja” sekä ”Erityisesti TikTokiin ladatut videot rippikouluun liittyen ovat saaneet näkyvyyttä ja ne selvästi ovat myös antaneet tietoa nuorille.” Osa vastauksista kertoi myös, ettei TikTokilla ollut vielä saavutettu mitään, mutta heillä TikTok oli ollut vasta vähän aikaa käytössä. Yksi vastaajista kertoi myös saavutuksesta tarjota kristillistä maailman kuvaa sovelluksessa, ”Kysymyksiä on tullut runsaasti ja niihin on pystytty vastaamaan ja tarjoamaan kristillistä maailmankuvaa alustalla monien muiden äänten ja maailmankuvien lisäksi.”.

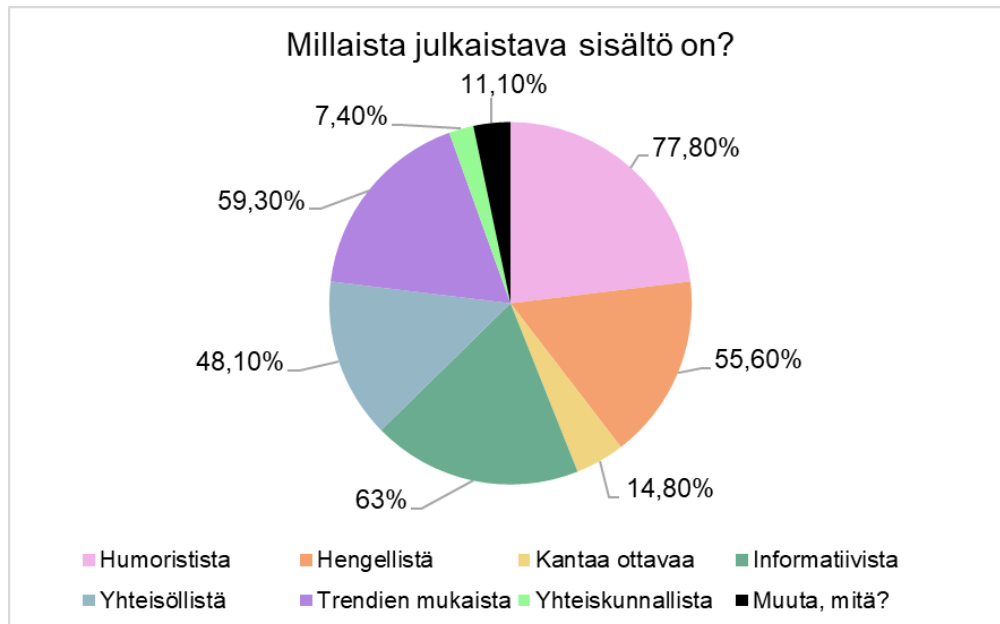
6.3.3 TikTokia työssään käyttävien julkaisutiheys ja sisältö

Kyselyssä kartoitettiin lisäksi sitä, kuinka usein julkaisuja tehdään. Suurin osa eli 44,5 % (N=12) vastaajista julkaisee sisältöä harvemmin kuin kerran kuukaudessa, 2–3 kertaa kuukaudessa julkaisee 37,0 % (N=10), kerran viikossa 7,4 % (N=2), 2–5 kertaa viikossa 7,4 % (N=2) ja joka päivä vain 3,7 % (N=1) vastanneista (Kuvio 5).



Kuvio 5. Kuinka usein TikTokia päivitetään.

Monivalintakysymyksellä kysyttiin, millaista julkaistava sisältö on. Vastaukset löytyvät kuvioista 6. Eniten TikTokiin lisättiin humoristista sisältöä 77,8 % (N=21). Informatiivista sisältöä 63 % (N=17), trendien mukaista sisältöä 59,3 % (N=16), hengellistä sisältöä 55,6 % (N=15), yhteisöllistä sisältöä 48,1 % (N=13), kantaa ottavaa sisältöä 14,8 % (N=4) ja yhteiskunnallista sisältöä 7,4 % (N=2). Vastausvaihtoehtona oli myös avoin vastaus, johon sai kertoa kirjallisesti, jos vastusta ei löytynyt vastausvaihtoehdoista. Vastauksia saatiin 11,1 % (N=3). Näihin vastauksiin sisältyivät ”harrastustoimintaa (kerhoja), kokkausta, askartelua yms.”, ”ei julkaista” sekä ”Edellisten riparien sisäisiä läppiä”.



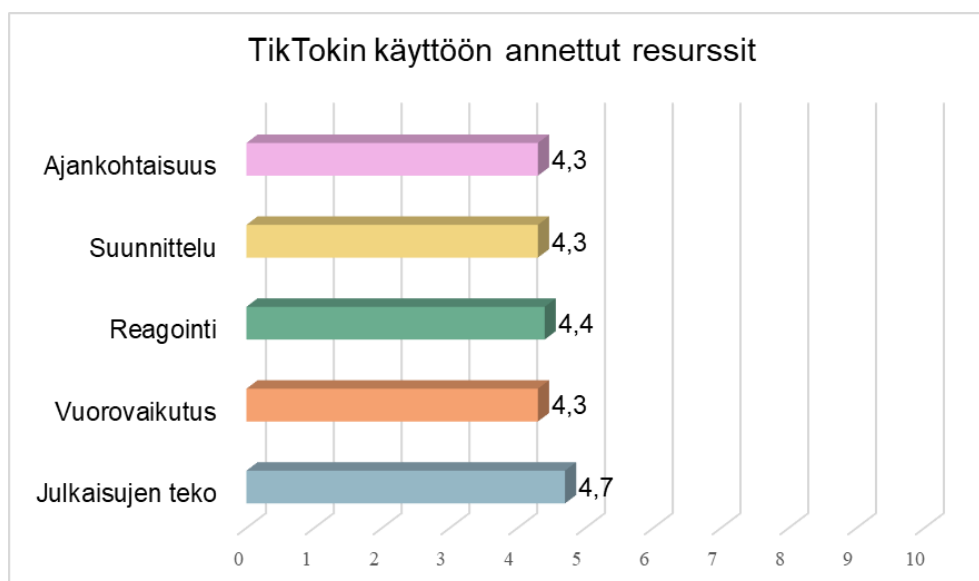
Kuvio 6. Millaista julkaistava sisältö on?

6.3.4 TikTokia työssään käyttävien resurssit

Kysymyksessä kaksitoista kysyttiin avoimella kysymyksellä TikTokin käyttöön annetuista resursseista. Vastauksissa korostui se, että työaikaa ei ole erikseen annettu TikTokin tekemistä varten. Annetuista resursseista nostettiin esiin työpuhelin ja työnjako. Vastauksia oli muun muassa ”Milloin ehtii ei erillistä sovittua aikaa tähän” sekä ”Toistaiseksi ei mitään. Saa tehdä, jos ehtii työn ohella”. Motivaatio on myös yksi vastauksista nouseva teema, vastauksessa ”Ei oo annettu, teen lähinnä, kun huvittaa ja yleensä innostun riparin aikana tekemään jotain”. Osalla vastaajista kuitenkin TikTok kuului työtehtäviin, mutta siihen varattua aikaa tai resurssia ei ollut vielä määritelty, ”TikTok on yksi työtehtäväni, mutta siellä ei ole osoitettu esim. Tiettyä aikaa” ja ”Mahdollisesti tullaan antamaan 1,5/vk kolmella työntekijälle työaikaa tehdä sisältöä. Vasta valmisteluvaiheessa.”.

TikTokin käyttäminen työvälineenä tarkoittaa julkaisujen luomisen lisäksi vuorovaikutusta tilillä, reagointia, suunnittelua sekä trendien ja ajankohtaisuuden seuranta. Kysymykseen oli annettu esimerkkejä aiheista, joihin kuuluivat julkaisujen teko, suunnittelu, vuorovaikutukset, reagointi, moderointi ja ajankohtaisuus. Kysymystä kysyttiin liukukytkin kysymyksillä, joissa arvo 0

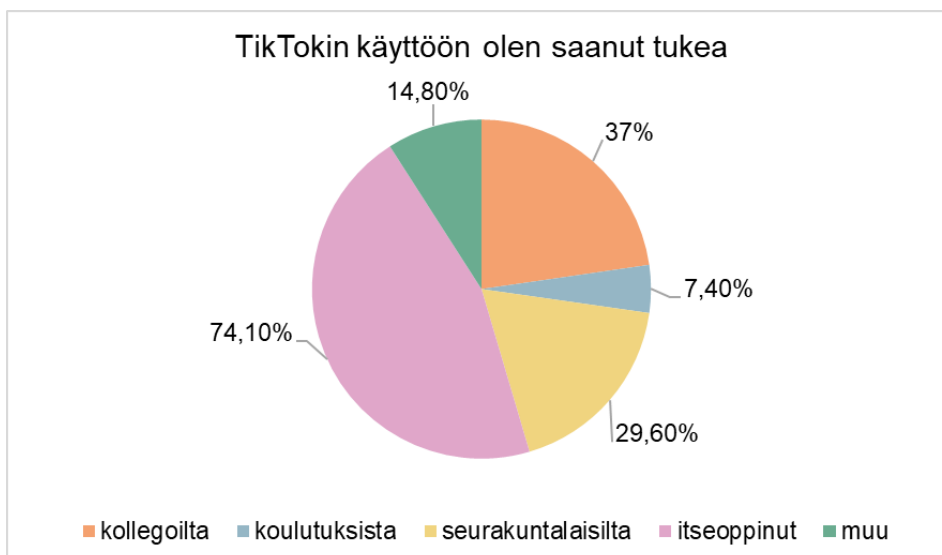
tarkoitti ei ollenkaan resursseja ja arvo 10 tarkoitti riittävästi annettuja resursseja. Kuviosta 7.



Kuvio 7. TikTokin käytön resurssit

6.3.5 TikTokia työssään käyttävien tuki sovelluksen käyttöön

Kuviosta 8. huomataan, että suurin osa vastaajista on itse oppinut TikTokin käyttäjä 74,1 % (N=20). Kollegoilta tukea saaneita oli 37,0 % (N=10), seurakuntalaisilta 29,6 % (N=8), muu vastauksia oli 14,8 % (N=4), joihin sisältyi ”En käytä TikTokia” sekä ”Isosilta ja omalta lapselta”, mutta ainoastaan 7,4 % (N=2) oli saanut jonkinlaista koulusta TikTokin käyttöön.



Kuvio 8. Tuen saanti TikTokin käytöstä

6.3.6 TikTokia työssään käyttävien saama palaute

Kyselylomakkeessa kysyttiin palautetta TikTokin käytöstä. Jokainen vastaaja kertoi palautteen olleen positiivissävytteistä tai ettei osaa kertoa. Palautetta oli kuultu varsinkin nuorilta, jotka olivat antaneet kiitosta humoristisesta sisällöstä sekä sisällön julkaisemisesta TikTokissa. Nuorten itse tekemä sisältö keräsi myös positiivista palautetta muilta nuorilta. Ainoa negatiivinen palaute, joka kyselylomakkeen vastauksissa tuotiin ilmi, liittyy TikTokin vaikutuksiin henkiseen hyvinvointiin.

7 OPINNÄYTETYÖN EETTISYYS JA LUOTETTAVUUS

Tutkimuspainotteinen opinnäytetyö perustuu julkisiin tietoihin sekä asiakirjoihin. Kyselylomakkeeseen vastaaminen on täysin vapaaehtoista eikä fyysiseen koskemattomuuteen puututa. Kysymykset eivät herätä poikkeuksellisen voimakkaita ärsykeitä eikä aiheuta vastaajalle tai vastaajan läheisille henkistä tai fyysistä haittaa. Edellä mainittujen perusteella tutkimuspainotteinen opinnäytetyö ei vaadi eettistä ennakoarviointia. (TENK, 2019.) Kyselyn saatekirjeessä oli tuotu esiin kyselyn käyttötarkoitus opinnäytetyöhön ja kyselyyn

vastaaminen oli vapaaehtoista, joten kaikki vastaukset huomioitiin opinnäytetyössä. Kyselylomake oli anonymi ja taustatieto ei ollut oleellista tutkimuksen kannalta. Kyselyä tehdessä ja lähettäessä huomioimme sen, että Espoo, nuorisotyönohjaajat sekä TikTokia käyttävät työntekijät voivat olla suuremmin edustettuna, sillä kysely kohdennettiin heihin lähettäessä. Voi olla, että alueelliset erot esimerkiksi arvoissa ja kirkon mielikuvan luomisessa ovat saattaneet vaikuttaa kyselyn tuloksiin.

Kyselytutkimuksen luotettavuutta vahvistimme lähettämällä kyselylomakkeen mukana saatekirjeen (LIITE 1), jossa kerrottiin opinnäytetyöstämme, kyselyn perustiedoista sekä siitä kenen kanssa opinnäytetyö tehdään yhteistyössä. Saatekirjeessä kerrottiin myös siitä, että haluamme vastauksia kaikilta kirkon työntekijöiltä, vaikka heillä ei olisikaan TikTokia käytössä. Saatekirjeessä esitelimme myös itsemme.

Opinnäytetyössä eettisyys ja luotettavuus näkyy kartoittavan tutkimuksen kysymysten laatimisessa, aineistojen keruussa sekä analysoimalla kartoittavaa tutki-musta luotettavasti ja läpinäkyvästi. Kyselyn vastaajille kerrottiin, että vastaaminen on vapaaehtoista ja kuvattiin, miten ja miksi aineistoa kerätään, käytetään ja analysoidaan. Kyselyn pystyi myös halutessaan keskeyttämään, jolloin vastaukset eivät tallentuneet Webropoliin. Kyselyyn vastattiin anonymisti vain ammattinimike mainiten. Kyselylomakkeella vastaaja pystyi halutessaan suositella eri seurakuntien tai seurakunnan työntekijöiden TikTok profiileja.

Kyselyssä oli valinta-, monivalinta- sekä avoimia kysymyksiä. Kysymykset laadittiin huolellisesti kyselyyn niin, etteivät ne olisi johdattelevia vaan mahdollistavat rehellisesti ja monipuoliset vastaukset. Kyselyn kysymyksissä huomioimme selkeyden, vaivattomuuden sekä eettisyyden. Monivalintakysymyksiin on usein helpompaa vastata ja niitä on myös helpompi analysoida, sillä vastausvaihtoehdot eivät ole niin laajat. On kuitenkin tärkeää, että kyselyssä on myös avoimet kysymykset, jotta saadaan paremmin kyselyyn vastanneiden äänet kuuluviin. Edellä mainittu yhdistelmä kysymyksiä auttoi varmistamaan sen, että tutkimus on kattava ja siitä sai monipuolisesti tietoa. Tämä lisäsi tulosten luotettavuutta. Kyselyssä hyödynnettiin Webropol-

sovellusta. Webropol on monipuolinen kysely- ja raportointisovellus, joka on tietoturvallinen ja täyttää korkeimmat turvallisuus määräykset sekä GDPR-vaatimukset. Webropolin käyttämät palvelimet sijaitsevat Suomessa. (Webropol, i.a.)

Opinnäytetyö toteutettiin yhdistämällä kyselyä sekä aiempaa tietoa, joka varmisti, ettei tulokset perustu vain yhteen näkökulmaan. Opinnäytetyötä on arvioitu työn eri vaiheissa opettajan sekä työyhteistyökumppanin toimesta ja raportointi on tehty selkeästi ja yksityiskohtaisesti. Kyselyyn vastasi 95 kirkon työntekijää, joten otoskoko on riittävä luotettavien johtopäätöksien tekoon. Opinnäytetyöryhmä on pysynyt tutkimuksen ajan puolueettomana ja tutkimus on tehty ilman ennakkoletuksia. Kyselyyn vastanneiden anonymiteetti lisäsi myös tutkimuksen luotettavuutta.

Tulevina sosiaalialan ammattilaisina meidän täytyy toimia sosiaalialan ammattietiikan ja eettisten periaatteiden mukaan. Sosiaalialan keskeisiä eettisiä periaatteita ja ammattietiikan lähtökohtia ovat ihmisarvo, ihmisoikeudet sekä sosiaalinen oikeudenmukaisuus, jotka ohjaavat ammatillista toimintaa, ratkaisuja ja valintoja. Kohtaamistyössä työntekijä joutuu kohtaamaan tilanteita, joissa pohditaan ja pidetään periaatteita ja niiden merkityksiä. (Talentia ry, 2022, s.7.) Tämän lisäksi saamme sosiaalialan koulutuksen kirkollisen kelpoisuuden ja kirkon nuoriso-työnohjaajilla on lisäksi myös omat eettiset ohjeet. Kirkon nuorisotyönohjaajat toimivat lasten ja nuorten kasvattajina Suomen evankelisluterilaisen kirkon tunnuksen mukaisesti sekä Suomen lakia noudattaen. Kirkon nuorisotyönohjaajien periaatteita ammattietiikassa ovat rehellisyys, oikeudenmukaisuus, armahtavuus sekä elämän ja luomakunnan kunnioittaminen. (Kasvatuksen ja nuorisotyönohjaajat KNT ry., i.a.) Sosiaalihuollon ammattieettisiä velvollisuuksia ovat sosiaalisen toimintakyvyn, yhdenvertaisuuden ja osallisuuden edistäminen, syrjäytymisen ehkäiseminen sekä hyvinvoinnin lisääminen (L817/2015 4. §).

Opinnäytetyön ohjaajamme kanssa arvioimme, että kyselyämme varten ei tarvita tutkimuslupia. Kyseessä ei ollut esimerkiksi mihinkään yhteen organisaatioon ja työryhmään liittyvä kysely, vaan linkkiä jaettiin useaan paikkaan, josta myös sen

nähneet ovat voineet lähettää linkin eteenpäin. Tämä on myös syy sille, miksi kyselyn vastauksiin pitää suhtautua hieman varauksella, koska vastausryhmä ei ole täysin rajattu, jolloin vastauksia on voinut tulla myös esimerkiksi ei kirkonalan työntekijöiltä.

Yhtenä eettisenä huomiona on otettava huomioon, että opinnäytetyö tehtiin opinnäytetyöryhmän jäsenen työpaikalle, jolloin on pitänyt huomioida kuinka jakaa vastuut ja miten erottaa työ ja opinnäytetyö, jotta opinnäytetyön sisältö on oikeanlaista eikä pidä sisällään esimerkiksi työntekijän omia mielipiteitä vaan varmistettua faktaa. Työelämäkumppaniin olemme pitäneet yhteyttä sähköpostiketjulla ja tapaamisilla, joissa opinnäytetyön ryhmän jäsenet ovat osallisina, jotta kaikilla on sama tieto ja sovitut asiat pitävät. Tämä osallaan on lisännyt luotettavuutta meidän sekä työelämäkumppanin välillä ja näin olemme varmistuneet siitä, että opinnäytetyössä on tiedot ajankohtaisia ja oikein.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

8.1 TikTokin käytön tavoitteet

Kyselyssä kysimme sosiaalisen median tavoitteita sekä erityisesti TikTokin käyttöön liittyviä tavoitteita. Vastauksista huomataankin, että sosiaalisella medialla tavoitellaan monipuolista viestintää, johon sisältyy useita päämääriä. Näistä merkittävimpiä olivat tiedottaminen, yhteisön rankentaminen, nuoremmille kohderyhmille suunnattu luonteva kanava, tehokas markkinointi sekä hengellisen sisällön jakaminen. Sosiaalinen media käytön avulla seurakunnan tavoittelevat parantamaan näkyvyyttä ja tavoitettavuutta. Kirkon nuorisotyönohjaajan kompetensseihin kuuluvat hengellisen työn osaaminen sekä yhteiskunnallinen ja yhteisöllinen osaaminen, jossa tehdään osallistavaa ja yhteisöllistä toimintaa, alueellista ja valtakunnallista vaikuttamista, seurakuntalaisten aktivointia sekä

viestintä- ja mediaosaamista, kuten mediakasvatusta ja viestintävälineiden käytön omaksumista. (Diakonia-ammattikorkeakoulu, i.a.).

Seurakuntien TikTokin sisällön tavoitteet oli monilla vastaajista vielä tekemättä tai tavoitteena pidetään samoja, kuin muulla sosiaalisella medialla. Tästä voidaan päätellä TikTokin olevan uusi virtaus, joka vaatii tutkimista ja tarkastelua vielä monella seurakunnalla. TikTokin on koettu tarjoavan seurakunnille arvokasta mahdollisuutta tavoittaa nuoria ja rakentaa yhteisöä osallistavan, humoristisen ja kevyen sisällön kautta. Useat vastaajat kertoivat, että haluavat olla nuorten elämässä mukana TikTokin kautta, jossa yhteisön rakentaminen, tiedon jakaminen ja seurakunnan toiminnan tutuksi tekeminen oli asetettu tavoitteeksi. TikTokin käytön tavoitteet voidaan nähdä osana laajempaa digitaalisten alustojen hyödyntämistä nuorten parissa tehtävässä työssä. Kirkon kasvatuksen barometri 2022 selvityksen mukaan digitaalisten alustojen käytöllä pyritään tukemaan nuorten kohtaamista ja osallistumista heidän omassa maailmassaan. Selvityksessä 61% nuorisotyöntekijöistä piti digitaalista kohtaamista yhtä tärkeänä kuin kasvokkain kohtaamista, mikä korostaa digitaalisten alustojen merkitystä nuorten tavoittamisessa sekä yhteisön luomisessa. (Suomen evankelis-luterilainen kirkko, 2022a, s. 259–261).

Vaikka osa vastaajista ei ollut asettanut TikTokin suhteen selkeitä tavoitteita, toiset olivat määritelleet konkreettisia tavoitteita kuten rippikoulujen suosion nostamisen, nuorten tavoittamisen ja näkyvyyden lisäämisen. Vastuullinen sisällöntuotto nousi merkittävänä näkökulmana, sillä seurakunnat pyrkivät luomaan TikTokiin terveellistä ja positiivista sisältöä. Monilla vastaajista oli suunnitelmassa TikTokin käytön kehittäminen tulevaisuudessa. Näihin kehityskohtiin kuuluivat julkaisutahtien tiivistäminen ja tavoitteellisen strategian. Näillä toimilla pyritään lisäämään alustan nuorisotyötä sekä, että TikTok toimisi tehokkaana alustana nuorten tavoittamiseksi ja seurakuntaan sitouttajaksi. Tehdyn kyselyn vastauksista huomataan julkaisutahdin olevan suurimmalla osalla seurakunnista harvemmin, kuin kerran kuukaudessa. Julkaisutahdin tiivistäminen auttaa pitämään yleisön sitoutuneena, parantaa sisältöjen tavoitavuutta ja näkyvyyttä.

Kyselyyn vastanneen kertoivat, että TikToken käytöllä on seurakunnissa saavutettu positiivisia tuloksia. Nuoret olivat aktiivisesti osallistuneet TikToken käyttöön, tuottamalla videoita ja seuraten seurakuntien tilejä. TikTok oli saavuttanut huomattavasti enemmän näkyvyyttä kuin muut somekanavat kuten Facebook tai Instagram. Erityisesti rippikouluihin liittyvät videot olivat saaneet suosiota. Tästä voikin päätellä, että nuoret haluavat olla osana luotavaa sisältöä ja on tärkeää, että kohdeyleisöä on mietitty seurakunnassa ennen julkaisujen luomista. TikToken avulla seurakunnat olivat myös saaneet näkyvyyttä alueille, jossa muuten seurakunnan toiminta toiminnasta oli ollut vaikeaa löytää tietoa. Vastaajat kertoivat myös, että nuoret olivat itse nostaneet esiin seurakuntalaisuuttaan ja esitelleet toimintaa.

Nuorten kysymyksiin oli pystytty vastaamaan TikToken kautta. Seurakunnat olivat pystyneet tarjoamaan kristillistä sisältöä keskusteluihin ja tämä oli lisännyt vuorovaikutusta, ymmärrystä ja tukea nuorten henkiseen hyvinvointiin. TikTokilla oli pystytty puuttumaan kiusaamistapauksiin ja tarjoamaan nuorille turvallinen ympäristö verkossa. TikTok oli siis osoittautunut tehokkaaksi työkaluksi erityisesti seurakuntien nuorisotyössä.

8.2 TikToken käytön resurssit

Lasten keskuksen ja Kirkkohallituksen tuottamassa kyselyssä käy ilmi jo vuonna 2022, että nuorisotyöntekijät kaipaivat sovellusten käytön suhteen enemmän osaamista ja koulutusta (Lehtonen & Jäntti-Tuominen, 2022, s. 26). Kuitenkin teettämämme kysely osoittaa, että vastaajista 74,1 % (N=20) oli itseoppineita TikToken käyttöön. Tämä osoittaa, että TikTokia käyttävät työntekijät olivat motivoituneita ja heillä oli tarve kehittyä työssään. Tämä ei kuitenkaan poista sitä, että vastaajat kokivat tarvitsevansa enemmän koulutusta ja tukea sovelluksen käyttöön, jotta he olisivat voineet hyödyntää TikTokia tehokkaammin työssään. TikTokia ei siis oteta käyttöön muutaman tunnin koulutuksella, jos sitä ei itse ole jo käyttänyt.

Vuonna 2019 tehdyssä tutkimukseen osallistuneet henkilöt kertoivat nuorisotyöntekijöillä olevan harvoin tarpeeksi resursseja tai tukea toteuttaa digitaalista nuorisotyötä (Pawluczuk ym., 2019, s. 61). Teettämämme kyselyn vastauksista voi päätellä, että TikTokia tehdään pääsääntöisesti muiden työtehtävien ohella ja työntekijöiden motivaation perusteella. Voikin todeta, että TikTokin luominen on enemmän työntekijöiden motivaation varassa, eikä sitä priorisoida työnantajan osalta.

Resursseja oli annettu kyselyyn vastaajille tasaisesti käytettäväksi niin julkaisun tekoon kuin tilin ylläpitämiseen. Vastauksista voi todeta, että resurssien jakautuminen julkaisujen teon ja tilin ylläpidon välillä on tärkeää, jotta kaikki oleelliset osat tulevat huomioiduksi. Tämä voi tukea organisaation tavoitteita sekä luoda syvempää sitoutumista muiden TikTokin käyttäjien kanssa, mikä voi lisätä vuorovaikutusta ja seuraajien määrää. Avoimista kysymyksistä voidaan päätellä, että esimerkiksi TikTokin julkaisuihin on tarpeeksi annettu aikaa, mutta itse aktiiviseen läsnä olevaan keskusteluun tai sivuston moderoimiseen ei ole aikaa ja se myös huolestutti useampaa vastaajaa.

Kyselyn vastaukset osoittavat, että julkaisuja tehdään melko harvoin ja epäsystemaattisesti. Toisaalta, kun julkaisuja tehdään harvemmin, jää enemmän resursseja tilin ylläpitämisen toimiin. Tämä voi tukea pitkäjänteisempää ja vaikuttavampaa läsnäoloa TikTokissa. TikTokin käytössä korostuu työntekijöiden oma-aloitteisuus, halukkuus oppia uusia taitoja sekä oma motivaatio toteuttaa TikTokia. Kollegoilta ja seurakuntalaisilta saatu tuki on ollut merkityksellistä, mutta koulutus on ollut erittäin vähäistä. Tämä viittaa tarpeeseen järjestää enemmän koulutusta ja ohjeistusta TikTokin käyttöön.

Kyselyssä kysyttiin, että pystytkö rajaamaan sosiaalisen median työtehtävät vain työajalle. Vastaukset jakautuvat tasan, mikä viittaa siihen, että asiaan liittyy monia eri näkökulmia sekä mahdollisia haasteita, varsinkin kun kyse on pääsääntöisesti työajattomista työntekijöistä. Tämä voi johtua siitä, että sosiaalisessa mediassa koetaan tarpeelliseksi olla jatkuvasti läsnä, mikä vaatii reagoitua myös työajan ulkopuolella. Tulosten perusteella huomataan, että sosiaalisen median työtehtävien rajaus on hankala kysymys, joka vaatii

työpaikalla tarkkaa pohdintaa ja selkeää rajausta työtehtäviin. Yhteenvedona voidaankin todeta, että TikTok vaatii merkittäviä resursseja, mukaan lukien aikaa, rahaa ja henkilöstöä seurakuntatyössä. Resurssien tasapainoinen jakautuminen tilin ylläpidon ja julkaisujen teon välillä on tärkeää, jotta sisällöstä saadaan vaikuttavaa sekä vuorovaikutteista.

8.3 Kokemuksia TikTokiin käytöstä

Kyselylomakkeen pohjalta voidaan todeta työntekijöiden määrän, mielenkiinnon ja resurssien olevan isoimpana huolena TikTokiin käytössä. Palaute kirkollisten toimijoiden sisältöön on kuitenkin positiivisävytteistä, joka kertoo nuorten viihtyvän seurakunnan luoman viihdyttävän sisällön parissa sekä kirkollisten toimijoiden sisällön tärkeydestä sosiaalisen median alustoilla.

Seurakunnat, joilla TikTok on jo käytössä, mielipiteet olivat yleisesti positiivisia ja he olivat löytäneet paljon hyötyjä TikTokiin käytöstä. Tästä voidaan päätellä, että TikTokia käyttävät näkevät alustan hyödyt käytännössä. Niillä vastaajilla, joilla TikTok ei ollut käytössä mielipiteet olivat yleisesti enemmän negatiivisia sekä epäluuloisia. Huoli heräsi tietoturvariskeistä, ajan ja resurssin puutteesta, osaamisesta ja halukuudesta sekä epävarmuudesta sisällöntuottoon. Yleisesti eniten keskustelua ja huolta TikTokiin käytössä on herättänyt tietoturvariskeihin, valeuutisiin ja addiktioihin liittyvät vaikutukset (Markkinointimaestro, 2024). TikTokiin myönteiset kokemukset tulevat esiin vasta kun alusta on käytössä ja epäluuloiset sekä negatiiviset mielipiteet saattavat johtua enemmän tuntemattomuudesta ja ennakkoluuloista, kuin alustan todellisista haasteista.

Vastaajista 67 % (N=46) oli pohtinut TikTokiin käyttöönottoa työyhteisössä. TikTok puhututtaa seurakunnissa ja seurakuntalaisten joukossa. Isoimmaksi syyksi sille, ettei TikTokia ole otettu käyttöön työyhteisöissä ovat edellä mainitut haasteet resursseista ja tietoturvariskeistä. 94,7 % (N=90) vastaajista käytti Instagramia, ja se vaikuttaa olevan tuttu, turvallinen ja osana työtä oleva sovellus. Käyttäjämääriltä suomalaiset käyttävät nykyään sosiaalisen median alustoista TikTokia neljänneksi eniten heti Facebookin, Youtuben ja Instagramin jälkeen

(Markkinointimaestro, 2024). Sisältö voi olla samankaltaista niin Instagramissa kuin TikTokissa, mutta se miten sovellukset tavoittavat nuoria, koettiin hyvin erilaiseksi. Nuoret ovat TikTokissa, ja sitä kautta heidät tavoittaa paremmin kuin esimerkiksi Instagramista. Vastauksista tuli myös ilmi, että TikTokin ajateltiin olevan sovellus, jonka suosio on ohimenevää, mutta toisaalta sekä Facebook että Instagram ovat julkistamisensa aikaan olleet uusia sovelluksia, jotka sittemmin vakiinnuttivat paikkansa myös työelämässä.

8.4 TikTokin eettisyys

TikTok on yksi suosituimmista sosiaalisen median alustoista, joka houkuttelee erityisesti nuoria käyttäjiä ympäri maailmaa. Vaikka se tarjoaa ainutlaatuisia mahdollisuuksia luovuudelle ja viihteelle, sen käyttöön liittyy monia eettisiä kysymyksiä. Kyselyn vastauksista huomataan TikTokin eettisyyttä kysyttäessä toistuvat teemat kuten tietoturva, kiusaaminen, addiktio sekä seksuaalinen häirintä. Ongelmien esille tuonti tarkoittaa myös mahdollisuutta reagoida ja puuttua häiriökäyttäytymiseen sekä mahdollistaa toisenlaisen sisällön näkemisen nuorille. Haitallisten sisältöjen näkeminen ja niiden vaikutus riippuu esimerkiksi lapsen ja nuoren iästä, herkkyydestä ja siitä pääseekö hän käsittelemään asiaa turvallisen aikuisen kanssa (Pelastakaa Lapset, ry, i.a.). Vastaajista moni pohtikin sitä, onko heillä resursseja turvallisena aikuisena toimimiseen. Tuloksista voi myös huomata, että sosiaalisen median alustoilla tarvitaan turvallisia aikuisia, puuttumaan häiriökäyttäytymiseen ja julkaisemaan hyvinvointia tukevaa sisältöä.

Eettisiä kysymyksiä herättää se, miten alusta vaikuttaa käyttäjiensä arvoihin, asenteisiin ja poliittisiin mielipiteisiin. Vastaajat tuovat ilmi samat haasteet myös muissa sosiaalisen median alustoilla sekä työntekijöiden vastuun julkaisuissa. Sosiaalinen media herättää aina keskustelua sekä mielipiteitä, koska se muuttuu ja uudistuu nopeasti eikä sisällön moderointi onnistu samaan tahtiin. Vastauksissa tuotiin esiin myös TikTokin kohderyhmän, joka sopii erityisesti lapsi- ja nuorisotyöhön.

Vastuu julkaisujen sisällöstä jää työntekijän vastuulle, jonka takia myös työntekijöiden jaksaminen ja hyvinvointi, palautteen saaminen sekä resurssit koetaan eettisinä kysymyksinä. TikTokin tietoturvasta voimme huomata työpuhelimien TikTokin käyttöä varten vähentävän huolta tietoturva kysymyksistä sekä tarkan harkinnan käyttöehdoista, joita hyväksytään sovelluksen käyttöönotto hetkellä.

9 POHDINTA

Tutkimuspainotteisessa opinnäytetyössä keskityttiin vastaamaan TikTokin käyttöönottoon liittyviin kysymyksiin työntekijöiden näkökulmasta. Tutkimuksen tekeminen on tärkeää digitaalisen nuorisotyön lisääntyessä ja kehittyessä. Sosiaalinen media on muuttanut merkittävästi tapaa, jolla ihmiset viestivät ja ovat vuorovaikutuksessa sekä henkilökohtaisessa että ammatillisessa elämässään. Sosiaalisessa mediassa on monenlaisia eri toimijoita, joten on tärkeää tuoda esiin sekä mainostaa myös kirkon toimintaa eri alustoilla. Digitaaliset alustat mahdollistavat helpon yhteydenpidon, yhteisöjen muodostumisen, mainostamisen sekä arvojen ja mielipiteiden esiin tuomisen. Sosiaalinen media muuttuu ja kehittyy nopeasti, jonka mukana erilaisten toimijoiden tulisi pysyä ihmisten hyväksi. Suositut sosiaalisen median alustat vaihtuvat myös nopeasti, joten resurssit tulee laittaa tärkeysjärjestykseen ja valita alustat, jotka eivät katoa heti käytöstä. Digitaalisen nuorisotyön kehittyminen vaatii lisää kouluttautumista, resursseja sekä asiakaskunnan toiveiden kuuntelua.

Tuloksista Espoonlahden seurakunta sai näkemyksen siitä, mitä hyvä ja tehokas TikTokin käyttö vaatii. He aikovat hyödyntää tutkimuksen tuloksia päätöksessään siitä, ottavatko he TikTokin käyttöön työssään. Opinnäytetyö mahdollistaa Espoonlahden seurakunnan lisäksi muille seurakunnille materiaalin pohdittaessa sosiaalisen median ja erityisesti TikTokin käyttöönottoa. Materiaali tuo esiin TikTokin käytön hyödyt ja haitat, jotka voidaan huomioida päätöksenteossa ja

sosiaalisen median alustojen vertailussa. Tutkimuspainotteista opinnäytetyötä voidaan hyödyntää jatkossa myös vertaamalla sitä aiempiin ja tulevaisuudessa tapahtuviin tutkimuksiin digitaalisesta nuorisotyöstä seurakunnilla. Materiaalin käytön jälkeen olisi tarpeen selvittää ja kartoittaa myös kohderyhmän mielipiteet esimerkiksi kyselyn kautta.

Digitaalisen nuorisotyön lisääntyessä uuden opettelemiseen sekä tutustumiseen tarvitaan resursseja, jonka huomataan olevan huolenaiheena ja heikkoutena. TikTokin käyttöön liittyvät haasteet painottuvat tietoturvakysymyksiin sekä eettisiin ongelmiin kuten kiusaamiseen. Kuitenkin samanlaiset ongelmat tulevat esiin kaikissa sosiaalisen median alustoissa. Organisaatioiden on tärkeää kehittää selkeitä käytäntöjä ja ohjeita sosiaalisen median käyttöön sekä tukea työntekijöitään näiden haasteiden hallinnassa. Nopeatempoisessa ympäristössä viestit voivat olla epäselviä tai tulkinnanvaraisia, mikä voi johtaa konflikteihin ja väärinkäsityksiin. Työntekijät voivat joutua kohtaamaan negatiivisia kommentteja ja kritiikkiä sosiaalisessa mediassa. Tämä voi vaikuttaa organisaation maineeseen ja työntekijöiden hyvinvointiin. Työntekijät voivat tuntea olevansa aina tavoitettavissa, mikä voi johtaa stressiin ja uupumukseen. On tärkeää luoda selkeät rajat työajan ja vapaa-ajan välille ja varmistaa, että työntekijöillä on mahdollisuus irrottautua työasioista vapaa-ajallaan.

Nuorten asiantuntijuutta voidaan pitää myös resurssina, jota voidaan hyödyntää digitaalisen nuorisotyön toteuttamisessa. Nuorten asiantuntijuus lisää nuorten osallisuutta ja tekee sisällöstä nuorten näköistä. Vahvuutena seurakunnalla on into oppia sekä kokeilla uusia tapoja toteuttaa nuorisotyötä ja kohdata nuoria laajemmin. Osaamisen kehittyminen on olennainen osa digitaalisen nuorisotyön onnistumista, jota tuetaan parhaiten mahdollistamalla erilaisia koulutuksia. Sosiaalisen median alustojen paljous ja nopea vaihtuvuus pakottaa kokeilemaan uusia alustoja matalammalla kynnyksellä, jonka takia suunnittelu ja arviointi on isossa roolissa digitaalisessa nuorisotyössä.

Opinnäytetyön aikana kartoitimme laajasti seurakunnan työntekijöiden näkemyksiä ja kokemuksia sosiaalisen median ja erityisesti TikTokin käytöstä. Kysely antoi meille arvokasta tietoa, joka auttoi meitä ymmärtämään paremmin

TikTokin sekä sosiaalisen median käyttöön liittyviä mahdollisuuksia sekä haasteita.

Kehitimme taitojamme tutkimuksen suunnittelussa sekä kyselyn laatimisessa ja analysoinnissa. Opimme myös paljon siitä, miten erilliset alustat tavoittavat eri kohderyhmiä ja miten niitä voitaisiin hyödyntää tehokkaassa viestinnässä ja kohtaamisessa. Yksi keskeisimmistä oppimiskokemuksistamme olikin tietoturvakysymysten ja resurssien hallinnan merkitys sosiaalisen median käytössä. Sosiaalisen median käyttäminen työssä vaatii huolellista suunnittelua ja resurssien optimointia.

Laadimme opinnäytetyön ja kyselyn mahdollisimman eettisesti, huomioiden sosiaalialan sekä kirkon nuorisotyönohjaajan kompetenssit. Saimme kyselyn vastauksissa arvostitaitaisia vastauksia, joita analysoimme neutraalisti emmekä tuoneet esiin omia näkökantojamme tuloksissa. Sosionomi, kirkon nuorisotyökoulutuksen kompetensseihin kuuluu osaaminen toimia eettisesti arvostitaitaisissa tilanteissa, edistää kansalaisten osallisuutta, tarjota mahdollisuuksia osallistumiseen sekä vaikuttamiseen eri toimijoiden kanssa, ymmärtää jumalanpalvelus sekä rukouselämän merkityksen, toteutumisen sekä pyhän kohtaamisen sekä edistää osallistavaa ja yhteisöllistä toimintaa. (Diakonia-ammattikorkeakoulu, i.a.) Edistimme tietoisuutta kirkon työntekijöiden osaamisesta ja saimme kyselyssä heidän ääntään kuuluviin. Jatkoa ajatellen on tärkeää tehdä tulevaisuudessa kysely myös TikTokin kuluttajille, jolloin heidän mielipiteensä ja kokemukset saadaan esiin. Tuloksista tuli kuitenkin ilmi, että esimerkiksi nuoria on osallistettu TikTok videoiden teossa, joten tätä opinnäytetyötä hyödyntävät voivat kokemuksien pohjalta tehdä valintoja kansalaisten osallistamisesta ja jumalanpalvelus- sekä rukouselämän lisäämisessä TikTokin sisältöihin.

Sosiaalialan kompetenssiin kuuluu tunnistaa ja arvioida riskejä- ja suojaiteijöitä sekä tukea tavoitteellisesti yksilöiden, ryhmien ja yhteisöjen kasvua (Sosiaalialan verkosto, 2023). Opinnäytetyön aikana arvioimme sosiaalisen median ja varsinkin TikTokin riskejä sekä suojaavia tekijöitä kuten kiusaaminen ja turvalliset aikuiset sosiaalisen median eri alustoilla. Sosiaalisen median alustat

mahdollistavat yhteisöjen kasvun ja oman yhteisön löytämisen. Osaamisvaatimukseen kuuluu soveltaa tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiomenetelmiä sekä tuottaa ja analysoida tietoa hyvinvoinnin edistämiseksi. (Sosiaalialanamkverkosto, 2023.) Opinnäytetyössä olemme soveltaneet aiempaa tutkimustietoa saatuun tutkimustuloksiin ja käyttäneet siitä muodostuneita johtopäätöksiä raporttiin. Opinnäytetyössä tarkastellaan TikTok alustalle liittymisen vaikutuksia nuorten hyvinvointiin. Osaamisvaatimukseen kuuluu myös edistää asiakkaiden, asiakasryhmien ja yhteisöjen osallisuutta ja osallistumisen mahdollisuuksia. (Sosiaalialanamkverkosto, 2023.) Kyselyn pohjalta tulee ilmi nuorten osallisuus eri sosiaalisen median alustoilla.

Oman ammatillisen osaamisemme kannalta valitsimme aiheen hyvin sekä ajan-kohtaisesti. Kiinnostus aihetta kohtaan kasvoi tutkimuksiin perehtymisen myötä lisää ja digitaalisen nuorisotyön käsite on tutumpi, vaikka koimme digitaalisen osaamisemme hyvänä jo opinnäytetyötä aloittaessa. Yhteistyötaidot sekä ongelman ratkaisukyky myös kasvoi prosessin aikana. Opinnäytetyö oli erittäin opettavainen ja auttoi meitä kehittymään ammattilaisina. Saimme arvokasta tietoa siitä, miten sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää seurakuntatyössä ja mitä haasteita siihen voi liittyä. Tämä antaakin meille vakaampaa pohjaa jatkaa työskentelyä sosiaalisen median parissa, etenkin seurakuntatyön puolella.

LÄHTEET

- Mannerheimin lastensuojeluliitto. (12.6.2024). Lapsi sosiaalisessa mediassa. <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/lapset-ja-media/lapsi-sosiaalisessa-mediassa/>
- Matta, N. (14.5.2024.) TikTok Addiction. Addiction Center. <https://www.addictioncenter.com/drugs/social-media-addiction/tiktok-addiction/>
- Espoon seurakunnat. (i.a.). *Sode*. Saatavilla 2.5.2024. <https://www.espoonseurakunnat.fi/sodesode>
- Verke. (i.a.). *Digitaalinen nuorisotyö*. Saatavilla 2.5.2024 <https://www.verke.org/verke/digitaalinen-nuorisotyö/>
- Muhonen, H & Varpula, S. (29.4.2024.) Kokoomusedustajat haluavat kieltää TikTokin. Helsingin Sanomat. <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000010392519.html>
- Mvhelsinki. (i.a.). *Tutkimusasetelma*. Saatavilla 27.4.2024 <https://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusasetelma.html>
- Someturva. (i.a.). *TikTok – turvaopas*. Saatavilla 27.4.2024 <https://www.someturva.fi/some/tiktok/>
- TikTok. (i.a.). *Uuden käyttäjän opas*. Saatavilla 27.4.2024 <https://www.tiktok.com/safety/fi-fi/new-user-guide/>
- Mäntysalo, J. (9.1.2024.) Supo varoittaa: Tiktok-käyttäjien tiedot voivat päätyä Kiinan turvallisuusviranomaisille. Yle.fi. <https://yle.fi/a/74-20068400>
- Ceci, L. (1.1.2024). Statista. Distribution of TikTok users worldwide as of January 2024, by age and gender. <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/>
- Matsa, K. (15.11.2023.) More Americans are getting news on TikTok, bucking the trend seen on most other social media sites. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/15/more->

[americans-are-getting-news-on-tiktok-bucking-the-trend-seen-on-most-other-social-media-sites/](#)

Karppinen, K. (11.11.2023.) Masentava sovellus. YLE. <https://yle.fi/a/74-20059318>

Indieplace. (15.6.2023). *Mikä on TikTok, ja mitä jokaisen tulisi tietää siitä?*
<https://www.indieplace.fi/mika-on-tiktok/>

Sosiaalialan verkosto. (20.4.2023) Sosiaalialan ammattikorkeakoulutuksen kompetenssit. Saatavilla 28.8.2024
<https://www.sosiaalialanverkosto.fi/sosiaalialan-tutkinnot-ja-kompetenssit/>

Missionalmarketing. (4.11.2022). *The ultimate guide to using tiktok for churches.*
<https://missionalmarketing.com/tiktik-for-churches-ultimate-guide/>

Nieminen, K. (1.10.2022). Viraalimarkkinointi – mitä se on miten viraaliksi pääsee? *Markkinoinnin tekoäly trendit.*
<https://markkinointitrendit.fi/v-kirjaimella-alkavat-sanat-65334/viraalimarkkinointi/>

Cătălina, F. (12.12.2021) *Motivation of TikTok Users.* International Journal of Current Science Research and Review.
https://www.researchgate.net/profile/Catalina-Fratila/publication/356734050_Motivation_of_Tiktok_Users/links/630712431ddd44702108b850/Motivation-of-Tiktok-Users.pdf

Pawluczuk, A., Webster, G., Smith, C., & Hall, H. (11.06.2019.) *The Social Impact of Digital Youth Work: What Are We Looking For?* Media and Communication.
https://discovery.dundee.ac.uk/ws/portalfiles/portal/117849050/MaC_7_2_-_The_Social_Impact_of_Digital_Youth_Work_What_Are_We_Looking_For_.pdf

L817/2015. Laki sosiaalihuollon ammattihenkilöistä. 26.6.2015/817
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2015/20150817>

Markkinointimaestro. (22.10.2014). Sosiaalisen median tilastot 2024.
<https://www.markkinointimaestro.fi/sosiaalisen-median-tilastot>

Kvantimotiv, (27.08.2010.) *Kyselyaineiston dokumentointi ja raportointi.*
<https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/raportointi/raportointi.html>

- Anderson, A., Faverio, M., Gottfried, J. (2023). *Teens, Social Media and Tehcnology 2023*. https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/20/2023/12/PI_2023.12.11-Teens-Social-Media-Tech_FINAL.pdf
- Dentsu Data Services. [Mediakasvatus]. (i.a.). *Median käyttö eri ikäryhmissä*. [PowerPoint-diat]. <https://mediakasvatus.fi/wp-content/uploads/2019/03/DDS-Mediank%C3%A4ytt%C3%B6-ik%C3%A4ryhmitt%C3%A4in-2018.pdf>
- Diakonia-ammattikorkeakoulu. (i.a.). *Osaamisvaatimukset: Sosionomi (Amk), kirkon nuorisotyö*. Saatavilla 28.8.2024 <https://www.diak.fi/opiskelu/opiskelijan-polku/opintojen-suorittaminen/arviointi/osaamisvaatimukset-sosionomi-amk-kirkon-nuorisotyö/>
- Että kukaan ei jää yksin. (2021). Teoksessa *Suomen evankelis-luterilaisen kirkon kasvatuksen ulkopuolisuuden ehkäisyn suuntaviivat*. Suomen ev.-lut. *Kirkon julkaisuja 97, Kirkko ja toiminta*. Kirkkohallitus. <https://julkaisut.evl.fi/catalog/Tutkimukset%20ja%20julkaisut/r/4259/viewmode=previewview>
- Fernandez-de-Castro, P., Armada, D., Moyana, S., & Sampedro V. (2023). *Digital youth work: a systematic review whit a proposal* <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=26af1326-b8b1-4e4c-bd75-1a18dab2bc4f%40redis>
- Häkkinen, T. (2015). *Tutkimuskohteena Suomen evankelisluterilaisen kirkon nuorisotyön itseymmärrys*. <file:///C:/Users/Jonna/Downloads/122667-Artikkelin%20teksti-252997-1-10-20221029.pdf>
- Hintsala, M-A., & Ritokoski, S. (2011). Luottamuksen rakentuminen lasten ja nuorten verkkoyhteisöissä kirkon työssä. Teoksessa M-A. Hintsala, E. Kähkönen, & T. Rauha (toim.), *Verkkoa kokemassa, Hengellisyys ja vuorovaikutus verkkoyhteisöissä* (s. 99-111). Diakonia-ammattikorkeakoulu. <https://core.ac.uk/download/pdf/161423782.pdf>

- Hotulainen, R. (i.a.) Aineiston keruu kyselylomakkeella. Menetelmäopas.
<https://www.mv.helsinki.fi/home/hotulain/Tilasto/Kyselomakeohjeet.htm>
- Järjestödiggi. (2022). *Järjestödiggi-kartoitus* 2022.
<https://bin.yhdistysavain.fi/1602444/Xkr3jHDDFI2W7cMrTGvGOYmDS6/J%C3%A4rjest%C3%B6diggi-kartoitus%20tulokset%202022.pdf>
- Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina (2021). *Etnografia. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Saatavilla 26.05.2024
<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitav-an-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/analyysi-ja-tulkinta/>
- Kasvatuksen ja nuorisotyön asiantuntijat knt ry. (i.a.). *Eettiset ohjeet*. Saatavilla 2.5.2024 <https://www.knt.fi/liitto/perustietoa/eettiset-ohjeet/>
- Kauppila, H. (toim.). (2021). *Kasvu vapautteen – Nuorten rinnalla seurakunnassa*. Kirjapaja.
- Kiilakoski, T. (toim.) (2023) *Katsomusaiheita. Nuorisobarometri 2023*. Valtion nuorisoneuvosto, Nuorisotutkimusseura ja opetus-
kulttuuriministeriö. <https://tietoanuorista.fi/wp-content/uploads/2024/05/Nuorisobarometri-2023-Katsomusaiheita-2.pdf>
- Kokkonen, L. (2022). Kirkkona TikTokissa: Suomen kirkot sosiaalisessa mediassa. *Teoksessa V-M. Salminen & N. Huttunen (Toim.), Spiritualiteetti 2020-luvun Suomessa*. Suomen ev.-lut. kirkon tutkimusjulkaisuja, Nro 137. (s. 389–407). Kirkon tutkimus ja koulutus, Helsinki.
<https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/c78d59b0-beeb-4e31-bac9-31b0e9dd2976/content>
- Lehtonen, N., & Jäntti-Tuominen, N. (2022). *Digitaalinen nuorisotyö seurakunnissa*. Lasten ja nuorten keskus ry.
https://www.lastenjanuortenkeskus.fi/wp-content/uploads/2022/11/Digitaalinen_nuorisotyö_seurakunnissa_2022-1.pdf
- Ohtonen, P., & Blanc, M., (2024). *Rippikoulututkimus. Espoolaisten nuorten ja vanhempien mielipiteet rippikoulusta ja päätöksentekoon*

vaikuttavista asioista. [PowerPoint-diat]. <https://evl.fi/plus/wp-content/uploads/sites/3/2024/02/Espoolaisten-nuorten-ja-vanhempien-mielipiteet-rippikoulusta-ja-paatoksentekoon-vaikuttavista-asioista.pdf>

Pelastakaa Lapset Ry. (i.a.). *Digitaalisen hyvinvoinnin kulmakivet*. Saatavilla 27.8.2024. <https://www.pelastakaalapset.fi/tyomme/mita-teemme/digitaalinen-lapsuus/digitaalinen-hyvinvointi-ja-turvallisuus/tietoa-digitaalisesta-hyvinvoinnista-ja-turvallisuudesta/>

Sosiaalialan korkeakoulutettujen ammattijärjestö Talentia ry. (2022). *Arki, arvot ja etiikka, Sosiaalialan ammattihenkilön eettiset ohjeet*. <https://talentia.lukusali.fi/#/reader/4fb08bf6-d9e1-11ed-bdad-00155d64030a>

Suojellaan Lapsia Ry. (2023-a) *Online crimes of sexual violence against children in Finland - Experiences of Finnish survivors and results from perpetrator research*. <https://www.suojellaanlapsia.fi/en/post/online-crimes-of-sexual-violence-against-children-in-finland>

Suojellaan Lapsia Ry. (2024-b). *Tech Platforms used by Online Child Sexual Abuse Offenders*. https://bd9606b6-40f8-4128-b03a-9282bdcfff0f.usfiles.com/ugd/bd9606_0d8ae7365a8f4bfc977d8e7aeb2a1e1a.pdf

Suomen ev.lut.kirkko. (i.a.) *Ikäkausien teemat nousevat elämästä ja uskosta*. <https://evl.fi/plus/seurakuntaelama/polku-toimintamalli/ikakaudet-ja-teemat/>

Suomen ev.lut.kirkko. (2012). *Nuoret seurakuntalaisina*. [Kehittämisasiakirja] Saatavilla 15.5.2024. <https://evl.fi/plus/seurakuntaelama/kasvatus/nuorisotyö/nuoret-seurakuntalaisina-kehittämisasiakirja/>

Suomen ev.lut.kirkko. (2015). *Meidän kirkko – kasvamme yhdessä*. [Kehittämisasiakirja] Saatavilla 15.5.2024. <https://evl.fi/plus/wp-content/uploads/sites/3/2023/07/Meidan-kirkko-Kasvamme-yhdessa.pdf>

Suomen ev.lut.kirkko. (2022-a). *Seurakuntien nuorisotyön ja nuorisotyöntekijöiden ammatti-identiteetin muutos ensimmäisen*

- pandemiavuoden aikana.*
<https://julkaisut.evl.fi/catalog/Tutkimukset%20ja%20julkaisut/r/4341/viewmode=previewview>
- Suomen ev.lut.kirkko. (2022-b). *Seurakuntien nuorisotyön ja nuorisotyöntekijöiden ammatti-identiteetin muutos ensimmäisen pandemiavuoden aikana.*
<https://julkaisut.evl.fi/catalog/Tutkimukset%20ja%20julkaisut/r/4341/viewmode=previewview>
- Suomen ev.lut.kirkko. (2023-a). *Turvallinen seurakunta.*
<https://evl.fi/plus/seurakuntaelama/turvallinen-seurakunta/>
- Suomen ev.lut.kirkko.(2023-b). *Milleniaalien polut.*
<https://julkaisut.evl.fi/catalog/Tutkimukset%20ja%20julkaisut/r/4337/viewmode=previewview>
- SurveyMonkey. (i.a.). *Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot.* Saatavilla 27.4.2024 <https://fi.surveymonkey.com/mp/quantitative-vs-qualitative-research/>
- TENK. (2019.) Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019.
https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf
- Tilastokeskus. (2021). *Mitä kuuluu vapaa-aikaan? Tutkimus, tieto ja tulkinnat.* [Tietokanta].
https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/184703/yeli_vapm_202100_2021_net.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Uutismedian liitto. (2024). *Nuoret ja uutismedia suhde.*
<https://www.uutismediat.fi/wp-content/uploads/2024/01/ul-nuoret-ja-uutismediasuhde-tutkimus-2024-keskeiset-tulokset.pdf>
- Webropol. (i.a.). *Kehitä ja johda ajantasaisella tiedolla.* <https://webropol.fi/>

LIITE 1. Saatekirje

Moi kirkon työntekijä! 😊

Teemme kyselyä opinnäytetyötämme varten koskien Suomen evankelis-luterilaisen kirkon työntekijöiden sosiaalisen median, erityisesti TikTokin käyttöä työvälineenä. Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Espoonlahden seurakunnan nuorisotyön kanssa. Kysely on auki 16.5.–30.5.

Toivomme vastaustasi, vaikka sinulla/työyhteisölläsi ei olisikaan TikTok käytössä työvälineenä. Kyselyn pituus on noin viisi minuuttia ja se sisältää valinta-, monivalinta- sekä avoimia kysymyksiä. Kysely on anonyymi, mutta halutessasi voit suositella mielenkiintoisia kirkon alojen käyttäjätilejä. Kiitos vastauksista 🤍

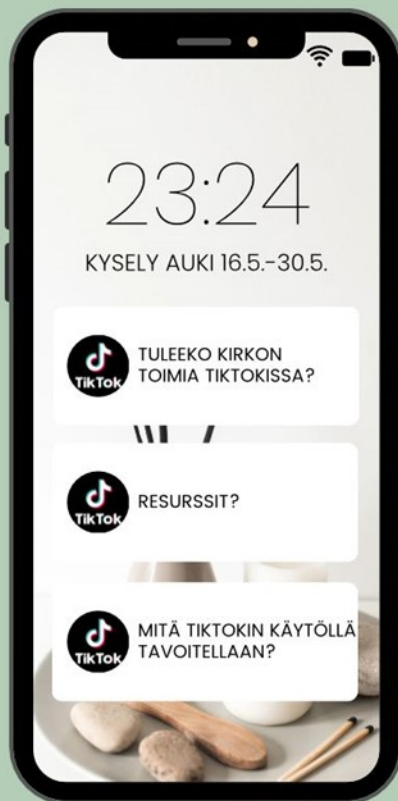
Ystävällisin terveisin: Diakonia-ammattikorkeakoulun sosionomi ja kirkon nuorisotyön opiskelijat Juha, Nelli, Jonna ja Natasha 🌻

Linkki kyselyyn: <https://link.webpolsurveys.com/.../772cadd5-5a38-433e-b3bc...>

Ps. Linkkiä saa jakaa muillekin kirkon työntekijöille! 😊

OPINNÄYTETYÖTÄ VARTEN

KYSELY KIRKON TYÖNTEKIJÖILLE TIKTOKIN KÄYTÖSTÄ TYÖVÄLINEENÄ



LIITE 2. Kyselylomakkeen kysymykset

**SUOMEN EVANKELIS-LUTERILAISEN KIRKON
TYÖNTEKIJÖIDEN TIKTOKIN KÄYTTÖ TYÖVÄLINEENÄ**

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tämä kysely on tehty opinnäytetyötä varten koskien sosiaalisen median, erityisesti TikTokin käyttöä Suomen evankelis-luterilaisissa seurakunnissa. Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä Espoonlahden seurakunnan nuorisotyön kanssa.

Arvostamme kaikkia vastauksia oli TikTok käytössä työvälineenä, ei käytössä tai vasta harkinnassa. Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja sen voi jättää halutessaan kesken. Vastaaminen vie noin viisi minuuttia ja se sisältää valinta-, monivalinta- sekä avoimia kysymyksiä. Kysely on anonyymi, mutta halutessasi voit suositella mielenkiintoisia kirkon alojen käyttäjätilejä.

Ystävällisin terveisin: Diakonia-ammattikorkeakoulun sosionomi ja kirkon nuorisotyön opiskelijat Juha Eriksson, Nelli Eväkoski, Jonna Minerva ja Natasha Penney :)

2. Mitä sosiaalisen median alustoja käytetään työssänne? Voit valita useamman.

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- TikTok
- X (Entinen twitter)
- Muu, mikä?

3. Mitä sosiaalisen median käytöllä työssä tavoitellaan? *

4. Mitä sosiaalisen median käytöllä työssä on saavutettu? *

5. Pystytkö rajaamaan sosiaalisen median työtehtävät vain työajalle?

- Kyllä
- Ei

6. Onko teillä TikTokissa käytössä *

- koko seurakunnan yhteinen käyttäjätili
- tiimin käyttäjätili (Esim. Nuorisotiimin yhteinen)
- yksittäisen työntekijän käyttäjätili (Esim. nuorisotyönohjaaja Karo)
- muu mikä?

7. Miksi päädyitte tähän käyttäjätilin muotoon? *

8. Mitä tavoitteita olette asettaneet TikTokin suhteen? *

9. Mitä TikTokin käytöllä on jo saavutettu?

10. Kuinka aktiivisesti sisältöä julkaistaan TikTokissa? *

- Joka päivä
- 2-5 kertaa viikossa
- Kerran viikossa
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerran kuukaudessa

11. Millaista julkaistava sisältö on? Voit valita useamman *

- Humoristista
- Hengellistä
- Kantaa ottavaa
- Informatiivista
- Yhteisöllistä
- Trendien mukaista
- Yhteiskunnallista
- Muuta, mitä?

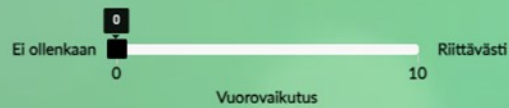
Seuraavat kysymykset kohdistuvat TikTokin käytön resursseihin. Liukukytkimen alla on aihe, johon resurssi liittyy.

12. Millaisia resursseja on annettu ja kuinka paljon? *

13. Kuinka paljon TikTokin käyttöön on annettu resursseja. *



14. Kuinka paljon TikTokin käyttöön on annettu resursseja. *



15. Kuinka paljon TikTokin käyttöön on annettu resursseja. *



16. Kuinka paljon TikTokin käyttöön on annettu resursseja. *



17. Kuinka paljon TikTokin käyttöön on annettu resursseja. *



18. TikTokin käyttöön olen saanut tukea? Voit valita useamman. *

- kollegoilta
 koulutuksista
 seurakuntalaisilta
 olen itseoppinut
 muu, mikä?

19. Millaista palautetta olette saaneet TikTokin käytöstä? *

20. Onko TikTokin käyttöönottoa pohdittu työyhteisössänne? *

- Ei
 Kyllä

21. Miksi TikTokia ei ole otettu käyttöön seurakunnassa? *

22. Millaisia haasteita TikTokin käytössä seurakuntatyössä voi olla? *

23. Millaisia hyötyjä TikTokin käytössä seurakuntatyössä voi olla? *

24. Millaista mielikuvaa kirkosta pyritään TikTokilla luomaan? *

25. Tuleeko kirkon toimia TikTokissa? Perustelut. *

- Ei, koska
 Kyllä, koska
 En osaa sanoa

26. Mitä eettisiä kysymyksiä TikTokin käyttö herättää? (Esim. kiusaaminen, kirkon arvot, ilmiöt) *

27. Onko sinulla mielessäsi mielenkiintoisia kirkollisia TikTok-käyttäjiä?