

# Sosiaalisen median merkitys osana nuorten kehonkuvan rakentumisesta

Anna Aatsinki  
Kasvatustiede  
Sara Heikkinen  
Aikuiskasvatustiede  
Pro gradu -tutkielma  
Lapin yliopisto  
Kasvatustieteiden tiedekunta  
2020

## **Lapin yliopisto, kasvatustieteiden tiedekunta**

Työn nimi: Sosiaalisen median merkitys osana nuorten kehonkuvan rakentumista

Tekijät: Anna Aatsinki & Sara Heikkinen

Koulutusohjelma/oppiaine: Kasvatustiede, aikuiskasvatustiede

Työn laji: Pro gradu -työ [X] Laudaturtyö [ ] Lisensiaatintyö [ ]

Sivumäärä: 85, liitteitä 6

Vuosi: 2020

### Tiivistelmä:

Tutkielmassa vastaamme seuraavaan kysymykseen: millä tavoin sosiaalinen media luo merkityksiä nuorten käsityksiin heidän omasta kehostaan? Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten 13–15-vuotiaat tytöt ja pojat kokevat oman kehonkuvansa ja millä tavoin sosiaalinen media muokkaa sitä. Tutkielman aihe on ajankohtainen, koska nuoret käyttävät aktiivisesti sosiaalista mediaa ja aihetta on nostettu esille myös eri medioissa.

Tarkastelemme teoriaosuudessa nykypäivän medioitunutta kulttuuria, millaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat sekä sosiaalisen median merkityksellisyyttä kehonkuvan rakentumisessa. Lisäksi avaamme käsitettä kehonkuva, miten se määritellään, mitkä asiat siihen vaikuttavat ja miten se näyttäytyy nuoruudessa. Lähestymme kehonkuvaa sosiokulttuurisesta näkökulmasta, koska koemme, että ympäristöllä on suuri vaikutus yksilön käsityksiin omasta kehosta.

Tutkimus on fenomenografinen ja käytämme fenomenografista analyysitapaa. Aineisto muodostuu haastatteluista, sähköpostihaastatteluista ja pienistä kyselyistä. Yhteensä tutkimukseen osallistui 14 nuorta.

Tutkimuksen tuloksissa ilmeni, että pääsääntöisesti nuoret pitävät kehostaan. Tulokset ovat kuitenkin sukupuolittuneita. Ainoastaan tytöissä on heitä, jotka eivät pidä omasta kehostaan, vertaavat itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin sekä kokevat ulkonäköpaineita. Pojat kokevat, että sosiaalinen media vaikuttaa positiivisesti heidän kehonkuvaansa. Tyttöjen ja poikien kehoihanteet vastaavat yhteiskunnallista käsitystä ihannekehosta. Sekä tytöt että pojat ottavat sosiaalisesta mediasta vaikutteita erityisesti pukeutumiseen. Lisäksi tytöillä sosiaalinen media on saanut aikaan toimintaa kehonmuokkauksen toivossa ja pojilla taas liittyen muuhun ulkonäköön.

Avainsanat: Kehonkuva, sosiokulttuurinen näkökulma, sosiaalinen media, nuoret, käsitykset, fenomenografia

# Sisällys

1 Johdanto.....	4
2 Sosiaalisen median merkitys nuoruudessa .....	6
2.1 Medioitunut ja kuvallistunut kulttuuri .....	6
2.2 Nuoret sosiaalisessa mediassa .....	10
2.3 Merkityksellinen media .....	12
3 Kehonkuva.....	15
3.1 Kehonkuvan määrittelyä .....	15
3.2 Sosiokulttuurinen näkökulma.....	18
3.3 Oma keho nuoruudessa .....	22
4 Tutkimuksen toteutus ja menetelmät.....	26
4.1 Tutkimuskysymykset .....	26
4.2 Aineistonkeruumenetelmät .....	28
4.3 Fenomenografia .....	33
4.4 Aineiston analyysi.....	36
4.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys .....	44
5 Tulokset .....	48
5.1 Käsitteitä kehosta.....	48
5.2 Sosiaalinen media vaikutteiden välittäjänä .....	52
5.3 Sosiaalisen median yhteys ajatuksiin ja tunteisiin itsestä.....	56
6 Lopuksi .....	62
6.1 Yhteenveto .....	62
6.2 Pohdinta .....	64
Lähteet .....	70
Liitteet.....	86

# 1 Johdanto

Tämän tutkielman tarkoituksena on tarkastella sosiaalisen median merkitystä nuorten kehonkuvan rakentumisessa. Olemme kiinnostuneita siitä, miten sosiaalinen media muokkaa 13–15-vuotiaiden käsityksiä heidän omasta kehostaan. Olemme tehneet kandidaatintutkielman aiheesta “Tyttöjen käsityksiä kauneudesta ja kauneusihanteista”, jonka tulosten perusteella medially on suuri rooli esimerkiksi ulkonäköpaineiden syntyisessä (Aatsinki & Heikkinen 2019). Sosiaalisen median vaikutus ulkonäköpaineisiin ja kehonkuvaan on ollut myös esillä mediassa ja uutisissa lähivuosina (ks. Yle Uutiset 2020; Hanhirova 2019).<sup>[1]</sup> Näistä syistä johtuen aihe on mielestämme hyvin ajankohtainen ja tutkimisen arvoinen.

Sosiaalisen median merkityksellisyyttä, kehonkuvaa ja ulkonäköpaineita on tutkittu paljon (ks. Aarnio & Multisilta 2012; Brown & Tiggemann 2016; Grabe, Ward & Hyde 2008). Aikaisempi tutkimus on kuitenkin keskittynyt enemmän tyttöjen käsityksiin ja kokemuksiin. Halusimme ottaa tähän tutkimukseen myös poikien käsitykset mukaan. On mielenkiintoista saada tietoa siitä, eroavatko tyttöjen ja poikien käsitykset mahdollisesti toisistaan ja millä tavoin. Kandidaatintutkimuksessa tutkimme 18-vuotiaiden tyttöjen käsityksiä ja tutkimuksessa ilmeni, että suurimpia ulkonäköpaineita koetaan yläkouluiässä. Tästä johtuen halusimme rajata ikäryhmän koskemaan yläkouluiäisiä. Osa vastaajista nimesi itsensä pojiksi ja tytöiksi ja osa naisiksi ja miehiksi. Selvyden vuoksi tässä tutkimuksessa puhumme nuorista tytöinä ja poikina, emmekä naisina ja miehinä.

Rajasimme tutkimuksen koskemaan nimenomaan sosiaalista mediaa sen visuaalisuuden vuoksi. Lisäksi sosiaalinen media on muihin medioihin verrattuna suhteellisen nuori, eikä sen merkitystä kehonkuvaan ole Suomessa tutkittu niin paljon kuin muiden medioiden merkitystä. Sosiaalinen media on myös erityisesti nuorten suosiossa ja siellä vietetään paljon aikaa. Sosiaalisen median sisällöt

<sup>[1]</sup> Yle Uutiset 2020. Löytyy www-muodossa: <https://yle.fi/uutiset/3-11223585>  
Hanhirova 2019. Löytyy www-muodossa: <https://moreenimedia.uta.fi/2019/11/13/naiset-kokevat-miehia-enemman-ulkonakopaineita-mutta-asiantuntijat-nakevut-somessa-paljon-hyvaa-taman-hetken-nuoret-ovat-kasvaneet-kehopositiivisuuspueeseen/>

keskittyvät kuviin ja videoihin sekä niihin tuleviin tykkäyksiin ja kommentteihin. Tähän tutkimukseen osallistuneet nuoret käyttävät paljon juuri Instagramia ja Snapchattia, jotka molemmat perustuvat visuaalisuuteen. Tässä tutkielmassa sosiaalisen median sisällöillä tarkoitamme kuvia, videoita, tykkäyksiä ja kommentteja.

Puhumme tutkielmassamme käsityksistä ja merkityksistä. Käsitykset ovat ihmisten kokemusmaailmasta kumpuavia ajatuksia ja ymmärtämisen tapoja ilmiöstä. Koska ihmiset kokevat asiat eri tavoin, ovat heidän käsityksetkin samoista ilmiöistä erilaisia. Tässä tutkielmassa olemme kiinnostuneita nuorten erilaisista tavoista käsittää, millä tavoin sosiaalinen media luo merkityksiä heidän käsityksiin omasta kehostaan. Merkityksellä tarkoitamme sitä arvoa, joka ilmiölle annetaan. Merkitykset rakentuvat yksilön omasta kokemuspohjasta sekä ulkoapäin tulevista merkityksistä. Merkitykset vaikuttavat aina siihen, miten maailma nähdään.

Tutkimuksemme on laadullinen ja käytämme fenomenografista tutkimusotetta. Koska tutkimme nuorten käsityksiä, on fenomenografia mielekäs ja tarkoituksenmukainen tapa lähestyä tutkimusongelmaamme. Emme pyri luomaan yleistettävää totuutta, vaan tarkoituksena on kuvailla nuorten käsityksiä sekä niiden erilaisuutta ja yhteneväisyyttä. Tutkielman teoreettinen viitekehys koostuu kahdesta pääluvusta, joissa käsittelemme sosiaalisen median merkityksellisyyttä ja kehonkuvaa. Tämän jälkeen avaamme tutkimuksemme menetelmiä, sen toteutukseen liittyviä vaiheita sekä eettisiä pohdintoja. Tulosluvussa esittelemme analyysiprosessin myötä saamiamme tuloksia, joita tarkastelemme teoreettista viitekehystä mukana kuljettaen. Lopuksi vedämme tulokset vielä yhteen ja pohdimme niistä esiin nousseita ajatuksia.

## 2 Sosiaalisen median merkitys nuoruudessa

### 2.1 Medioitunut ja kuvallistunut kulttuuri

Kulttuuri voidaan nähdä prosessina, joka muokkaantuu koko ajan, koska sitä tuotetaan jatkuvasti monilla tavoilla. Nykyään medialla on todella suuri rooli tässä kulttuurin muutosprosessissa. (Herkman 2001, 18.) Suoranta (2001, 18) puhuu mediakulttuurin käsitteestä, jolla tarkoitetaan yhteiskunnallista tilannetta, jossa suurin osa havainnoista saadaan jonkin median välityksellä. Digitaalisissa verkkokulttuureissa toiminta näkyy monitahoisena. Median avulla kulttuuria luodaan, levitetään ja muokataan. Median muutosprosessissa on mukana jokainen mediaa käyttävä yksilö. (Sintonen 2018, 84.) Voidaan puhua osallistuvasta ja sosiaalisesta internetistä, jossa käyttäjää ei nähdä enää vain kuluttajana, vaan tuotantoon osallistuvana tekijänä (Sassi 2009, 36). Tietyt mediateknologian piirteet myös suosivat käyttäjien aktiivista osallistumista ja vuorovaikutuksellisuudesta tulee tärkeä motiivi median käytölle. Mediayhteiskunnassa elävää voidaan kutsua median kuluttajaksi, käyttäjäksi, kokijaksi ja tuottajaksi. (Seppänen & Väliverronen 2012.)

Median ja internetin käyttö on nykynuorille arkipäivää ja se lomittuu päivän kaikkien askareiden kanssa. Nyky-yhteiskuntaa voidaankin kuvata medioituneeksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että ihmisten elämä määrittyy pitkälti median ja sen logiikan mukaisesti. (Wilska 2018, 35–36.) Tämän lisäksi eri medioiden läsnäolo nähdään jo itsestäänselvyytenä ja niiden merkitys jokapäiväisessä elämässä on vain kasvanut koko ajan (Seppänen & Väliverronen 2012). Wiio (2006, 34–35) tiivistää medioitumisen neljään kohtaan: median kasvu ja mediateknologian lisääntyminen, kokemusten muuttuminen median välittämiksi, perinteisten instituutioiden korvautuminen viestintäinstituutioilla sekä perinteisten instituutioiden toimiminen

median kautta ja sen ehdoilla. Nuorten elämä nähdään voimakkaimmin medioituneena ja nuorten keskuudessa medioita käytetään lähes koko ajan (Wilska 2018, 35–36). Medioita käytetään myös yhä enemmän rinnakkain sekä eri medioita myös samanaikaisesti (Seppänen & Väliverronen 2012).

Medioituneessa kulttuurissa eri medioihin käytettyä aikaa ei voida pitää enää muusta toiminnasta erillisenä (Rahja 2013, 22; Herkman 2001, 18, 231; Suoranta 2001, 18; Uusitalo, Vehmas & Kupiainen 2011, 26; Mäntymäki 2012, 19–20). Nuoret viettävät enemmän aikaa medioiden parissa kuin koulussa (Valkenburg & Piotrowski 2017, 1). Sosiaalinen media saattaa olla nuorelle myös tapa itsenäistyä (Judd & May 2019, 344). Median roolit voidaan nähdä moninaisina. Se muokkaa mielipiteitä, tarjoaa informaatiota ja viihdettä sekä vaikuttaa kulutustottumuksiin. (Wilska 2018, 36.) Nykymedialle leimallista on informaation tulva, jonka seurauksena faktat ja mielipiteet helposti sekoittuvat. Kaikki eivät kykene erottamaan tieteellistä tietoa ja mielipidettä toisistaan. (Tuomola 2018, 57.) Toisaalta myös tunteet ja faktat sekoittuvat eri mediakokemusten äärellä, vaikka eri sisällöt erotellaan yleisesti joko asiaohjelmiin tai viihdeohjelmiin (Seppänen & Väliverronen 2012).

Medialla on yhä suurempi rooli siinä, miten eri ikäisten elämäntavat muotoutuvat. Sillä nähdään olevan myös vaikutusta identiteetin muotoutumisessa. Medioituminen vaikuttaa tietyssä määrin jokaisen ihmisen arkeen ja elämäntapaan. (Wilska 2018, 50.) Media ja erityisesti sosiaalinen media antavat nuorille monia uusia mahdollisuuksia ja tapoja rakentaa identiteettiä (Valkenburg & Piotrowski 2017, 88). Myös Seppänen ja Väliverronen (2012) puhuvat, että ihmiset omaksuvat identiteettiinsä aineksia eri medioiden kautta. Voidaan myös todeta, että medioitumista on tapahtunut laajemmin kuin vain yksityiselämän ja vapaa-ajan alueilla. Se koskee koko yhteiskuntaa käsittäen esimerkiksi työelämää ja julkisia palveluita. Kasvavan mediakulttuurin myötä kulutus on kasvanut, koska koko ajan syntyy uusia mediatuotteita, joita myydään välttämättöminä. Teknologia kehittyy nopeasti ja perinteiset mediat korvautuvat uusilla. Tulevaisuudessa nähdään esimerkiksi erilaisia tekoälyratkaisuja median käyttöön liittyen. Varmaa kuitenkin on,

että digitaalinen media yhä vain monipuolistuu. (Wilska 2018, 36–50.) Medioiden kehitys ei kuitenkaan ole pelkästään sitä, että uusia medioita syntyy, vaan vanhoja medioita käytetään eri tavalla. Esimerkiksi televisio-ohjelmia katsotaan nykyään milloin vain suoratoisto-ohjelmien avulla. (Valkenburg & Piotrowski 2017, 2.)

Nuoret ovat luonnollisia digitaalisen median vastaanottajia, koska he luovat ja omaksuvat uudet keksinnöt ja elämäntyyliä muita sukupolvia nopeammin ja luontevammin (Wilska 2018, 41). Termi sosiaalinen media syntyi kuvaamaan sitä tilannetta, jossa kuka tahansa voi julkaista audiovisuaalista materiaalia internetiin. Enää vain harvat eivät välitä sanomia, vaan sosiaalisen median maailma toimii keskustellen. (Sassi 2009, 33.) Esimerkiksi YouTube voidaan nähdä joukkoviestimenä, jonka avulla tavoitetaan suuri joukko vastaanottajia. YouTubea voidaan pitää tasavertaisempina viestintätapana kuin perinteistä joukkoviestintää, koska se mahdollistaa jokaiselle sisältöjen levittämisen ja niiden kommentoimisen. (Seppänen & Väliaverronen 2012.) Medioitunutta kulttuuria kuvastaa myös se, että yhä useampi nuorista päätyy ammattimaisesti tuottamaan sisältöjä internetiin. YouTubeen on helppo luoda omia videoita muiden katseltaviksi. Joidenkin niin sanottujen tubettajien kohdalla suosio kasvaa niin suureksi, että heistä tulee kuuluisia. Erityisesti nuorten keskuudessa ihannoidaan YouTube-tähtiä. (Wilska 2018, 46–47.)

Globalisoituneen mediateknologian myötä kulttuuri on kuvallistunut ja päivittäin törmätään erilaisiin visuaalisiin esityksiin eri medioiden kautta. Onkin perusteltua kuvalla länsimaista nykykulttuuria kuvalliseksi. (Seppä 2007, 14; Hynnä 2019, 141–142.) Myös Seppänen ja Väliaverronen (2012) kuvaavat aikaa, jota elämme visuaaliseksi aikakaudeksi. Visuaalisten esitysten kasvun myötä elämme tällä hetkellä kuvallisinta aikakautta (Seppänen 2005, 17). Kuvallista kulttuuria selittää teknologinen kehitys, jonka myötä kuvat ovat nousseet hallitsevaan asemaan elämässä. Tätä hallitsevaa asemaa kuvaa ajatus siitä, kuinka raja kuvien ja reaalityodellisuuden välillä ei ole enää selkeä ja todellisuus nähtäisiin vain esityk-



senä ”todellisesta”. (Seppä 2007, 15.) Myös Villi (2015, 45) kirjoittaa, että kuvallisen ja sanallisen viestinnän ero hämärtyy, kun ihmiset käyttävät entistä enemmän kuvia niin sanotusti rupatteluun.

Voidaan ajatella, että visuaalisuus sinänsä ei ole lisääntynyt, vaan kuvallisuutta hyödynnetään yhä enemmän uusin ja monipuolisimmin tavoin tuottamaan merkityksiä (Kupiainen 2007, 37–52). Lisäksi nykyään nuorilla on yleensä oma kamera älypuhelimissaan, mikä helpottaa kuvien ottamista ja jakamista (Villi 2015, 46). Tällaisena visuaalisuuden aikakautena, jolloin kuvia tuotetaan enemmän kuin koskaan aikaisemmin, edellytetään perinteisen lukutaidon rinnalle myös kuvanlukutaitoa (Seppä 2007, 15; Kupiainen 2007, 37). On perusteltua pohtia, miten kuvallisuus muokkaa ihmisten ajatuksia tässä ajassa ja milläläilla kuvia ja niiden sisältöjä havainnoidaan ja analysoidaan (Seppä 2007, 15). Herkman (2001, 18–19) kirjoittaa, että maailma nähdään usein yksinkertaistettuna, koska media esittää sen niin. Yksilön tulee osata kyseenalaistaa näkemäänsä ja ymmärtää kuvanlukutaidon tärkeys, koska sen avulla pystytään olemaan mediakriittisempiä (Kupiainen 2007, 37–39).

Sosiaalinen media antaa nuorelle äänen ja mahdollisuuden vahvistaa itsetunte-  
musta (Judd & May 2019, 333). Sisältöjen julkaiseminen sosiaaliseen mediaan on todella helppoa, ja kuka tahansa voi jakaa omia mielipiteitään ja kokemuksi-  
aan (Sassi 2009, 35). Toisaalta mediaan laitettavaa sisältöä voidaan arvioida ja  
valikoida todella tarkkaan, jolloin on mahdollista vaikuttaa enemmän siihen, mil-  
laista informaatiota muut saavat (boyd 2008, 129; Valkenburg & Piotrowski 2017,  
88). Tämä ei olisi mahdollista esimerkiksi kadulla tulevan ihmisen kohdalla. Me-  
diassa nähdään väistämättäkin sellaisia kuvia kehoista, joita ei muuten jokapäi-  
väisessä elämässä näkisi. Mediassa esitetyt kuvat kehoista ovat ikään kuin ”py-  
säytettyjä”; niitä voidaan palata katsomaan yhä uudelleen ja tarkastella lähem-  
min. (Kyrölä 2014, 1.) Visuaalisessa kulttuurissa korostuu kehon rajojen vartiointi  
ja erityisesti mainonnassa rajojen vartiointi näyttäytyy selkeästi. Mainonta määrit-

tää ihannekehon rajoja, mutta tähän liittyy kuitenkin ristiriita. Ei ole olemassa ideaalikeho ja toisaalta kukaan ei täytä kehollista ideaalia. Ideaalikeho on tavoittamaton, mutta silti sitä tavoitellaan. (Rossi 2007, 133.)

## 2.2 Nuoret sosiaalisessa mediassa

Nykyisten diginatiivien keskuudessa korostuu mobiilin internetin ja sosiaalisen median tärkeys ja näiden lisääntynyt rooli heidän elämässään (Wilska 2018, 40). Nykylasten mediavarustelu on usein todella suurta jo nuoresta pitäen (Uusitalo, Vehmas & Kupiainen 2011, 27). Merikiven, Myllyniemen ja Salasuon (2016, 20) tutkimuksessa ilmeni, että lähes kaikilla yläkouluikäisillä nuorilla on jo oma älypuhelin. Internet tarjoaa nuorille alustan, jossa monenlainen identiteetin kokeileminen ja esittäminen sekä uudenlainen yhteisöllisyys on mahdollista (Lehtikangas 2015, 21). Media ja kehittyneet liikennevälineet ovat pienentäneet maailmaa erittäin paljon. Medioituneessa maailmassa esimerkiksi kauneuden, sukupuolen ja seksuaalisuuden ihanteet levittäytyvät ja vakiintuvat ympäri maailmaa. (Herkman 2001, 20.)

Nuoret käyttävät medioita ja internetiä monipuolisesti esimerkiksi pelaamiseen, sisältöjen jakamiseen ja kommentoimiseen sekä uutisten seuraamiseen (Merikivi, Myllyniemi, Salasuo 2016, 26). Lapsilla ja nuorilla median ja internetin parissa vietetty aika painottuu nimenomaan viihteelliseen toimintaan ja vuorovaikutukseen (Aarnio & Multisilta 2012, 8–10). Nuorilla suurin osa internetissä vietetystä ajasta tapahtuu nimenomaan sosiaalisessa mediassa, jonne he esimerkiksi tuottavat itse sisältöä kuvien ja videoiden muodossa (Some ja nuoret 2019; Aarnio & Multisilta 2012, 11; Wilska 2018, 46). Kuvien ja videoiden ottaminen ja jakaminen kuuluu olennaisesti sosiaalisen median toimintakulttuuriin (Aarnio & Multisilta 2012, 13; Villi 2015, 46). Östman (2015) puhuu elämäjulkaisemisesta tarkoittaen tätä nykyaikaista toimintaa, jossa lähes kaikki elämän tapahtumat julkaistaan jossain muodossa sosiaalisessa mediassa. Toisaalta Merikiven, Mylly-

niemen ja Salasuon (2016, 26) tutkimuksen mukaan nuorilla netin käyttö painottuu usein sisältöjen kuluttamiseen, eivätkä läheskään kaikki siis itse tuota sisältöjä.

Sosiaalisia medioita käytetään usein sosiaalisista syistä: koska ystävätkin käyttävät niitä (boyd 2008, 126; Siibak 2009). Medioiden parissa vietetään paljon aikaa esimerkiksi tylsyyden vuoksi vain ajankuluksi (boyd 2008, 127). Tunteet ja temperamentti vaikuttavat siihen, millaisia mediasisältöjä milloinkin haetaan. Tylsyyttä yritetään parantaa viihteellä ja surullisena pyritään löytämään sisältöjä, jotka piristävät. (Mustonen 2012, 57.) Tuoreen tutkimuksen (Some ja nuoret 2019) mukaan nuoret käyttävät sosiaalista mediaa ensisijaisesti yhteydenpitokanavana ystävien kanssa. Kyselyssä ilmeni, että usein sosiaalisen median käyttö muodostuu nuorille tavaksi (Some ja nuoret 2019). Merikiven, Myllyniemen ja Salasuon (2016, 69) mukaan sosiaalinen media on nuorille tärkeä yhteydenpitoväylä. Sosiaalisessa mediassa esimerkiksi ujon henkilön on helpompi ottaa kontaktia muihin ihmisiin kuin kasvotusten tapahtuvassa viestinnässä, koska siellä voi tarkemmin vaikuttaa siihen, mitä itsestään paljastaa (Mustonen 2012, 58).

Sosiaalista mediaa voidaan pitää nykyaikaisena nuorten kokoontumispaikkana, jossa nuorten toiminta on pitkälle samanlaista kuin se olisi ilman sosiaalista mediaa. Aikaisemmin on tutkittu nuorille suunnatun virtuaalimaailma Habbo Hotellin käyttöön ja virtuaaliseen ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen tuloksissa selvisi, että nuoret käyttävät Habbo Hotellia nimenomaan sen hauskuuden vuoksi ja ajanvietteeksi kavereiden kanssa. (Mäntymäki 2012, 16–18.) Nuorille tärkeää onkin nimenomaan se, että heidän tuottamaa sisältöä, kuten kuvia tai videoita, kommentoidaan ja niistä tykätään. Se, miten heidän ystävänsä vastaanottavat ja reagoivat tuotettuun sisältöön, on nuorille todella merkityksellistä. (Some ja nuoret 2019.) Voidaan ajatella, että sosiaalisen median perimmäinen tarkoitus on täyttää ihmisten tarpeet tulla nähdyksi ja hyväksytyksi, saada iloisia kokemuksia, tavata ihmisiä sekä saada tietoon, mitä ympärillä tapahtuu (Mäntymäki 2012, 20).

Sosiaalisen median alustat perustuvat yleensä profiileihin eli omiin sivuihin, joissa on joitakin tietoja käyttäjästä. Omia sivuja voi usein muokata oman näköiseksi esimerkiksi profiilikuvalla tai taustakuvalla. Jokainen käyttäjä voi tuottaa omille sivuille sisältöä tekstin, kuvien tai videoiden muodossa ja kommentoida muiden käyttäjien sisältöjä. (boyd 2008, 123.) Sosiaalisessa mediassa tapahtuu paljon kuvallista viestintää, mistä hyviä esimerkkejä ovat muun muassa Snapchat ja Instagram (Villi 2015, 46). Nämä sovellukset ovat erityisen suosittuja nuorten keskuudessa (Wilska 2018, 46). Toisaalta Mäntymäki (2012, 19–20) sekä Valkenburg ja Piotrowski (2017, 1) kirjoittavat, että sosiaalinen media muuttuu koko ajan nopealla tahdilla käyttäjien siirtyessä käyttämään uusia alustoja, emmekä siis voi edes tietää, millainen sosiaalinen media on muutaman vuoden päästä.

Kiusaaminen internetissä, esimerkiksi ilkeiden kommenttien kirjoittaminen tai ahdistelu, on iso ongelma (Aarnio & Multisilta 2012, 129). Internetissä ihmisten puhetyyli muuttuu usein suuremmaksi varsinkin, jos viestintä tapahtuu anonymisti (Mustonen 2012, 58). Nuoret kuitenkin ymmärtävät, että internetissä kommunikointi on erilaista, ja siiheen liittyy välillä myös ilkeitä kommentteja (Uusitalo, Vehmas & Kupiainen 2011, 129). Nuoret kokevat usein, että tietynlainen kiusaaminen myös kuuluu internetin maailmaan. Nuoret saattavat jättää kiusaamisen omaan arvoonsa, eivätkä loukkaannu siitä. (Aarnio & Multisilta 2012, 14.) Yhtenä osana mediataitoa voidaankin pitää kykyä vastaanottaa myös ikäviä kommentteja (Uusitalo, Vehmas & Kupiainen 2011, 129). Rahja (2013, 15) kirjoittaa, että nuorilla on myös keinoja välttää epämiellyttävää käytöstä internetissä esimerkiksi estämällä ja poistamalla huonosti käyttäytyvät henkilöt sekä jättämällä epäasialliset kommentit ja ehdotukset huomiotta.

## 2.3 Merkityksellinen media

Vaikka nykynuoret ovat syntyneet digitaaliselle aikakaudelle, tarvitsevat he silti aikuisen tukea ja ohjausta. Diginatiivius ei välttämättä takaa sitä, että nuorilla olisi riittävästi mediataitoja toimia turvallisesti internetissä. (Rahja 2013, 23.) Mediasta

nuoret voivat oppia monia asioita niin hyvässä kuin pahassa. Internetistä voi löytää ohjeita ruuanlaittoon, mutta samaan aikaan myös ohjeita siihen, kuinka salata esimerkiksi syömishäiriö läheisiltä. (Mustonen 2012, 56.) Nuorille ei myöskään aina ole selvää, kuinka paljon omasta henkilökohtaisesta elämästä internetissä kannattaa jakaa (Wilska 2018, 49). Nuoret käyttävät internetiä todella monenlaisen sosiaaliseen toimintaan ja on tärkeä ymmärtää, että media kuuluu olennaisesti nuorten arkeen (Lehtikangas 2015, 23). Internet saattaa olla monille nuorille jopa tärkeämpi asia kuin auto, treffit tai juhlinta. Medialla on todella suuri vaikutus esimerkiksi tunteisiin, mielialoihin, ajatteluun ja toimintaan. Voidaan kuitenkin nähdä, että suurin osa median vaikutuksista tapahtuu tiedostamatta. (Mustonen 2012, 53.)

Hutchinson ja Calland (2011, 4) kirjoittavat, että tässä kuvallistuneessa maailmassa ulkonäköpaineet ovat uusi normaali, mikä koskettaa sekä miehiä että naisia. Vaikka sekä miehet että naiset kokevat ulkonäköpaineita, voi se näyttäytyä eri tavoilla sukupuolten välillä. Miehet keskittyvät enemmän lihaksikkuuteen ja naiset painonhallintaan. (McCabe & Ricciardelli 2001, 230.) Åberg, Koivula ja Kukkonen (2020) tutkivat sosiaalisen median merkitystä ulkonäköpaineiden syntymisessä suomalaisilla miehillä ja naisilla. Tuloksissa ilmeni, että sosiaalinen media lisää ulkonäköpaineita erityisesti nuorille naisille. Eniten ulkonäköpaineita kokevat 16–24-vuotiaat ja Instagramin käyttäjät. (Åberg, Koivula & Kukkonen 2020, 5-9.)

Erityisesti naisilla seuraajamäärä sosiaalisessa mediassa vaikuttaa ulkonäköpaineiden kokemiseen. Mitä enemmän seuraajia sitä todennäköisemmin koetaan ulkonäköpaineita. (Åberg, Koivula & Kukkonen 2020, 9.) Varsinkin Instagramia paljon käyttävät naiset vertaavat helposti itseään muihin naisiin, jolloin myös ulkonäköpaineet lisääntyvät (Fardouly, Willburger & Vartanian 2018, 1392; Åberg, Koivula & Kukkonen 2020, 9; Hendrickse, Arpan, Clayton & Ridgway 2017, 96). Instagramin käyttö nuorilla naisilla voi aiheuttaa ulkonäköpaineita nimenomaan silloin, jos he ovat sisäistäneet yleisen kauneushanteen ja vertaavat itseään muihin (Fardoulyn, Willburgerin & Vartanianin 2018, 1392). Nuoret, sekä tytöt että

pojat, kokevat ulkonäköpaineita erityisesti sosiaalisen median sivustoilla, joissa kuvat ovat pääosassa (Marengo, Longobardi, Fabris & Settanni 2018, 67).

Itsensä vertaaminen muihin sosiaalisessa mediassa aiheuttaa ulkonäköpaineita, mikä johtaa siihen, että tullaan haavoittuvaisemmiksi ja riippuvaisemmiksi muiden kommenteille sosiaalisessa mediassa (Åberg, Koivula & Kukkonen 2020, 9). Mitä enemmän sosiaalista mediaa käyttää sitä enemmän siis koetaan myös ulkonäköpaineita (de Vries, Peter, de Graaf & Nikken 2016, 218; Marengo, Longobardi, Fabris & Settanni 2018, 65). Toisaalta pelkästään sosiaalisessa mediassa vietetty aika ei välttämättä aiheuta ulkonäköpaineita, vaan ennemminkin se, millaisilla sivustoilla aikaa vietetään. Ulkonäköpaineiden syntyyn vaikuttaa ulkonäköön liittyvien kuvien katselu. (Meier & Gray 2014, 4.)

Ihmiset hakeutuvat luontaisesti niiden mediasisältöjen pariin, jotka he kokevat merkityksellisiksi (Hynnä 2019, 142–144). Verkossa on vaivatonta kokoontua samoista asioista kiinnostuvien kanssa yhteen ja jakaa samoja kiinnostuksen kohteita (Sassi 2009, 36). Mediaesitys voi tehdä yksilöön vaikutuksen vain, jos se on jollain tavalla samaistuttava (Mustonen 2012, 57). Mäntymäki (2012, 20) kirjoittaa, että nuoria kiinnostaa sosiaalisessa mediassa loppujen lopuksi samat asiat kuin fyysisessä maailmassa. Esimerkiksi ihminen, joka kamppailee kehonkuvansa kanssa hakeutuu kehoja esittävien medioiden pariin ja on altis kyseisten mediasisältöjen vaikutuksille (Hynnä 2019, 144; Mustonen 2012, 55). Lisäksi ympäristöllä kuten ystävillä on merkitystä siinä, kuinka vahvasti jokin sisältö vaikuttaa yksilöön. Jos ystävän ja median viesti on samanlainen, on vaikutuskin suurempi. (Mustonen 2012, 54.)

## 3 Kehonkuva

### 3.1 Kehonkuvan määrittelyä

Kehonkuva saa monia eri määritelmiä riippuen, mistä näkökulmasta sitä tarkastellaan. Healey (2014, 1) tarkastelee kehonkuvaa neljästä eri näkökulmasta käsin. Nämä neljä näkökulmaa ovat seuraavat: miten oma keho nähdään; mitä tunteita oma ulkonäkö aiheuttaa; ajatukset ja uskomukset omasta kehosta sekä toiminta, jota ulkonäön eteen tehdään (Healey 2014, 1). Tutkittaessa kehonkuvaa voidaan sitä lähestyä monista eri lähtökohdista käsin riippuen tutkijan kiinnostuksen kohteista. Tässä tutkielmassa olemme kiinnostuneita nimenomaan nuorten omista käsityksistä heidän kehonkuvastaan. Lähestymme kehonkuvaa sosiokulttuurisesta näkökulmasta, koska koemme ympäristön vaikuttavan väistämättä nuorten ajatuksiin. Näemme, että tähän ympäristöön lukeutuvat nuoren perhe, ystävät, roolimallit, koulu sekä erityisesti nykyään myös sosiaalinen media, joka on meidän tutkielman keskeinen aihe.

Myös Hoyt ja Kogan (2001, 200) toteavat, että kehonkuva voidaan määritellä lukemattomilla tavoilla. Monet tutkijat kuitenkin ajattelevat, että kehonkuva on moniulotteinen ja koostuu psykologista, sosiologisista ja fysiologisista tekijöistä (Hoyt & Kogan 2001, 200). Kehonkuva viittaa ihmisten omiin käsityksiin heidän kehosta (Hutchinsonin ja Calland 2011, 1; Cash 2012, 334; Healey 2014, 1). Siihen liittyy myös yksilön omat ajatukset siitä, kuinka muut näkevät heidän kehonsa (Hutchinsonin ja Calland 2011, 1). Kehonkuva on ihmisten käsitys heidän omasta fyysisestä ulkomuodostaan, eli esimerkiksi kehon koosta, muodosta, ulkonäöstä ja painosta. Kehonkuvaan liittyvät myös ne tunteet, ajatukset ja käsitykset, joita oma keho ihmisissä synnyttää. (Hutchinson & Calland 2011, 1; Wertheim & Paxton 2012, 187; Healey 2014, 1.) Kehonkuvaan voidaan nähdä kuuluvan myös

yksilön kokemukset omasta terveydestä, kunnosta ja liikunnallisista kyvyistä (Cash 2012, 334).

Kehonkuva voi olla positiivinen tai negatiivinen riippumatta siitä, millainen keho yksilöllä oikeasti on. Kehonkuva vaikuttaa vahvasti ihmisten ajatuksiin itsestä. (Hutchinson & Calland 2011, 1; Cash 2012, 338.) Näihin yksilön ajatuksiin omasta kehosta vaikuttavat kulttuuriin sosiaalistuminen, sosiaaliset kokemukset, fyysinen olemus ja sen muutokset sekä persoonallisuus. Jokainen kulttuuri välittää normeja ja ihanteita siitä, mikä on kaunista. Median lisäksi läheiset sekä muut ihmiset ympärillä välittävät yksilöille kauneuden kriteereitä palautteen muodossa. (Cash 2012, 335–336.) Nuori rakentaa minäkäsitystään ottamalla mallia ikäisiltään, vanhemmiltaan, ympäristöstä ja mediasta (Valkenburg & Piotrowski 2017, 86–87). Kehon muuttuessa läpi koko elämän (esim. murrosikä, vanheneminen, lihominen ja laihtuminen) voivat myös ajatukset ja suhtautuminen omaan kehoon muuttua. Joillekin tällaiset muutokset vaikuttavat vahvasti heidän ajatuksiin itsestään ja sen myötä kehonkuvan kanssa joudutaan kamppailemaan. (Cash 2012, 336–337.) Myös persoonalla on merkitys siihen, miten oma keho nähdään. Esimerkiksi perfektionisti saattaa arvostella omaa ulkonäköään kriittisemmin kuin muut. (Cash 2012, 336–337; Healey 2014, 2.)

Positiivisen kehonkuvan omaava henkilö on tyytyväinen omaan kehoonsa ja hyväksyy sen, miltä näyttää (Healey 2014, 28). Positiivinen kehonkuva näyttäytyy arvostuksena omaa kehoa kohtaan. Se ei kuitenkaan välttämättä tarkoita sitä, että yksilö olisi täysin tyytyväinen kehoonsa. Se tarkoittaa ennemminkin kehon hyväksymistä sellaisena kuin se on. Tämä tarkoittaa sitä, että keho hyväksytään kokonaisuutena, vaikka se ei vastaisikaan kaikilta osin esimerkiksi median kautta välittyvää ihannetta. (Tylka 2012, 658–659.) Kehonkuva muokkautuu läpi elämän ja on yhteydessä yksilön itsetunnon ja terveellisten elämäntapojen kanssa. Positiivinen kehonkuva edesauttaa hyvää itsetuntoa ja mielenterveyttä. (Healey 2014, 28.) Nuorilla positiivinen minäkuva ja itsearvostus edesauttavat hyväksymään



oman kehonsa (O’Dea 2012, 145). Terveellinen kehonkuva lapsuudessa luo perustan hyvälle fyysiselle ja henkiselälle terveydelle myös aikuisuudessa (Healey 2014, 28).

Positiivinen kehonkuva voi parantaa monia elämän osa-alueita esimerkiksi parisuhteita, elämästä nauttimista ja mahdollisuuksiin tarttumista. Positiivisella kehonkuvalla on suuri vaikutus ihmisten kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Se vaikuttaa positiivisesti myös ihmisten tulevaisuudennäkymiin ja helpottaa ihmisten välistä kanssakäymistä. (Hutchinson & Calland 2011, 1.) Mustosen (2012, 59) mukaan positiivisen minäkuvan, johon kehonkuvakin kuuluu, kulmakivi on tulla nähdyksi, kuulluksi ja hyväksytyksi juuri sellaisena kuin on. Positiivisen kehonkuvan omaavat henkilöt eivät määritä kauneutta nyky-yhteiskunnan kapeiden normien mukaan, vaan näkevät jokaisen kehon yksilöllisellä tavalla kauniina. Yksilö, joka omaa positiivisen kehonkuvan kokee itsensä kauniiksi, miellyttäväksi, itsevarmaksi ja onnelliseksi kehossaan. Yksilöt, joilla on positiivinen kehonkuva, keskittyvät kehossaan niihin asioihin, joita he kykenevät kehonsa avulla tekemään ja kokevat kiitollisuutta siitä. (Tylka 2012, 658–659.)

Negatiivinen kehonkuva puolestaan nähdään olevan vahvasti yhteydessä huonoon itsetuntoon (Hutchinson & Calland 2011, 1). Negatiiviset ajatukset ja tunteet omasta kehosta voivat johtaa tyytymättömyyteen omaa kehoa kohtaan (Healey 2014, 1). Pahimmillaan negatiivinen kehonkuva voi aiheuttaa jopa mielenterveydellisiä ongelmia kuten masennusta, ahdistusta tai syömishäiriöitä. (Hutchinson & Calland 2011, 1). Negatiivisen kehonkuvan omaavat henkilöt ovat taipuvaisia keskittymään enemmän kehonsa ulkonäöllisiin ominaisuuksiin. (Tylka 2012, 658). Epävarmuutta omaa kehoa kohtaan saattaa aiheuttaa kasvava keho, koska liikkeet muuttuvat kömpelöiksi (Valkenburg & Piotrowski 2017, 87). Iällä, sukupuolella, huonolla itsetunnolla, persoonallisuudella, ulkonäöstä kiusaamisella, perheen laihdutusikäyttäytymisellä ja kehon koolla on merkitystä negatiivisen kehonkuvan muotoutumisessa. Lisäksi miehet, jotka kuuluvat seksuaalivähemmistöön, ovat taipuvaisempia kehonkuvanhäiriöille. Erityisesti lap-

suus ja nuoruus ovat kehonkuvan muotoutumisen kannalta tärkeää aikaa. Nuorilla tytöillä negatiivinen kehonkuva on yleisempi kuin nuorilla pojilla. (Healey 2014, 2–3.)

### 3.2 Sosiokulttuurinen näkökulma

Sosiokulttuurisen teorian mukaan, mitä enemmän altistutaan median esittämille täydellisille kuville kehoista, sitä huonompana oma keho nähdään. Tämän johdosta omaan kehoon panostaminen lisääntyy, jotta se näyttäisi samalta kuin median välittämä ihannekeho. Tämä voi näkyä ruokavalion muuttamisena, laihduttamisena tai urheilemisena. (Morrison, Kalin & Morrison 2004, 585.) Sosiokulttuuriset vaikutteet määrittävät vahvasti nuorelle sen, mikä on kaunista ja kuinka tärkeänä ulkonäköä pidetään (Wertheim & Paxton 2012, 190). Perhe ja ystävät muokkaavat nuorten käyttäytymistä elämän eri alueilla (McCabbe & Ricciardelli 2003, 5). Nuorten elämässä sosiokulttuuriset paineet ja normit voidaan nähdä välittyvän erilaisten medioiden kuten musiikkivideoiden, mainosten, nettisivustojen ja sosiaalisen median kautta (Wertheim & Paxton 2012, 190; Siibak 2009). Lisäksi nuoren perhe ja lähiyhteisöt välittävät erilaisia normeja ja myös paineita siitä, miltä nuoren tulisi näyttää (Wertheim & Paxton 2012, 190; Cash 2012, 336). Tiggemann (2012, 762) toteaa, että media, vanhemmat ja ikätoverit toimivat nuorelle merkittävimpinä sosiokulttuuristen ihanteiden välittäjinä.

Sosiokulttuuriset normit määrittävät erityisesti tytöillä sen, millaisia kuvia he julkaisevat sosiaalisen median sivustoilla. Tytöt pyrkivät rakentamaan itsestään niin sanottua ideaaliminää, joka rakentuu yhteiskunnassa vallitsevien naisen rooliin liittyvien arvojen ja normien mukaan. (Siibak 2009.) Sosiaalinen media ruokkii tällaista itsensä esineellistämistä tyttöjen kohdalla, koska kuvia julkaistaan tykkäysten ja kommenttien toivossa (Meier & Gray 2014, 4). Tytöt näkevät poikia enemmän vaivaa siihen, että kuvissa näytettäisiin kauniilta. Pojat ovat usein rennompia siinä, millaisia sisältöjä tuottavat sosiaaliseen mediaan. (Siibak 2009.) Yleisesti nuoret kuitenkin ovat alttiita sosiaaliselle paineelle näyttää samalta kuin

yhteiskunnassa vallitseva kauneusihanne. Erityisesti median kautta välittyvä epärealistinen kauneusihanne voi aiheuttaa tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan, koska harvoin oma luonnollinen keho vastaa tätä ihannetta. (Healey 2014, 5–6.)

Media välittää tytöille ja pojille erilaista kehoihannetta. On havaittu, että poikien kohdalla sosiokulttuurisilla vaikutteilla oli yhteys siihen, että pojat tavoittelevat painonnousua erityisesti lihasten muodossa. (Harriger 2012, 314; Morrison, Kalin & Morrison 2004, 585–586; McCabe & Ricciardelli 2003, 11–14; Ricciardelli 2012, 180; Cash 2012, 336.) Tytöille puolestaan välitetään laihuutta korostavaa kehoihannetta (Harriger 2012, 314; Ricciardelli 2012, 183; Cash 2012, 336; Tigge-mann 2012, 759). Tyttöjen kohdalla havaittiin myös lihasten tärkeys, mutta samalla hoikkuuden ihannoiti. Tytöille on myös tärkeää ystävien ja oman äidin palaute omasta vartalosta. (McCabe & Ricciardelli 2003, 11–14.) Myös Rodgers, Slater, Gordon, McLean, Jarman ja Paxton (2020, 404–405) huomasivat, että poikien kohdalla korostuu enemmän lihasten tavoittelu ja tytöillä korostuu enemmän muut sosiaalisen median välittämät ihanteet, vaikka heidänkin joukossa näkyy lihasten tavoittelu. Tutkijat pohtivat, voisiko ero nuorten ajatusten välillä johtua siitä, että tytöt ja pojat ajautuvat luontaisesti erilaisia sisältöjä sisältäville sosiaalisen median sivustoille. (Rodgers ym. 2020, 404–407).

Sen lisäksi, että ympäristö luo kauneusihanteita, se myös antaa keinot niiden saavuttamiseksi. Media esimerkiksi ohjaa meitä laihduttamaan ja urheilemaan tai pukeutumaan tietyllä tavalla. (Wertheim & Paxton 2012, 190; Cash 2012, 336.) Tästä muodostuu nuorelle helposti noidankehä, koska on todettu, että huonosta itsetunnosta kärsivä nuori ajautuu helposti ulkonäkökeskeisille mediasivustoille ja näin altistuu yhä enemmän epärealistisille kauneusihanteille. Tämä vain lisää nuoren tyytymättömyyttä itseään kohtaan. (Clay, Vignoles & Dittmar 2005, 473.) Vahvoille median välittämille ihanteille altistuminen vaikuttaa siihen, miten yksilöt näkevät ulkonäkönsä (Cash 2012, 336). Toisaalta altistuminen näille median välittämille ihanteille ei kuitenkaan vaikuta kaikkiin yksilöihin samalla lailla. On todettu, että sosiokulttuuriset ihanteet ja niistä koetut mahdolliset ulkonäköpaineet

vaikuttavat vähemmän sellaisiin henkilöihin, joilla on hyvä itsetunto. (Tiggemann 2012, 763; O’Dea 2012, 143.)

Länsimaissa tehdyissä tutkimuksissa on voitu nähdä yhteys siinä, kun nuoret tytöt altistuvat laihuusihanteita ruokkiville mediakuville, he myös itse haluavat tavoitella tätä ihannetta. Kuvat voivat aiheuttaa tytöissä tyytymättömyyttä omaan kehonsa. (Wertheim & Paxton 2012, 190.) Clay, Vignoles ja Dittmar (2005, 468) huomasivat tutkimuksessaan, että erityisesti nuorten tyttöjen kohdalla mediassa esiintyvien mallien kuvat heikentävät itsetuntoa ja tyytyväisyyttä omaa kehoa kohtaan. Tutkimuksessa todettiin, että ei ole väliä, onko kuvissa esiintyvä malli laiha vai normaalikokoinen. Ainoastaan kuvat ylipainoisista malleista eivät heikennä tyttöjen itsetuntoa ja tyytyväisyyttä omaa kehoa kohtaan. (Clay, Vignoles & Dittmar 2005, 468.) Nuorille tytöille tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan aiheuttavat sosiaalisessa mediassa esiintyvien täydellisten julkisuuden henkilöiden lisäksi myös samanikäisten kauniiden tyttöjen kuvat (Brown & Tiggemann 2016, 37). Tämä negatiivinen vaikutus näkyy erityisesti tytöillä, jotka kokevat ulkonäön tärkeäksi, ja jotka vertaavat itseään herkästi muihin (Wertheim & Paxton 2012, 190). Rahjan (2013, 16) mukaan medially onkin ystävien lisäksi suuri merkitys tyttöjen käsityksiin heidän omasta kehostaan. Myös Åbergin, Koivulan ja Kukkonen (2020, 9) mukaan nimenomaan tytöt kokevat poikia enemmän ulkonäköpaineita sosiaalisessa mediassa.

Boyd (2008, 128) kirjoittaa, että keholla on merkittävä rooli identiteetin esittämisessä esimerkiksi vaatteiden, liikkeiden ja ilmeiden avulla. Nettisivustoja selaillessa reagoidaan ja prosessoidaan myös kehollisesti asioihin, joita nähdään (Kyörolä 2014, 1; Hynnä 2019, 141). Ihmiset ottavatkin usein mediasta vaikutteita omaan tyyliinsä kopioimalla julkisuuden henkilöiden vaatetyylejä ja kampauksia. Monet käyttävät paljon aikaa ja rahaa ylläpitääkseen tietynlaista tyyliä, joskus turvautuen jopa plastiikkakirurgiaan. (Giles 2010, 74–75.) Mediassa esiintyvät julkisuuden henkilöt voivat siis aiheuttaa nuorille paineita näyttää yhtä kauniilta, laihoilta tai lihaksikkailta (Giles 2010, 74–75; Fardouly, Willburger, & Vartanian 2018, 1391–1392).

Mediassa esitetyt kuvat, joita katsotaan ovat pääasiassa esitettyjä kehonkuvia (Kyrölä 2014, 1). Kehollisiin kuviin reagoidaan erinlaisilla tunteilla (Hynnä 2019, 141). Nämä kuvat kehoista voivat kuvastaa sitä, millaiset kehot ovat tarpeeksi arvokkaita kuviin (Kyrölä 2014, 1). Tietyt mediakuvat jopa esineellistävät naisen vartalon, jolloin tytöt voivat kokea, että naisen vartalo on vain ihailun ja kritiikin kohde ja näin altis julkiselle arvostelulle (Wertheim & Paxton 2012, 190). Joidenkin kuvien kohdalla voidaan huomata niiden vaikuttavan syvemmin yksilöön ja muokkaavan tapaa katsoa itseä tai toisia (Kyrölä 2014, 1). Tämä voi aiheuttaa sen, että nuoret tytöt alkavat esineellistää helposti myös itse mediassa esiintyviä naiskiskehoja ja sisäistävät tämän ajatusmallin myös itseensä. Tästä johtuen tytöt näkevät ja arvostelevat omaa vartalooaan niin sanotusti ulkoapäin. (Meier & Gray 2014, 4.)

Tiggemann ja Barbato (2018) tutkivat sosiaalisen median, erityisesti Instagramin, kuvien kommentointia ja sen vaikutusta nuorten naisten kehonkuvaan. Tutkimuksessa naisille esitettiin viehättävien ihmisten kuvia, joissa oli positiivisia kommentteja kuvassa esiintyvän ihmisen ulkonäöstä. Tuloksissa ilmeni, että tällaiset kuvat ja kommentit aiheuttivat ulkonäköpaineita näitä kuvia katseleville naisille. (Tiggemann & Barbato 2018, 64.) Erityisesti tytöt kokevat tykkäykset ja kommentit tärkeinä ja niitä odotetaan ystävilta. Tykkäysten ja kommenttien määrää verrataan toisten käyttäjien saamiin määriin. Tytöt kokevat, että mitä enemmän saadaan tykkäyksiä sitä kauniimpia he ovat. (Hui Hui Chua & Chang 2016, 193-194.) Toisaalta ystävien kommentit nuoren omista kuvista sosiaalisen median sivustoilla eivät kuitenkaan välttämättä vaikuta nuoren kehonkuvaan, vaikka sosiaalisessa mediassa viettäisi paljon aikaa (de Vries, Peter, de Graaf & Nikken 2016, 220). Mitä aktiivisemmin sosiaalisessa mediassa esimerkiksi kommentoidaan, tykkätään ja osallistutaan keskusteluihin, sitä suuremmalla todennäköisyydellä myös verrataan itseään muihin käyttäjiin (Roth, Zielenski & Daly 2019, 30).

Vaikka nuoret tiedostavat, että mediassa esiintyviä kuvia muokataan, niihin silti verrataan itseään (Rahja 2013, 16). Eräs tutkimus osoittaa, että muokatut kuvat

vaikuttavat negatiivisesti tyttöjen itsetuntoon. Muokatut kuvat vähentävät tyttöjen tyytyväisyyttä omaa kehoa kohtaan. Kuviin verrataan itseä, vaikka tiedostetaan, että niitä muokataan. (Borges 2011, 17.) Toisaalta mediassa esitetyt itseilmaisun ja terveyteen liittyvät vinkit nähdään hyvänä asiana (Rahja 2013, 16). Yleistynyt kehopositiivisuusajattelu kannustaa median käyttäjiä luomaan itsekkin valalla olevia kauneusihanteita haastavaa sisältöä. Erilaisten kehojen esiintuominen on yleistynyt internetissä ja esimerkiksi kehopositiivisuus -asiatunnisteen alta voi löytää kuvia kaikenlaisista kehoista. (Hynnä 2019, 142.)

### 3.3 Oma keho nuoruudessa

Murrosikä voidaan yhdistää monenlaisiin muutoksiin, joista moni on nimenomaan fyysistä. Tästä johtuen nuoren huomio kohdistuu yhä enemmän omaan kehoon. Murrosikään liittyvä fyysinen kehittyminen on yleensä positiivisempi kokemus pojille kuin tytöille. Tämän on nähty johtuvan siitä, että fyysisen kehityksen myötä poikien vartalo muuttuu lähemmäs yleistä vallitsevaa miehelle asetettua kehoihannetta. (Ricciardelli 2012, 182.) Tyttöjen keho puolestaan muuttuu muodokkaammaksi kehon rasvaprosentin lisääntymisen myötä ja näin ollen se ei vastaa enää laihuutta korostavaa kehoihannetta (Smolak 2012, 620). Abbott ja Barber (2010, 29) kirjoittavat, että alipainoiset tytöt ovat kaikkein tyytyväisempiä omaan kehoonsa. Mitä enemmän painoa tytöillä on sitä tyytymättömiä he ovat omasta kehostaan (Abbott & Barber 2010, 29).

Tytöt kokevat murrosiässä enemmän tyytymättömyyttä omaa kehoansa kohtaan liittyen erityisesti oman kehon painoon. Tutkimuksissa on huomattu, että runsas osa nuorista tytöistä haluaisi olla laihempia kuin mitä ovat. (Smolak 2012, 620; Wertheim & Paxton 2012, 187–188; Aalberg & Siimes 2007, 26.) Tyttöjen tyytymättömyys omaan painoon ei kuitenkaan välttämättä riipu todellisesta painosta (Aalberg & Siimes 2007, 26). Tutkijoiden keskuudessa on kiistelty, että voisiko tämä johtua siitä, että yhteiskunnassa ”normaali” aikuisen naisen vartalo on me-

nettänyt arvonsa ja tytöt kokevat painetta tavoitella epärealistista kauneusihannetta (Smolak 2012, 620). Moni nuori tyttö kokee, että hoikempina he olisivat onnellisempia, terveempiä, paremman näköisiä ja suosituimpia poikien keskuudessa (Wertheim & Paxton 2012, 187–188). On myös tutkittu, että fyysisesti aikaisemmin kehittyvät tytöt ovat tyytymättömämpiä heidän ulkonäköönsä ja heillä on myös huonompi kehonkuva. Poikien kohdalla tämä on puolestaan päinvastoin. Jos pojan murrosikään liittyvät fyysiset muutokset alkavat varhain, vaikuttaa se positiivisesti hänen kehonkuvaansa. (Shroff & Ricciardelli 2012, 611.)

Hutchinson ja Calland (2011, 2) kirjoittavat, että mediassa esiintyvät kauneuden ihanteet ovat länsimaissa todella kapeat. Näemme helposti enemmän ihmisiä mediassa kuin kasvokkain. Nykyajan nuoret näkevät kuvankauniita ja laihoja ihmisiä mediassa päivittäin enemmän kuin aiemmat sukupolvet näkivät koko nuoruutensa aikana. Tämä saattaa aiheuttaa sen, että nuoret kokevat mediassa näkemänsä olevan normaali ja tavoiteltavaa. (Hutchinson & Calland 2011, 2.) Tytöt saattavat kokea olevansa rumia ja lihavia, vaikka olisivatkin sopusuhtaisia ja kauniita, koska erilaiset roolimallit välittävät vääristynyttä kuvaa (Aalberg & Siimes 2007, 113). Tutkimuksessa havaittiin, että nuorilla on sama käsitys siitä, millainen on kaunis mies tai nainen. Erityisesti naiset pyrkivät jäljittelemään tätä kulttuurista ihannaisen kehoa. On poikkeuksellista, että nuoret haluavat näyttää eriltä kuin kulttuurinen kauneusihanne. (Sejčová 2008, 179.)

Mediassa esiintyvät kuvat vaikuttavat nuoriin, koska niihin verrataan omaa kehoa (Hutchinson & Calland 2011, 2). Nuorella identiteetti on vielä hauras, jolloin median vaikutus esimerkiksi kehonkuvaan on suurempi (Mustonen 2012, 59). Erityisesti nuoret tytöt ovat kaikkein haavoittuvaisempia näille median vaikutuksille (Hutchinson & Calland 2011, 2; Grabe, Ward & Hyde 2008, 471). Median välittämä hoikka ihannekeho voi aiheuttaa sen, että tytöt haluavat myös tavoitella hoikkaa kehoa. Tutkimuksessa ilmeni, että tyytymättömyys omaa kehoa kohtaan näkyy siinä, että nuoret tytöt haluaisivat painaa vähemmän. (Kerner, Haerens & Kirk 2018, 8.) Naiskauneuden ihanteet ovat koventuneet ja jäykistyneet, mikä aiheuttaa nuorille nykyään enemmän esimerkiksi syömishäiriöitä (Hutchinson &

Calland 2011, 2; Grabe, Ward & Hyde 2008, 471). Myös Holland ja Tiggemann (2016, 108) tuovat katsauksessaan esille sen, että sosiaalisen median käytöllä on yhteys negatiiviseen kehonkuvaan ja syömishäiriöihin. Kauneushanteet ovat kuitenkin usein saavuttamattomissa ilman plastiikkakirurgiaa (Hutchinson & Calland 2011, 2–3).

Myös pojat kärsivät negatiivisesta kehonkuvasta (Hutchinson & Calland 2011, 3; Ricciardelli 2012, 181; Tiggemann 2012, 758). Erään tutkimuksen mukaan tyttöjen ja poikien kokemassa tyytymättömyydessä omaa kehoa kohtaan ei ollut merkittävää eroa (Kerner, Haerens & Kirk 2018, 8). Pojille median kautta välittyvä kehoihanne ei ole kuitenkaan niin rajoittunut kuin tytöillä ja pojilla onkin enemmän valinnanvaraa mediasta tulevien ihanteiden suhteen (Ricciardelli 2012, 181). Tämä ei kuitenkaan poista sitä, että pojat ovat huolissaan painostaan, kehonsa muodosta ja lihaksista (Hutchinson & Calland 2011, 3; Kerner, Haerens & Kirk 2018, 8). Pojat ovat usein huolissaan myös lyhyydestä ja alipainosta (Aalberg & Siimes 2007, 172).

Pojille välittyvässä kehoihanteessa korostuu lihaksikas v-mallinen vartalo. Tällaisessa vartalossa korostuvat leveät hartiat, lihaksikas ylävartalo sekä kapea vyötärö ja lantio. (Tiggemann 2012, 759.) Tutkimukset ovat osoittaneet, että monet pojat ovatkin tyytymättömiä omassa kehossaan erityisesti juuri lihasten kokoon, pituuteen, olkapäihin, rintakehään ja hauksiin (Ricciardelli 2012, 180). Tällaisen todella lihaksikkaan ihannevartalon saavuttaminen terveellisin keinoin on useimmille pojille mahdotonta. Silti moni poika sisäistää tällaisen kehoihanteen, mikä puolestaan voi aiheuttaa tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan. (Tiggemann 2012, 759.) Normaalipainoiset pojat ovat tyytyväisempiä ja panostavat omaan kehoonsa enemmän kuin ylipainoiset pojat. Toisaalta tyytyväisyyteen vaikuttaa myös murrosiän alkamisajankohta. Aikaisemmin kypsyvät pojat ovat tyytyväisempiä omaan kehoonsa kuin myöhemmin kypsyvät pojat. (Abbott & Barber 2010, 28.)



Pojatkin voivat näistä asioista johtuen kärsiä esimerkiksi syömishäiriöistä tai muista mielenterveydellisistä ongelmista (Hutchinson & Calland 2011, 3). Esimerkiksi pienikokoinen poika saattaa ajatella kehostaan negatiivisesti, vaikka hänellä muuten olisi hyvä itsetunto. Lyhyt poika saattaa joutua kiusaamisen kohteeksi, jolloin kehitys häiriintyy sekä mielenterveyden ja itsetunnon ylläpitäminen on haastavaa. (Aalberg & Siimes 2007, 174–175.) Nuoret miehet esimerkiksi Iso-Britanniassa saattavat käydä aktiivisesti salilla ja jopa käyttää steroideja lihasmassan kasvattamiseksi. Myös miehet harkitsevat yhä useammin plastiikkakirurgiaa. (Hutchinson & Calland 2011, 3.) Toisaalta nuoret miehet, jotka ovat sisäistäneet lihaksikkuusihanteen, aloittavat todennäköisemmin lihasmassaa kasvattavaa toimintaa riipumatta siitä, kokevatko he tyytymättömyyttä omaa kehoaan kohtaan (Guðnadóttir & Garðarsdóttir 2014).

Kehonkuvan häiriöistä kärsivät monet nuoret. Nuori saattaa olla täysin vakuuttunut, että jokin niin sanottu virhe hänen kehossaan tekee hänestä epäviehättävän. (Hutchinson & Calland 2011, 1–2.) Sosiaalisen median käyttö voi altistaa tällaiselle kehonkuvan häiriölle (Saiphoo & Vahedi 2019, 269). Nuoret voivat helposti katsoa itseään hyvin valikoiden ja kiinnittää huomiota vain tiettyihin ominaisuuksiin kehossaan. Tyytymättömyys omaan kehoon voi syntyä, kun keho ei vastaa omaa kehoihannetta. (Wertheim & Paxton 2012, 187.) Sejčová (2008, 179) mukaan 18–26-vuotiaat nuoret, erityisesti naiset, ovat tyytymättömimpiä kehoonsa. Tästä ikäluokasta erityisesti naiset ovat olleet laihdutuskuurilla. 15–18-vuotiaat nuoret sen sijaan välittävät enemmän siitä, kuinka viehättävänä vastakainen sukupuoli näkee heidät. Tässä ikäluokassa ei pelätä olla omanlaisia. (Sejčová 2008, 179.)

## 4 Tutkimuksen toteutus ja menetelmät

### 4.1 Tutkimuskysymykset

Tässä tutkielmassa vastaamme seuraavaan kysymykseen:

- Millä tavoin sosiaalinen media luo merkityksiä nuorten käsityksiin heidän omasta kehostaan?

Tarkennamme päätutkimuskysymystä seuraavien kysymysten avulla:

- Millä tavoin sosiaalisen median kuvat, kommentit ja tykkäykset muokkaavat nuorten käsityksiä itsestään?
- Millaisia positiivisia ja negatiivisia mielikuvia omaan kehoon liitetään?

Käytämme tässä tutkielmassa termejä käsitys ja merkitys. Avaamme lyhyesti, mitä tarkoitamme näillä käsitteillä. Käsityksellä viittaamme tietystä ilmiöstä muodostettua kuvaa. Tämä muodostettu kuva perustuu henkilökohtaiseen kokemukseen ilmiöstä ja maailmasta, josta ajattelun avulla muodostuu tietty käsitys. Ihminen muodostaa käsityksiä ilmiöstä rakentamalla selitysmalleja ympäröivistä tapahtumista ja asioista (Ahonen 1994, 116). Ahonen (1994, 114) kirjoittaa, että ihmisten käsitykset samasta ilmiöstä eroavat toisistaan, koska ihmisten kokemuksetkin ovat erilaisia. Niikko (2003, 18) näkee, että käsityksiä luodaan ja ajattelua rakennetaan kokemusten pohjalta. Vaikka kokemus olisi sama, se voi saada eri merkityksen (Niikko 2003, 23). Tässä tutkielmassa pyrimme tavoittamaan sen, miten nuoret itse ymmärtävät ja käsittävät sosiaalisen median merkityksen osana oman kehonkuvan rakentumista. Olemme kiinnostuneita siitä, millä eri tavoilla nuoret kokevat ja ymmärtävät saman ilmiön.

Merkitystä käytetään Alasuutarin (2011, 59) mukaan erittäin väljästi ja monella tavoin. Merkitys voi Lehtosen (1996, 20) mukaan viitata johonkin kulttuurisesti yhteiseen tapaan ymmärtää jonkin ilmiö tai se voi olla arvo, jonka annamme tietyille ilmiölle. Merkitykset ulottuvat kaikkialle elämään, myös kaikkein arkipäiväisimpiin asioihin. Maailma koostuu niin sanotuista merkityskartoista, joiden avulla maailmaa ymmärretään. Merkitysten arkipäiväisyyden vuoksi niitä ei aina tiedosteta, vaikka merkityksiä on kaikkialla. Merkitykset rakentuvat ulkoapäin tulevista merkityksistä sekä siitä, miten näitä merkityksiä tulkitaan oman kokemuspohjan avulla. (Lehtonen 1996, 13–18.)

Todellisuus koostuu merkitystulkintoista ja tulkintasäännöistä, joiden kautta ihmiset toimivat arkielämässä. Emme näe maailmaa koskaan sellaisenaan, vaan aina merkitysten kautta. (Alasuutari 2011, 60.) Kulttuuriset ilmiöt vaativat useamman ihmisen yhdessä jaetun merkitysmaailman samasta ilmiöstä. Kulttuurien välillä merkitykset samoista ilmiöistä kuitenkin vaihtelevat. (Lehtonen 1996, 18.) Esimerkiksi kieli vaihtelee eri kulttuureissa ja tämän myötä myös symboliikka sekä niiden merkitykset. Sama käsimerkki voi saada eri kulttuureissa eri merkityksen. Kulttuurin sisällä käsimerkin merkitys on kuitenkin kaikille sama.

Koska merkitykset ovat ihmisten itsensä rakentamia, ovat ne aika- ja paikkasidonnaisia. Vaikka on olemassa paljon yleisiä ja kulttuurillisia merkityksiä, rakennamme myös omia henkilökohtaisia merkityksiä. Nämä merkitykset sekoittuvat yhdeksi merkitysmaailmaksi, jota kautta hahmotamme maailmaa. Merkitysmaailma voi tarjota myös rooli- ja käyttäytymismalleja. (Lehtonen 1996, 21.) Esimerkiksi sosiaalinen media tarjoaa nykynuorille paljon esikuvia ja samaistumiskohteita. Tällaiset esikuvat voivat ohjata nuorten toimintaa. Nuorten kesken voidaan nähdä muodostuvan samoja merkityksiä tietyistä ilmiöistä. Nuoret esimerkiksi saattavat tavoitella jotain tiettyä ulkonäöllistä piirrettä, koska se nähdään nuorten keskuudessa merkityksellisenä.

## 4.2 Aineistonkeruumenetelmät

Aineistomme koostuu kasvokkain toteutetuista haastatteluista, sähköpostin välityksellä toteutetuista haastatteluista sekä pienistä kyselyistä. Kasvokkain tapahtuvat haastattelut toteutimme yliopiston tiloissa. Tämän lisäksi haastattelimme muutamaa nuorta sähköpostin välityksellä. Kyselyt puolestaan toteutimme erään peruskoulun äidinkielen ja kirjallisuuden opettajan kautta. Tässä luvussa selitämme, miksi päädyimme näihin kolmeen aineistonkeruumenetelmään. Ahonen (1994, 141) kirjoittaa, että usein aineiston kerääminen useilla menetelmillä eli aineistotriangulaatio kannattaa, koska silloin saadaan haastatteluiden avulla kerättyyn aineistoon täydennystä.

Aloitimme aineiston keräämisen haastatteluilla. Valitsimme haastattelut, koska halusimme saada mahdollisimman syvällistä tietoa siitä, miten sosiaalinen media nuorten mielestä muovaa heidän käsityksiään omasta kehostaan. Näimme haastattelujen etuna sen, että vuorovaikutteisessa haastattelussa tutkija pystyy esittämään tarkentavia kysymyksiä. Jos vastauksista nousi esiin jokin ilmiö, jota me emme ymmärtäneet, pystyimme kysymään tästä asiasta lisää. Samalla tavalla myös haastateltavat pystyivät kertomaan, jos eivät ymmärtäneet jotain kysymystä, jolloin pystyimme kysymään kysymyksen uudestaan eri tavalla. Räsänen ja Sarpila (2013) toteavatkin, että kysymysten väärinymmärtämisen todennäköisyys on pienempää silloin, kun kysymykset esitetään kasvokkain. Haastattelun etuja ovat muun muassa mahdollisuus vastauksien selkeyttämiseen, saadun tiedon syventämiseen ja lisäkysymysten esittämiseen. Tämän lisäksi haastateltavien ei-kielellinen viestintä auttaa ymmärtämään vastausten moniulotteisuutta. (Hirsijärvi & Hurme 2009, 34–35; Puusa 2011, 76.) Myös Gröhn (1992, 18) puhuu tarkentavista kysymyksistä keinona saada haastatteluun lisää syvyyttä. Huomioimme tämän haastattelutilanteissa ja hyödynsimme laajasti tarkentavia kysymyksiä. Haastattelijan tulee kuunnella haastattelutilanteessa ajatuksen kanssa, jotta haastattelijä pääsee sisään haastateltavan maailman ymmärrykseen, tarkoitukseen ja tulkintaan (Rubin & Rubin 1995, 7).

Rubin ja Rubin (1995, 8–9) kirjoittavat, että ihmiset ymmärtävät asiat aina omasta näkökulmasta, jolloin sama asia voi tarkoittaa eri ihmisille eri asioita. Haastattelutilanteessa huomasimmekin, että nuoret eivät aina ymmärtäneet kysymystä niin kuin me tai edes samalla tavalla kuin muut nuoret. Haastattelutilanteet vaativat tilannetajua ja haastateltavan ymmärtämistä, jotta kysymys saadaan esitettyä niin, että jokainen varmasti käsittää sen samalla tavalla. Jokainen haastattelutilanne on yksilöllinen ja niissä pitää olla liikkumavaraa.

Haastattelimme kasvokkain viittä 13–15-vuotiasta nuorta. Kaksi haastateltavaa nimesivät itsensä pojiksi, yksi nimesi itsensä mieheksi ja kaksi nimesivät itsensä tytöiksi. Kaikki pojat olivat 13-vuotiaita ja molemmat tytöt olivat 14-vuotiaita. Saimme haastateltavat tuttujen kautta. Annoimme jokaisen nuoren huoltajalle tutkimuslupalapun allekirjoitettavaksi ja pyysimme nuoria palauttaamaan allekirjoitetun lupalapun haastatteluun tultaessa. Tutkimuslupalappu löytyy tämän tutkielman liitteistä (Liite 1). Haastattelut pidettiin yliopiston tiloissa, josta olimme varanneet huoneen haastatteluja varten. Haastattelut kestivät noin 13–19 minuuttia.

Puolistrukturoidussa haastattelussa esitetään etukäteen laaditut kysymykset yleensä samassa järjestyksessä kaikille haastateltaville (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006; Puusa 2011, 81). Sen käyttö on perusteltua, kun tutkija haluaa vastauksia tiettyihin asioihin, eikä haastattelun haluta eksyvän aiheesta (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Verrattuna strukturoimattomaan haastatteluun puolistrukturoidulla haastattelulla saadaan yksityiskohtaisempaa tietoa tutkittavasta aiheesta (Rubin & Rubin 1995, 5). Tämä johtuu siitä, että puolistrukturoidussa haastattelussa haastateltavalla on enemmän tilaa puhua kaikista tärkeäksi näkemistään asioista ja näkökulmista (Brinkmann 2018, 579). Haastateltava saattaa siis kertoa, jotain, mitä haastattelija ei ollut osannut edes kysyä (Puusa 2011, 81). Samaan aikaan haastattelija voi kuitenkin huolehtia, että puhe pysyy asiassa, eikä harhaile liikaa. (Brinkmann 2018, 579.)

Haastattelut olivat puolistrukturoituja, koska halusimme saada yksityiskohtaista tietoa aiheestamme, mutta myös jättää tilaa haastateltavan vastauksista nouseville lisäkysymyksille. Kysyimme kaikilta haastateltavilta samat kysymykset lähes samassa järjestyksessä. Joissain tilanteissa saatoimme vaihtaa kysymysten järjestystä, jos se oli haastattelun sujuvuuden kannalta järkevää. Esitimme nuorille myös tarkentavia kysymyksiä, jotka vaihtelivat nuorten vastausten mukaisesti. Mielestämme nämä lisäkysymykset toivat lisäarvoa haastattelulle ja antoivat arvokasta tietoa tutkimuksemme kannalta. Suurimmaksi osaksi kaikki haastattelut etenivät kuitenkin samassa järjestyksessä. Haastattelurunko löytyy tämän tutkielman liitteistä (Liite 3).

Nuorten luvalla äänitimme kasvokkain tapahtuvat haastattelut. Litteroimme haastattelut tarkasti fontilla Arial, fonttikoolla 12 ja rivivälillä 1,5. Näin tekstiä syntyi 27 sivua. Lisäksi sähköpostin välityksellä vastanneet nuoret vastasivat 8 sivun verran. Näin ollen haastatteluaineistoa on yhteensä 36 sivua. Tuloksissa käytämme lainauksia nuorten puheesta ja tekstistä. Luettavuuden parantamiseksi poistamme lainauksista turhat toistot ja sanoissa takeltelut. Pyrimme säilyttämään puhekielisyyden ja nuorten oman äänen. Luettavuuden parantamiseksi täytyy kuitenkin tehdä päätöksiä tekstin rakenteesta. Tämä ei ole aina helppoa, koska puheessa lauseet liitetään usein toisiinsa pienillä sanoilla.

Kolme nuorta vastasi haastattelukysymyksiin sähköpostin välityksellä. Yksi sähköpostin välityksellä vastannut nuori nimesi itsensä mieheksi, yksi nuori nimesi itsensä pojaksi ja yksi nuori nimesi itsensä tytöksi. Toinen sähköpostin välityksellä vastannut poika oli 13-vuotias ja toinen 14-vuotias. Sähköpostin välityksellä vastannut tyttö oli 13-vuotias. Päädyimme sähköpostin välityksellä toteutettaviin haastatteluihin, koska vallitsevan yhteiskunnallisen tilanteen<sup>[2]</sup> johdosta koimme, että loput kolme haastattelua olisi vastuullisinta toteuttaa sähköpostin välityksellä ilman lähikontaktia.

<sup>[2]</sup> Keväällä 2020 COVID-19 viruksen aiheuttama epidemia sulki koulut ja muut yleiset tilat. Ihmisiä kehoitettiin välttämään turhia ihmiskontakteja, jotta virus ei leviäisi.

Sähköpostin välityksellä tutkimukseen osallistuneet nuoret löytyivät tuttujen kautta. Myös sähköpostihaastatteluissa noudatimme samaa tutkimuslupakäytäntöä kuin kasvokkain tapahtuvissa haastatteluissa. Tässä tapauksessa lähetimme tutkimuslupalapun huoltajille ja saimme allekirjoitetun lupalapun takaisin sähköpostin välityksellä. Huoltajille lähetetyssä sähköpostissa kerroimme huoltajille meidän tutkimuksesta tarkemmin ja annoimme yhteystietomme mahdollisia kysymyksiä varten. Kun saimme huoltajalta allekirjoitetun tutkimuslupalapun, lähetimme tutkimukseen osallistuvalla nuorella haastattelukysymykset sähköpostin välityksellä.

Sähköpostin välityksellä toteutettujen haastattelujen kysymykset ovat samat kuin kasvokkain tapahtuneiden haastattelujen (Liite 3). Pyysimme nuorille lähetetyssä sähköpostissa, että nuoret perustelisivat vastauksiaan mahdollisuuksien mukaan, koska sähköpostin välityksellä lisäkysymysten esittäminen on hankalampaa. Alun perin kysymykset olivat tarkoitettu kasvokkain tapahtuvaan haastatteluun, jossa voimme esittää lisäkysymyksiä haastateltavien vastausten perusteella. Jotta saisimme sähköpostin välityksellä toteutetuista haastatteluista enemmän irti, toivoimme haastateltavien vastaavan mahdollisimman laajasti.

Mielestämme sähköpostin välityksellä tehtävät haastattelut sopivat tämän kaltaisiin tutkimuksiin, joissa kohderyhmänä ovat nuoret. Valli (2010, 113) kirjoittaa, että usein juuri nuoret suhtautuvat positiivisesti tutkimuksiin, joihin voi vastata tietokoneen välityksellä. Tämä siitä syystä, että nuoret käyttävät paljon tietokonetta muutenkin ja näin ollen he ovat tottuneita koneen käyttäjiä (Valli 2010, 113). Kokeemme myös, että osalle nuorista voi olla myös helpompi vastata niin, että heidän ei tarvitse tavata haastattelijaa. Erityisesti arkaluontoisista ja intiimeistä asioista kysyttäessä vastaukset voivat vaihdella suuresti riippuen siitä, millä menetelmällä haastattelu on toteutettu. Mitä etäisemmäksi haastattelutilanne koetaan, sitä helpommin arkaluontoisista asioista kerrotaan. (Räsänen ja Sarpila 2013.)

On ymmärrettävää, että nuoria jännittää haastattelutilanne ja tämä voi vaikuttaa myös nuoren antamiin vastauksiin. Sähköpostin välityksellä toteutetussa haastattelussa nuorella voi olla helpompi vastata avoimemmin kysymyksiin. Toisaalta emme huomanneet selkeää eroa sähköpostihaastattelun ja kasvokkain tapahtuvan haastattelun vastausten laajuudessa. Osa sähköpostin välityksellä vastanneista nuorista vastasivat kysymyksiin laajemmin, mutta osa vastasi suppeammin kuin kasvokkain tapahtuvassa haastattelussa. Vastausten laajuus riippuu mielestämme enemmän persoonasta kuin haastattelutavasta. Huomasimme kuitenkin, että oli helpompi saada nuoria osallistumaan sähköpostin välityksellä tehtävään haastatteluun kuin perinteiseen kasvokkain tapahtuvaan haastatteluun.

Halusimme laajentaa aineistoa haastattelujen lisäksi vielä pienillä kyselyillä. Olimme yhteydessä erään koulun rehtoriin ja tiedustelimme heidän käytäntöjä tutkimusten suhteen. Lähetimme rehtorille tutkimuslupahakemuksen, esitäytetyn tutkimuslupapäätöksen ja tutkimussuunnitelmamme. Tutkimuslupahakemus löytyy tämän tutkielman liitteistä (liite 2). Saatuamme myöntävän tutkimuslupapäätöksen olimme yhteydessä äidinkielen ja kirjallisuuden opettajaan, jonka kanssa sovimme kaikista käytännön asioista. Lähetimme äidinkielen opettajalle suunnitelmamme kysymykset, joista hän kokosi kyselyn Microsoftin Office 365:n Forms -ohjelmalla. Kyselyn kysymykset löytyvät tämän tutkielman liitteistä (Liite 5).

Kyselylomake ja haastattelulomake muistuttavat toisiaan. Tutkijan on kuitenkin huomioitava, että kyselylomakkeen tulee toimia sellaisenaan ilman haastattelijan tukea. (Vehkalahti 2014, 11.) Kyselylomakkeen kysymyksiä ei esitetä kasvokkain, joten kysymyksiä laatiessa tulee muistaa niiden selkeys ja ymmärrettävyys. Räsänen ja Sarpila (2013) kirjoittavat, että virhetulkintojen todennäköisyys on suurempaa juuri silloin, kun haastattelutilanne ei tapahdu kasvokkain. Hyödynsimme kyselyssä haastattelukysymyksiämme. Muokkasimme kysymyksiä, jotta ne soveltuisivat paremmin kyselyyn ja palvelisivat meidän tutkimusta. Vehkalahti (2014, 20) kirjoittaa, että kyselylomake tulee suunnitella huolellisesti, koska sitä ei voi enää muuttaa vastaajan vastattua kysymyksiin. On myös tärkeä suunnitella



kysymykset niin, että niiden avulla on mahdollista saada olennaisinta tietoa tutkimuksen kannalta. (Vehkalahti 2014, 20). Meidän tutkielman kyselyn kysymykset ovat avoimia, koska halusimme saada vastauksissa nuorten omaa pohdintaa, eikä vain rasti ruutuun -tyyppisiä vastauksia. Pyrimme tällä tavoin saamaan mahdollisimman monipuolista tietoa nuorten käsityksistä tutkimastamme ilmiöstä.

Laadimme myös Wilma-viestin, jonka opettaja välitti koulun kaikille 9.-luokkalaisten huoltajille. Myös tämä Wilma-viesti löytyy tämän tutkielman liitteistä (Liite 4). Huoltajia pyydettiin vastaamaan äidinkielen opettajalle Wilma-viestillä, mikäli he antavat nuorelle luvan osallistua tutkimukseen. Tämän jälkeen opettaja lähetti nuorelle linkin kyselyyn. Wilma-viesti ja kysely lähetettiin 53 nuorelle ja nuoren huoltajalle. Kuusi nuorta vastasi kyselyyn. Kolme vastaajaa nimesivät itsensä naisiksi ja kaksi tytöiksi. Yksi vastaaja nimesi itsensä mieheksi. Vastaajat olivat kaikki 15–16-vuotiaita. Koska vastaajat olivat 9.-luokkalaisia, oli osa ehtinyt jo täyttää 16 vuotta. Emme rajaa näitä vastauksia ulkopuolelle, koska he ovat samalla vuosiluokalla. Nuoret vastasivat kyselyyn neljän sivun verran.

Kaiken kaikkiaan tutkimukseen osallistuneista 6 on poikia ja 8 on tyttöjä ja aineistoa on kaikkineen yhteensä 40 sivua. Nuoret ilmoittivat käyttävänsä seuraavia sosiaalisen median sovelluksia: Instagram, Snapchat, WhatsApp, YouTube, TikTok, Facebook ja Reddit. Vastaajien keskuudessa suosituimmat sovellukset ovat Instagram ja Snapchat. Nuoret arvioivat viettävänsä aikaa sosiaalisessa mediassa suurin piirtein 2–3 tuntia päivässä. Pisin sosiaalisessa mediassa vietetty aika on 6 tuntia ja lyhyin on 1,5 tuntia päivässä.

### 4.3 Fenomenografia

Fenomenografiassa ollaan kiinnostuneita siitä, miten tutkittavat kuvaavat jotain tiettyä ilmiötä. Siinä tutkitaan siis ihmisten kuvauksia, käsityksiä ja ymmärtämisen tapoja. (Kakkori & Huttunen 2014, 381.) Ahonen (1994, 114) kirjoittaa, että fenomenografisessa tutkimuksessa tutkitaan sitä, miten ihmisen tietoisuus rakentaa

ja ilmentää todellisuutta. Tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää ja kuvailla ihmisten käsityksiä arkipäivän ilmiöistä sekä niiden keskinäisiä suhteita, eikä niinkään etsiä tieteellistä totuutta (Marton 1986, 32; Koskinen 2011, 267; Huusko & Paloniemi 2006, 163). Ahonen (1994, 126) toteaa, että laadullinen tutkimus yli-päättään pyrkii ymmärtämään ilmiötä eikä varsinaisesti selittämään sitä. Tämä tutkimus on fenomenografinen, koska olemme kiinnostuneita nimenomaan nuorten omista käsityksistä ja ajatuksista. Tutkimuksen tarkoitus ei ole löytää varsinaisesti mitään ehdotonta ja yleistettävää totuutta. Pyrimme kuvailemaan nuorten käsitysten samanlaisuutta sekä mahdollista eroavaisuutta mahdollisimman totuudenmukaisesti.

Fenomenografia tuo esille, että ei ole olemassa käsityksistä erillistä todellisuutta ja ihmisten käsitys maailmasta on aina todellinen (Barnard, McCosker & Gerber 1999, 216). Fenomenografian lähtökohtana on ajatus yhdestä todellisuudesta, jonka ihmiset kokevat ja käsittävät kukin omista lähtökohdistaan, minkä vuoksi maailma ymmärretään eri tavoin (Barnard, McCosker & Gerber 1999, 216). Fenomenografia on kiinnostunut ihmisten erilaisista tavoista ymmärtää ympäröivä maailma (Marton 1986, 31; Ahonen 1994, 116; Barnard, McCosker & Gerber 1999, 212; Kakkori & Huttunen 2014, 381). Tutkimuksen kiinnostuksen kohde on yksilön ja maailman välisestä suhteesta (Marton 1986, 31). Me olemmekin kiinnostuneita siitä, millä tavoin sosiaalinen media luo merkitystä nuorten käsityksiin heidän omasta kehostaan.

Ihmisten käsitykset ja ajatukset asioista ja ilmiöistä väistämättä ohjaavat heidän käyttäytymistään. Ei voida kuitenkaan olettaa, että käsitykset suoraan aiheuttavat jonkin toiminnan. (Niikko 2003, 28.) Ihmiset voivat käsittää jonkin tietyn asian toivottavana ja tavoiteltavana mutta päättävätkin toimia vastoin tätä omaa käsitystä. Esimerkiksi, vaikka ihminen tiedostaisi, että liikkuminen on tärkeää terveyden kannalta, se ei välttämättä saa häntä liikkumaan. Tässä tutkielmassa näemme, että ihmisten käsitykset ovat aina oikeita ja tosia, koska ne kumpuavat aina ihmisten omasta kokemusmaailmasta. Näin ollen käsitykset vaikuttavat siihen, miten me ajattelemme ja tämä puolestaan voi johtaa tiettyyn toimintaan. Nuori voi

kopioida sosiaalisessa mediassa esiintyvän julkisuuden henkilön pukeutumista tai muuta kaunistautumista, koska kokee sen itselleen tärkeänä ja tavoiteltavana.

Fenomenografiassa termit käsitys ja käsittäminen ymmärretään syvällisenä ymmärtämisenä ja näkemyksenä ilmiöstä (Niikko 2003, 25). Tutkimuksen tarkoituksena on löytää ihmisten kokemusten ja käsitysten variaatioita eikä niinkään yksilötason kuvauksia käsityksistä (Niikko 2003, 25; Huusko & Paloniemi 2006, 165). Tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita käsitysten sisällöistä ja siitä, miten ne ovat suhteessa toisiinsa (Huusko & Paloniemi 2006, 165). Fenomenografia on kiinnostunut kuvaamaan ihmisten kokemisen variaatioita (Marton 1986, 31; Huusko & Paloniemi 2006, 163; Niikko 2003, 23). Tässä tutkielmassa pyrimme kuvaamaan 13–15-vuotiaiden käsitysten laadullisia eroja, emme niinkään keskity yksilötason käsityksiin ja ajatuksiin. Olemme kuitenkin kiinnostuneita siitä, millä tavoin samaan ikäryhmään kuuluvien tyttöjen ja poikien tavat ymmärtää, kokea ja käsittää tutkittavaa ilmiötä eroavat toisistaan.

Fenomenografiassa tutkitaan muiden ihmisten kokemuksista nousseita käsityksiä. Kyse on tällöin toisen asteen näkökulmasta, koska tutkija kuvaa muiden ihmisten tapaa käsittää ja ymmärtää asioita. (Marton 1981, 178; Niikko 2003, 24–25; Barnard, McCosker & Gerber 1999, 213; Gröhn 1992, 7.) Koska tutkija kuvaillee ilmiötä tietyn ryhmän näkökulmasta, eli miten nämä ihmiset käsittävät tätä ilmiötä, voidaan näin ollen puhua epäsuorasta menetelmästä (Niikko 2003, 24–25). Ensimmäisen asteen näkökulmassa tutkija puolestaan pyrkii kuvaamaan maailmaa sellaisena kuin se hänelle itselle näyttäytyy ja mahdollisimman objektiivisesti ilman omia ennakkokäsityksiä (Marton 1981, 178; Niikko 2003, 24–25). Ensimmäisen asteen näkökulmassa tarkoituksena on siis ymmärtää jotain ilmiötä, mutta toisen asteen näkökulmassa puolestaan halutaan tutkia ihmisten käsityksiä näistä ilmiöistä (Gröhn 1992, 7). Toisen asteen näkökulmassa suuntaudutaan tutkittavien näkökulmaan ilmiöstä, eli tavallaan muodostetaan käsityksiä käsityksistä (Marton 1981, 178). Meidän tutkimuksessa on hyödynnetty toisen asteen näkökulmaa, koska tutkimme nuorten käsityksiä, eli tapaa, jolla nuoret käsittävät ja kokevat tutkimaamme ilmiötä.

Ymmärrämme fenomenografian Huuskon ja Paloniemen (2006, 163) tavoin analyysi- tai tutkimustapaa laajempaan, koko tutkimusprosessia ohjaavana tutkimussuuntauksena. Kaikki tutkimukseen liittyvät päätökset on harkittu fenomenografian näkökulmasta. Halusimme, että fenomenografia näkyy kaikissa tutkimuksen vaiheissa. Esimerkiksi haastattelut ja pienet kyselyt valikoituivat aineistonkeruumenetelmäksi, koska halusimme tavoittaa mahdollisimman monipuolisen ja laajan käsitysten kirjon koskien aiheitamme. Uskomme, että näillä valinnoilla tavoitamme fenomenografian vaatiman avoimen kysymyksenasettelun. Tämä on tärkeää, jotta kaikki erilaiset käsitykset tulevat varmasti ilmi (Huusko & Paloniemi 2006, 163). Lisäksi tämä tutkimus on fenomenografialle tyypillisesti aineistolähtöinen, koska emme pyri todistamaan mitään teorioita oikeiksi tai vääriksi. Aho-nen (1994, 123) kirjoittaakin, että vaikka teoreettinen perehtyneisyys on tutkimuksen tekemisessä tärkeää, ei fenomenografiassa ryhmitellä käsityksiä ennakolta tai testata oletuksia teorian pohjalta.

#### 4.4 Aineiston analyysi

Tässä luvussa kerromme fenomenografisen analyysin pääkohdat sekä sen, kuinka meidän tutkimuksen analyysi eteni. Fenomenografinen analyysi etenee yleensä vaiheittain ja jokaisella vaiheella on merkityksensä, koska jokaisessa vaiheessa tehdyt valinnat vaikuttavat seuraavaan vaiheeseen (Niikko 2003, 33–37). Häkkinen (1996, 41) puhuu analyysin kehästä, jossa toistuu haastattelujen lukeminen, kategorioiden muodostaminen ja reflektointi. Fenomenografinen analyysi ei perustu tiettyyn tarkkarajaiseen malliin. Se noudattaa laadulliselle tutkimukselle yleisiä pääpiirteitä. Vaikka analyysiprosessille ei ole tarkkoja sääntöjä, se etenee kuitenkin systemaattisesti ja loogisesti. (Niikko 2003, 32–33; Marton 1986, 42.)

Analyysin avulla pyritään löytämään erilaisia käsityksiä tutkittavasta ilmiöstä. Tämä tapahtuu muodostamalla käsitteellisiä kuvauskategorioita, jotka kuvaavat

kyseistä ilmiötä ja sen moninaisuutta. (Huusko & Paloniemi 2006, 166; Marton 1986, 33.) Kategoriat muodostuvat vaiheittain ja tarkentuvat analyysin edetessä. Jokainen kategoria on osa laajempaa kategoriasysteemiä. (Häkkinen 1996, 41.) Kategorioiden muodostaminen alkaa merkitysyksiköiden etsimisellä aineistosta. Näistä muodostetaan ensimmäisen tason kategorioita. Tämän jälkeen kategoriat kuvataan abstraktimmalla tasolla. Lopuksi luodaan niin sanottu tulosavaruus tai kuvauskategoriajärjestelmä (Huusko & Paloniemi 2006, 167; Marton 1986, 42–43). Tässä tutkielmassa analyysiprosessi eteni Niikkon (2003) nelivaiheisen analyysimallin mukaisesti.

Aineiston analyysin voi nähdä alkavan jo litteroidessa (Koskinen 2011, 273). Varsinaisen analyysin ensimmäisen vaiheen aloitimme lukemalla aineiston läpi monta kertaa ajatuksen kanssa. Luimme aineiston ensin molemmat itsenäisesti läpi. Tämän jälkeen kävimme aineistoa yhdessä läpi ja keskustelimme siitä, mitä ajatuksia se meille herätti. Hahmottelimme analyysikysymykset, joilla poimimme analyysiyksiköt eli merkitykselliset ilmaukset aineistostamme. Fenomenografiassa analyysissä tärkeämpää on löytää merkitysten laadullisia erilaisuuksia eikä niinkään niiden määrä (Ahonen 1994, 127). Analyysiyksiköitä löytyi aineistosta yhteensä 229 ja ne voivat olla sanoja, ilmauksia tai kokonaisia lauseita.

Analyysiyksiköt poimitaan tarkastelemalla niiden ajatusyhteyksiä teorian ja tutkimuskysymysten valossa (Ahonen 1994, 143). Analyysiyksiköiden poimimisessa voidaan käyttää apuna erilaisia aineistolle esitettäviä kysymyksiä (Huusko & Paloniemi 2006, 167). Haasteeksi analyysiyksiköitä poimiessa muodostui se, että yhdessä lauseessa saattoi olla kuvattuna samaa ilmiötä monella tavalla. Tästä johtuen jouduimme poimimaan analyysiyksiköitä todella tarkkaan, jotta ilmiön kuvaaminen ei vääristyisi. Koska yhdessä vastauksessa saattoi olla monta asiaa, piti olla huolellinen, ettei yksikään merkityksellinen ilmaus jää huomiotta. Åkerlind, Bowden ja Green (2005, 86) toteavatkin, että on tärkeä osata tulkita tekstiä, koska puheen merkitys voi olla eri kuin mitä tekstissä itse asiassa sanotaan.

Löysimme analyysiyksiköt kysymällä aineistolta seuraavat analyysikysymykset:

1. Millä tavoin nuoret vertaavat itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin?
2. Millä sanoin omaa kehoa kuvataan? (Mistä pidetään ja mistä ei?)
3. Millä tavoin nuoret kuvaavat omaa kehoihannettaan?
4. Mitä ajatuksia ja tunteita liitetään sosiaalisen median sisältöihin?
5. Millä tavoin nuoret kuvaavat sosiaalisen median vaikuttavan heidän tyytyväisyyteen tai tyytymättömyyteen itseä kohtaan?
6. Minkälaista kehoon liittyvää toimintaa sosiaalinen media on saanut nuorena aikaan?
7. Millaisia ajatuksia ja tunteita liitetään kommentteihin ja tykkäyksiin?
8. Millä tavoin sosiaalisen median sisällöt vaikuttavat nuorten ajatuksiin heidän omasta kehosta?

Fenomenografialle tyypilliseen tapaan kokosimme koko aineiston yhdeksi kokonaisuudeksi häivyttäen näin yksilön (Huusko ja Paloniemi 2006, 165; Häkkinen 1996, 39). Koska haluamme kuvata tutkimaamme ilmiötä, emme näe tarpeelliseksi erotella yksittäisten nuorten vastauksia. Pyrimme kuvaamaan nuorten käsitysten samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Tämä lisää lisäksi anonymiteettiä, koska yhden nuoren tarinan seuraaminen on näin ollen mahdotonta. Värikoodasimme kuitenkin analyysiyksiköt sukupuolen mukaan, koska halusimme mahdollisuuden verrata, eroavatko tyttöjen ja poikien vastaukset toisistaan.

Analyysiyksiköiden poimimisen jälkeen aloitimme toisen analyysivaiheen eli ryhmittelyn. Ryhmittelyn avulla pyritään hallitsemaan käsitysten joukkoa ja selittämään niiden erilaisuutta (Ahonen 1994, 125). Toteutimme ryhmittelyn fenomenografialle ominaisella tavalla vertaamalla analyysiyksiköitä toisiinsa ja etsimällä niiden samankaltaisuuksia, erilaisuuksia ja harvinaisuuksia (Niikko 2003, 34). Ryhmiä ei määritelty etukäteen, vaan ne muodostuivat aineiston avulla. Pidimme tut-

kimuskysymyksemme koko ajan mielessä ryhmittelyssä. Pohdimme jokaisen ilmauksen kohdalla, miten ymmärrämme sen tutkimuskysymyksemme kannalta. Ryhmiä muodostui lopulta 31.

Aloitimme ryhmittelyn tarkastelemalla jokaisen analyysikysymyksen alle tulleita analyysiyksiköitä kysymys kerrallaan. Vertailimme analyysiyksiköitä toisiinsa ja muodostimme ryhmiä samankaltaisuuksista, erilaisuuksista ja harvinaisuuksista. Löysimme esimerkiksi samasta asiasta vastakkaiset käsitykset, joista muodostui näin kaksi eri ryhmää. Tämä ryhmittelyprosessi toistui jokaisen analyysikysymyksen alle valikoituneiden analyysiyksiköiden kohdalla yksitellen. Pystyimme erottelemaan lähes ongelmitta ne analyysiyksiköt, jotka kuuluivat selkeästi samaan ryhmään. Joidenkin analyysiyksiköiden kohdalla jouduimme miettimään ryhmää pidempään ja sijoittamaan niitä ryhmiin useamman kerran. Suurimmaksi osaksi ryhmittely sujui kuitenkin sujuvasti. Ryhmät, esimerkit niiden alle tulleista analyysiyksiköistä sekä analyysiyksiköiden lukumäärä löytyvät taulukoituna analyysikysymyksittäin tämän tutkielman liitteistä (Liite 6).

Kolmannessa analyysivaiheessa muodostimme ryhmistä kategorioita. Tarkastelemme muodostamiemme ryhmiä ja vertailimme niitä toisiinsa. Niikko (2003, 36) kirjoittaa, että kategorioita muodostettaessa tulisi huomioida, että jokainen kategoria kertoo jotain erilaista tutkittavien tavasta ymmärtää ilmiötä. Kategorisoinnin tarkoituksena on ymmärtää, mitä teoreettisesti merkitsevää ja erilaista käsityksissä on (Ahonen 1994, 127). Pidimme tämän mielessä muodostaessamme kategorioita. Varmistimme, että jokaisen kategorian sisällä olevat ryhmät liittyvät sisällöllisesti toisiinsa. Vertailimme myös eri kategorioiden sisältöjä tarkistaaksemme, että kukin kategoriaan kuuluva ryhmä kuvaa juuri sen kategorian näkökulmaa ilmiöstä. Kategorioita muodostui seitsemän. Taulukossa 1 löytyvät lopulliset kategoriat ja mistä ryhmistä ne muodostuvat.

Taulukko 1 Kategorioiden muodostaminen ryhmistä

Kategorian nimi	Ryhmät, joista muodostuu
<b>Itsensä vertaaminen sosiaalisen median kuviin</b>	Ei vertaa itseään sosiaalisen median kuviin Vertaa itseään sosiaalisen median kuviin
<b>Sosiaalisen median kuvien ihannoiminen</b>	Ottaa vaikutteita pukeutumiseen Mistä saa vaikutteita Haluaa näyttää samalta kuin henkilöt sosiaalisessa mediassa Ei halua näyttää samalta kuin henkilöt sosiaalisessa mediassa Sosiaalinen media saanut jotain toimintaa aikaan Sosiaalinen media ei ole saanut toimintaa aikaan
<b>Oma kehonkuva</b>	Pitää kehostaan Ei pidä kehostaan Mistä pitää kehossaan Mistä ei pidä kehossaan Ei osaa sanoa pitääkö kehostaan
<b>Kehoihanne</b>	Millainen on kehoihanne Oma keho vastaa kehoihannetta Oma keho ei vastaa kehoihannetta Ei osaa sanoa vastaako oma keho kehoihannetta
<b>Sosiaalisen median aiheuttamat tunteet</b>	Millaisia tunteita sosiaalisen median kuvat herättävät Sosiaalisessa mediassa kommentit aiheuttavat positiivisia tunteita Sosiaalisessa mediassa kommentit aiheuttavat negatiivisia tunteita Aiheuttaako sosiaalinen media tyytymättömyyttä itseä kohtaan Aiheuttaako sosiaalinen media tyytyväisyyttä itseä kohtaan
<b>Sosiaalinen media kehonkuvan muokkaajana</b>	Sosiaalinen media luo ulkonäköpaineita Sosiaalinen media ei luo ulkonäköpaineita Sosiaalinen media on vaikuttanut käsityksiin omasta ulkonäöstä positiivisesti Sosiaalinen media on vaikuttanut käsityksiin omasta ulkonäöstä negatiivisesti
<b>Kommenttien ja tykkäysten tärkeys</b>	Tykkäykset ja kommentit ovat tärkeitä Tykkäykset ja kommentit eivät ole tärkeitä Kehu sosiaalisessa mediassa vs. kehu kasvotusten Kehu kasvotusten voi lievittää sosiaalisen median negatiivista kommenttia Millä lailla sosiaalisen median kommentointi on vaikuttanut nuoren ajatuksiin omasta kehosta

Ensimmäiseen kategoriaan "Itsensä vertaaminen sosiaalisen median kuviin" kuuluu ryhmät, joissa kuvataan sitä, miten nuoret vertaavat itseään sosiaalisen median sisältöihin. Tähän liittyy myös niitä tunteita, joita vertaaminen saa nuorissa aikaan. Toinen kategoria "Sosiaalisen median kuvien ihannoiminen" muodostui ryhmistä, joissa kuvataan sosiaalisen median ihannoimista siinä mielessä, että



nuoret ottavat sosiaalisesta mediasta vaikutteita muun muassa pukeutumiseen, ulkonäköön ja liikuntaharrastuksiin. Ensimmäinen ja toinen kategoria kuvaavat hyvin samankaltaisia teemoja, mutta halusimme erotella ne omiksi kategorioiksi. Tämä sen vuoksi, että ensimmäisessä kategoriassa puhutaan selkeästi vain vertaamisesta sekä sen aiheuttamista tunteista ja toisessa kategoriassa vertaamisen mahdollisesti aiheuttamaa toimintaa.

Kolmas kategoria "Oma kehonkuva" kuvaa sitä, millä lailla nuoret ajattelevat omasta kehostaan. Osa nuorista kuvasi hyvin yksityiskohtaisesti kehollisia piirteitään, joista pitävät ja eivät pidä. Neljäs kategoria "Kehoihanne" kuvaa nuorten käsitystä siitä, mikä on heidän mielestään ideaali ja jopa tavoiteltava keho. Lisäksi tämä kategoria antaa meille tietoa siitä, miten nuoret näkevät oman kehonsa suhteessa kehoihanteeseen. Nämä kaksi kategoriaa kuvaavat yhdessä laajemmin sitä, mitä nuoret ajattelevat kehostaan. Viides kategoria "Sosiaalisen median aiheuttamat tunteet" kuvaa sitä, millaisia tunteita sosiaalisen median sisällöt synnyttävät. Tähän kategoriaan kuuluvat kuvaukset tunteista, joita sosiaalisen median kuvat sekä kommentit ja tykkäykset aiheuttavat. Kategoriassa kuvilla tarkoitamme sosiaalisessa mediassa esiintyvien henkilöiden kuvia sekä kommentteilla niitä ilmauksia, joita nuoret ovat saaneet omasta ulkonäöstään.

Kuudes kategoria "Sosiaalinen media kehonkuvan muokkaajana" kuvaa sitä, millaisia ajatuksia nuorelle syntyy omasta itsestä sosiaalisen median kautta. Tähän kuuluvat mahdolliset ulkonäköpaineet sekä positiiviset ja negatiiviset ajatukset omasta ulkonäöstä. Seitsemäs kategoria "Kommenttien ja tykkäysten tärkeys" kuvaa sitä, kuinka tärkeänä nuoret näkevät kommenttien ja tykkäysten saamisen sosiaalisessa mediassa. Kategoriaan sisältyy nuorten pohdintoja siitä, ovatko kommentit ja tykkäykset keskenään yhtä tärkeitä. Siinä kuvaillaan myös sitä, kuinka tärkeitä sosiaalisen median kommentit ovat verrattuna kasvokkain tapahtuvaan kommentointiin. Lisäksi kategoriassa avataan, kuinka kommentit vaikuttavat nuorten käsityksiin omasta kehostaan.

Analyysin neljäs eli viimeinen vaihe on kuvauskategorioiden muodostaminen. Kuvauskategoriat ovat fenomenografisessa tutkimuksessa analyysiprosessin seurauksena saatuja tuloksia (Marton 1986, 33–34). Niikko (2003, 36) kirjoittaa, että kuvauskategoriat, eli niin sanotut ylemmän tason kategoriat muodostuvat yhdistelemällä kategorioita yhä laajemmiksi kokonaisuuksiksi. Ne selittävät käsityksiä yleisemmin ja universaalimmin (Ahonen 1994, 128). Aloitimme kuvauskategorioiden muodostamisen tutustumalla vielä tarkemmin muodostamiimme kategorioiden sisältöihin. Kuvauskategorioiden tulee kuvata ilmiötä selkeästi omasta näkökulmastaan, eikä niiden tule limittyä toisiinsa (Niikko 2003, 37). Muodostimme kuvauskategoriat pohtimalla muodostamiemme kategorioiden suhdetta ilmiöön ja toisiinsa. Pyrimme muodostamaan kuvauskategoriat niin, että jokainen kuvaa ilmiötämme jollain omalla tavalla.

Niikko kirjoittaa (2003, 37), että kuvauskategorioiden tarkoitus on edustaa tutkitavan ilmiön olennaisimpia käsitysten ja kokemusten merkityksiä. Kuvauskategorioiden tulee kuvata käsitysten samanlaisuuksia ja erilaisuuksia sekä tutkittavien erilaisia tapoja ymmärtää ja kuvata ilmiötä (Niikko 2003, 37). Olemme pyrkineet analyysiprosessin alusta alkaen tekemään valintoja pitäen mielessä tutkimuskysymyksemme. Kuvauskategoriat muodostuivat meidän tulkintojen kautta, eli syntyivät niistä valinnoista, joita me pidimme ilmiömme kannalta tärkeinä ja merkityksellisinä. Kuvauskategorioita muodostui lopulta kolme. Taulukossa 2 näkyvät kuvauskategoriat ja kategoriat, joista ne muodostuvat.

Taulukko 2 Kuvauskategorioiden muodostaminen kategorioista

Kuvauskategoria	Kategoriat, joista muodostuu
Käsityksiä kehosta	Oma kehonkuva Kehoihanne
Sosiaalinen media vaikutteiden välittäjänä	Itsensä vertaaminen sosiaalisen median kuviin Sosiaalisen median kuvien ihannoiminen
Sosiaalisen median yhteys ajatuksiin ja tunteisiin itsestä	Sosiaalisen median aiheuttamat tunteet Sosiaalinen media kehonkuvan muokkaajana Kommenttien ja tykkäysten tärkeys

Ensimmäinen kuvauskategoria “Käsityksiä kehosta” muodostuu kategorioista “Oma kehonkuva” ja “Kehoihanne”. Tämä kuvauskategoria muodostui kaikkein selkeimmin. Se sisältää kuvauksia omasta kehosta, kehoihanteesta sekä näiden kahden suhteesta toisiinsa. Näemme todella mielenkiintoisena mahdollisuutena verrata nuorten henkilökohtaista kehoihannetta sekä omaa kehosuhdetta toisiinsa. On kiinnostavaa nähdä, miten tyttöjen ja poikien käsitykset omasta kehosta ja kehoihanteesta mahdollisesti eroavat toisistaan.

Toinen kuvauskategoria “Sosiaalinen media vaikutteiden välittäjänä” muodostuu kategorioista “Itsensä vertaaminen sosiaalisen median sisältöihin” ja “Sosiaalisen median kuvien ihannoiminen”. Nämä kategoriat kuvastavat sitä, millainen merkitys sosiaalisella medialla on ollut siihen, millaisia vaikutteita ulkonäköönsä nuori on hakenut sisällöistä. Kategorioissa kuvataan myös sitä, millaista kehollista toimintaa sosiaalinen media on mahdollisesti saanut nuoressa aikaan. Kehollinen toiminta voi olla esimerkiksi liikuntaa tai itsensä muokkaamiseen liittyvää toimintaa.

Kolmas kuvauskategoria “Sosiaalisen median yhteys ajatuksiin ja tunteisiin itsestä” muodostuu kategorioista “Sosiaalisen median aiheuttamat tunteet”, “Sosiaalisen median kehonkuvan muokkaajana” sekä “Kommenttien ja tykkäysten tärkeys”. Kategoriat kuvastavat sosiaalisen median sisältöjen herättämiä ajatuksia ja tunteita. Nämä tunteet ja ajatukset voivat olla positiivisia, negatiivisia tai neutraaleja. Kategorioissa kuvataan, miten sosiaalisen median sisältöjen synnyttämät ajatukset ja tunteet muokkaavat nuorten käsityksiä heidän omasta kehostaan. Kategorioissa kuvataan lisäksi nuorten ajatuksia heidän tuottamien sisältöjen kommentteista ja tykkäyksistä.

Luvussa 5 esittelemme tutkimuksen tulokset kuvauskategorioittain. Käytämme tulkinnan tukena suoria lainauksia nuorten puheesta ja teksteistä. Lainauksiin merkitsemme, onko kyseessä tytön vai pojan vastaus. Merkitsemme tämän T:llä (tyttö) ja P:llä (poika). Emme erikseen mainitse ikää, koska kaikki vastaajat ovat

13–16-vuotiaita, emmekä koe tarvetta vertailla vastaajien ikää tässä tutkimuksessa. Emme myöskään mainitse sitä, onko kyseessä haastattelu, sähköposti-haastattelu vai kysely, koska olemme tarkastelleet aineistoa yhtenä kokonaisuutena. Varmistaaksemme osallistujien anonymiteetin, olemme häivyttäneet aineistosta yksilön, jotta yhdenkään osallistujan tarinan seuraaminen ei olisi mahdollista.

## 4.5 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimusta tehdessä tulee noudattaa tutkimuseettisiä ohjeita koko tutkimusprosessin ajan. Tutkija tekee monenlaisia valintoja tutkimuksen aikana, jolloin tulee olla tietoinen tutkimuseettisistä ohjenuorista. Kuten Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK 2012, 6) sivuilla sanotaan eettisesti hyväksyttävä, luotettava ja uskottava tutkimus edellyttää hyvää tieteellistä käytäntöä. Heti tutkimusprosessin alussa tutustuimme tutkimuksen eettisyyttä koskevaan kirjallisuuteen ja TENKin sivustoon. Erityisesti siitä syystä, että tutkimukseemme osallistuvat henkilöt ovat alaikäisiä. Halusimme varmistaa, että toimimme eettisesti koko tutkimusprosessin ajan.

Kallio (2010, 172) ja TENK (2019) ohjeistavat, miltä tahoilta suostumus tutkimuksen tekemiseen on hankittava tutkimusprosessin alussa. Meidän tutkielman kohdalla tämä liittyy erityisesti alaikäisiin koskevien tietojen keräämiseen, analysoimiseen ja raportoimiseen. Koska tutkimukseen osallistuvat ovat alaikäisiä, tarvitsemme heiltä itseltään ja heidän huoltajiltaan luvan osallistua haastatteluun. Tämän lisäksi tulee meidän olla yhteydessä tahoihin, joiden kautta hankimme haastateltavat ja pyytää heiltä lupa tutkimuksen tekemiseen. (Kallio 2010, 171–172; TENK 2019, 9.)

TENKin (2019, 9) ohjeistuksen mukaan huoltajan lupa tarvitaan, jos tutkimukseen osallistuva on alle 15-vuotias. Me päädyimme kuitenkin pyytämään luvat myös jo 15 vuotta täyttäneiden nuorten huoltajilta. Tämä sen vuoksi, että koulu edellytti

huoltajien lupaa, mutta toisaalta myös sen vuoksi, että Suomen lain mukaan 15 vuotta täyttänyt on vielä alaikäinen. Tästä johtuen halusimme myös heidän huoltajiltaan suostumuksen osallistua tutkimukseen.

TENKin (2019, 8–9) ohjeistuksen mukaisesti informoimme erityisesti nuoria, mutta myös heidän huoltajiaan siitä, mitä tutkimus koskee ja miten se toteutetaan. Kerroimme, että tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista ja siihen osallistumisen voi keskeyttää milloin tahansa. Kuula (2011, 87) kirjoittaa, että vapaaehtoisuus tulee olla ehdotonta ja sen tulee olla voimassa koko tutkimusprosessin ajan. Tämän lisäksi kerroimme nuorille ja heidän huoltajilleen, että nuoren henkilöllisyys ei tule esille missään tutkimuksen vaiheessa. Liitteenä ovat tutkimuslupalappu huoltajille sekä Wilma-viesti (Liitteet 1 ja 3).

Kerroimme myös tutkimukseemme osallistuneille, että haastattelujen äänitallenteet ja kaikki kirjallinen aineisto hävitetään tutkimusprosessin lopuksi. Kuula (2011, 64) tuo esille luottamuksellisuuden puhuttaessa tutkimusaineistosta. Tämä tarkoittaa juuri sitä, että tutkimukseen osallistuville kerrotaan muun muassa, miten heidän tietojä käytetään, kuinka tutkimusaineistoa käytetään ja kuinka pitkään tutkimusaineistoa säilytetään. Tutkimukseen osallistuvan tulee voida luottaa siihen, että aineistoa käsitellään ja säilytetään, kuten on sovittu tutkimusprosessin alussa. (Kuula 2011, 64.)

Mielestämme haastattelut menivät kaikin puolin hyvin ja olemme tyytyväisiä haastatteluista saamiemme vastausten laajuuteen. Olimme varautuneet siihen, että haastattelutilanne voi olla nuorille jännittävä ja tiedostamme, että se saattaa vaikuttaa heidän vastausten avoimuuteen. Osaa haastateltavista selvästi jännitti enemmän kuin muita, mikä saattoi aiheuttaa vähäsanaisuutta. Haastattelijan tulisi pyrkiä luomaan haastattelutilanteessa luottamuksellisen ilmapiiri ja samalla motivoida haastateltavaa puhumaan (Puusa 2011, 77–78). Pohdimme jälkikäteen, että saimmeko jokaisen nuoren kohdalla luotua sellaisen ilmapiirin, jossa nuorella olisi ollut helppo puhua avoimesti. Yritimme rentouttaa tilannetta juttele-

malla nuorten kanssa ennen haastattelua ja sen jälkeen. Koemme juttelun perusteella, että kaikille haastatteluun osallistuneille jäi kuitenkin positiivinen kuva haastattelusta.

Pohdimme etukäteen ja juttelimme keskenämme kysymysten esittämisestä. Mietimme erityisesti kysymysten asettelua, jotta nuori kykenee ymmärtämään ne mahdollisimman samalla tavalla kuin me. Huomasimme, että nuoret eivät aina ymmärtäneet sitä, mitä olimme kysymyksellä tarkoittaneet. Haastattelutilanteessa esitimme saman kysymyksen pariin otteeseen vähän eri tavalla muotoiltuna, jotta nuori pystyisi vastaamaan siihen. Tässä meidän piti olla tarkkana, ettei uudelleen muotoilluista kysymyksistä tulisi liian johdattelevia, mutta ne olisivat sellaisia, että nuori ymmärtää mitä haluamme kysyä. Tutkijan tulee Puusan (2011, 78) mukaan pohtia sitä, minkälaisia tarkentavia kysymyksiä esittää, etteivät ne ole liian johdattelevia ja näin mahdollisesti anna virheellistä tietoa. Haastattelijan tulee olla niin sanottu aktiivinen kuuntelija, joka keskittyy haastateltavan puheeseen ja reagoi siihen mahdollisilla lisäkysymyksillä (Ahonen 1994, 136–137).

Virheellisen tuloksen voi aiheuttaa myös se, jos haastateltava ei ymmärrä kysymystä (Puusa 2011, 78). Haastattelujen kohdalla tämä pystyttiin estämään, koska pystyimme tarkentamaan kysymyksiä. Nuori itse pystyi myös sanomaan, jos hän ei ymmärtänyt kysymystä. Sähköpostin välityksellä toteutettujen haastattelujen ja pienten kyselyjen kohdalla emme pysty olemaan tästä täysin varmoja. Pyrimmekin muotoilemaan kyselyn ja sähköpostihaastattelujen kysymyksiä selkeiden kysymysten kohdalla, joista huomasimme haastattelutilanteessa, että nuoret eivät täysin ymmärtäneet niitä.

Ahonen (1994, 122) kirjoittaa, että tutkijan tiedot ja odotukset vaikuttavat väistämättä tutkimuksen tekemiseen. Tiedostimme tämän alusta alkaen ja pyrimme ottamaan sen huomioon kaikissa tutkimuksen vaiheissa. Pohdimme omia ennakkokäsityksiä ja -oletuksia aiheestamme, koska aihe on mielestämme mielenkiintoinen ja meillä on tekemämme Kandidaatintutkielman johdosta ennakko-oletus

ilmiöstä. Kandidaatintutkielman (Aatsinki & Heikkinen 2019) tuloksissa ilmeni, että media vaikuttaa siihen, mitä pidetään kauniina ja millainen on ihannevartalo. Yleisenä ennakko-oletuksena voidaan pitää sitä, että tytöt kokevat poikia enemmän ulkonäköpaineita ja tyytymättömyyttä omaa vartaloa kohtaan. Koemme tärkeäksi, että ennakkokäsitykset ja -oletukset tiedostetaan koko tutkimusprosessin ajan, etteivät ne ohjaa tutkimuksen tekemistä tiettyyn suuntaan. Koska tutkimuksemme on laadullinen, emme pyri löytämään mitään yhtä totuutta ilmiöstämme. Tarkoituksenamme on kuvailla ilmiötä mahdollisimman monipuolisesti. Meillä ei ole tarvetta todistaa ennakko-oletuksia oikeiksi tai vääriksi.

Emme koe, että ennakko-oletuksista on haittaa niin kauan kuin ne tiedostetaan, koska vain tällä tavoin ne eivät hallitse liikaa tutkimuksen tekoa. Pyrimme käyttämään esimerkiksi lähdekirjallisuutta mahdollisimman monipuolisesti ja objektiivisesti, jotta teoriasta ei tulisi liian yksipuolinen. Haastattelutilanteessa pyrimme siihen, että emme ohjaile lisäkysymyksillä haastateltavaa tai oletta saavamme tiettyä vastausta. Analyysiprosessin aikana tavoittelimme mahdollisimman objektiivista lähestymistä aineistoon. Poimiessamme merkityksellisiä ilmauksia, otimme huomioon kaikki mahdolliset näkökulmat ilmiöön riippumatta siitä, tukevatko ne ennakko-oletuksiamme vai eivät. Ymmärrämme, että muodostamamme kategoriat ovat syntyneet meidän valintojen ja tulkinnan mukaan. Tutkijan päätökset koko tutkimusprosessin aikana vaikuttavat väistämättä tuloksiin. Tiedostamme, että tutkijoina emme pysty koskaan täysin ainoastaan välittämään tutkittavien käsityksiä, vaan tulkitsemme heidän esittämiä käsityksiä (Puusa 2011, 80; Niikko 2003, 37).

## 5 Tulokset

### 5.1 Käsityksiä kehosta

Tutkimuksemme nuoret suhtautuvat yleisesti ottaen positiivisesti omaan kehoonsa. Selkeä enemmistö pitää omasta kehostaan ja he puhuivat siitä positiivisesti.

*“En nää mitään negatiivista kehossani, pidän kehostani.” (T)*

*“Kyllä mä ihan tyytyväinen oon. (tauko) En mä oikein osaa sanoa mitään, mutta yleisesti oon tyytyväinen kaikkeen.” (P)*

Vaikka tytötkin siis pääsääntöisesti pitivät omasta kehostaan, löytyi heidän vastauksista silti epävarmuutta omaa kehoa kohtaan. Toisaalta kehosta pidettiin, mutta toisaalta siihen ei kuitenkaan oltu täysin tyytyväisiä. Ainoastaan tytöissä oli myös heitä, jotka eivät pitäneet kehostaan, mutta heitäkin oli vain muutama. Heidän vastauksissa korostuu tyytymättömyys omaa kehoa kohtaan.

*“En oo koskaan ollut täysin tyytyväinen omaan kehoon.” (T)*

*“Tietenkin on olemassa aika paljonkin niitä asioita, mistä en pidä itsessäni.” (T)*

*“Kehoni on mielestäni ihan ok, vaikka tietenkin löydän aina jotain parannettavaa jostain.” (T)*

Nuoret eivät kovinkaan paljon eritelleet, mistä pitävät kehossaan ja mistä eivät pidä. Osa nuorista ei osannut nimetä ollenkaan piirteitä tai ominaisuuksia, joista



pitää tai ei pidä. Osalle nuorista oli vaikea ylipäättään kertoa, mitä he ajattelevat omasta kehostaan. Tytöt nimesivät poikia enemmän ominaisuuksia ja piirteitä, mistä eivät pidä kehossaan. Tämän voidaan nähdä johtuvan siitä, että murrosiässä tapahtuva fyysinen kehitys on usein pojille positiivisempi asia kuin tytöille (Ricciardelli 2012, 182). Piirteitä ja ominaisuuksia, joista pidetään omassa kehossa, tytöt ja pojat nimesivät suurin piirtein saman verran. Eniten nuoret mainitsivat pitävänsä kasvojen ja pään alueen piirteistä. Ominaisuudet ja piirteet, joista pidetään ovat esimerkiksi silmät, korvat, leuka ja hiukset. Ominaisuudet, joista tytöt eivät pidä, liittyvät alueisiin, joihin rasva luonnollisesti lisääntyy murrosiässä. Murrosiässä tapahtuva fyysinen kehitys muokkaa poikien vartaloa usein ihanteen suuntaan ja tytöillä kauemmas yleisestä kehoihanteesta (Smolak 2012, 620; Ricciardelli 2012, 182). Tämä voidaan huomata tämän tutkimuksen tuloksista, koska tytöt pitävät kehostaan vähemmän ja nimeävät enemmän piirteitä ja ominaisuuksia, joista eivät pidä.

*“Tykkään silmistäni, ja mielestäni mulla on kivan pitkät jalat.” (T)*

*“Tykkään pituudestani, leuasta ja hiuksista.” (P)*

*“On niitä tiettyjä alueita mitä vihaan esim maha, pylly ja jalat.” (T)*

Kuten Wertheim ja Paxton (2012, 190) kirjoittavat sosiokulttuurisilla vaikutteilla on suuri merkitys siihen, mitä pidetään kauniina. Nuoren perhe ja muut ihmiset ympärillä välittävät kuvaa siitä, miltä tulisi näyttää (Wertheim & Paxton 2012, 190). Tämä näkyi osassa nuorten - nimenomaan tyttöjen - vastauksissa. Rahjan (2013, 16) mukaan ystävien merkitys on median lisäksi todella suuri siihen, miten tytöt ajattelevat itsestään. Esimerkiksi tyttöjen vastauksissa ilmeni, että vanhemmat ovat kehuneet heidän tiettyjä piirteitä, mikä on jäänyt positiivisesti tyttöjen mieleen. Alla olevassa lainauksessa puolestaan näkyy, kuinka negatiivinen kommentointi jää painamaan helposti mieltä.

*“En tykkää siitä, ettei minulla ole minkäänlaisia muotoja. Ja siitä olenkin saanut kuulla useammalta poika kavereiltani.” (T)*

Vastauksissa tyttöjen ja poikien mielikuvat oman sukupuolen ihannekehosta olivat lähes samoja. Saman tuloksen sai myös Sejčová (2008, 179), jonka mukaan nuorilla on yhteneväinen käsitys siitä, millainen on ihannekeho ja tästä harvoin halutaan poiketa. Poikien vastauksissa korostui urheilullisuus, vahvuus, timmi keho ja komeus. Myös aikaisemmissa tutkimuksissa on huomattu, että pojat tavoittelevat lihaksikkuutta ja urheilullista vartaloa (McCabe & Ricciardelli 2003, 11). Myös Hutchinson ja Calland (2011, 3) mainitsevat, että pojat ovat enemmänkin huolissaan painosta, kehon muodosta ja lihaksista. Toisaalta tässä tutkimuksessa osa pojista ei osannut ollenkaan nimetä ihannekehon ominaisuuksia.

*“On mulla semmonen mielikuva silleen urheilullinen ja silleen aika vahvan näkönen ja semmonen komea tai semmonen.” (P)*

*“No ehkä semmonen niinku silleen aika timmi tai semmonen silleen hyvässä kunnossa oleva.” (P)*

Tytöt nimesivät kehoihanteeksi laiisuuden ja muodokkuuden. Myös tyttöjen vastauksissa ilmeni urheilullisuus, mutta verrattuna poikiin hoikkuutta ja pienikokoisuutta korostettiin enemmän. Tytöt mainitsivat erikseen myös poikia enemmän eri kehonosia liittyen kehoihanteeseen. Esimerkiksi rintojen, pyllyn ja lantion tulee olla tietyn kokoisia. Wertheim ja Paxton (2012, 187) kirjoittavat, että nuoret usein katsovat itseään valikoiden ja kiinnittävät huomiota vain tiettyihin ominaisuuksiin, jolloin syntyy tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan, koska se ei vastaa nuoren omaa kehoihannetta. Toisaalta tyttöjen vastausten joukossa ilmeni myös ajatus siitä, että ihannekeho on hyvää oloa omassa kehossa.

*“Ihannekeho oli ennen minulle vain, että olisin todella laiha niin laiha, että kun istun ei tulisi mitään ryppyjä mahaan. Nykyään siihen on lisäksi tullut myös pylly.” (T)*

*“Ihannekeho on sellainen, mitä näkee alusvaatemainoksissa.” (T)*

Wertheim ja Paxton (2012, 190) sekä Siibak (2009) kirjoittavat, että sosiaalinen media välittää sosiokulttuurisia paineita ja normeja nuorille. Erityisesti tytöt pyrkivät luomaan niin sanottua ideaali minää yhteiskunnassa vallitsevien normien ja arvojen mukaan (Siibak 2009). Meidän tutkimuksen vastauksissa mainittiin esimerkiksi mainosten välittävän ihannekehoa. Vastauksissa ilmeni, että naisille mainostetaan ideaali vartaloa, johon kuuluu isot rinnat sekä iso pylly ja lantio.

Mediakuvat saattavat jopa esineellistää naisen vartalon, jolloin tytöt voivat kokea vartalon olevan vain arvostelun kohde (Wertheim & Paxton 2012, 190). Meier ja Gray (2014, 4) kirjoittavat, että tytöt usein esineellistävät mediassa esiintyviä naiskehoja, mistä johtuen voivat alkaa arvostella myös omaa vartaloaan niin sanotusti ulkoapäin. Vastauksissa ilmeni tällaista itsensä arvostelua poikien näkökulmasta. Sejčová (2008, 179) kirjoittaa myös, että 15-18-vuotiaat nuoret ovat huolissaan nimenomaan siitä, miten vastakkainen sukupuoli heidät näkee.

*“Omalta kohdalla ei kiinnosta yhtään miltä se näyttää, mutta kun tietää että esimerkiksi pojille se on iso asia, että tytöllä on hyvä pylly niin onhan se aika häpeäpilkku omassa kehossa tällä hetkellä.” (T)*

Suurin osa pojista eivät osanneet sanoa, vastaako oma keho kehoihannetta. Pari poikaa oli sitä mieltä, että oma keho ei täysin vastaa kehoihannetta, mutta on lähellä sitä. Kaikki tytöt puolestaan vastasivat oman kehon joko vastaavan tai ei vastaavan kehoihannetta. Enemmistö tytöistä oli sitä mieltä, että oma keho ei vastaa kehoihannetta. Kuten Mustonen (2012, 59) kirjoittaa, on nuorten identiteetti vielä hauras, minkä johdosta sosiaalisen median vaikutus kehonkuvaan on suurempi. Varsinkin tytöt ovat alttiita sosiaalisen median vaikutuksille, koska erityisesti naisten kohdalla kauneushanteet ovat vaativia ja jäykkiä. (Hutchinson & Calland 2011, 2–3; Grabe, Ward & Hyde 2008, 471) Pohdimme, voisiko tästä

syytä johtua se, että tytöille oli helpompi nimetä kehoihanne ja vastaako oma keho sitä. Pojat eivät välttämättä edes ajattele asiaa yhtä paljon kuin tytöt.

## 5.2 Sosiaalinen media vaikutteiden välittäjänä

Suurin osa nuorista ei vertaa itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin kuviin. Vastaukset olivat kuitenkin selkeästi sukupuolittuneita, koska pojista kaikki ja tytöistä vain kaksi ilmaisivat, että he eivät vertaa itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin kuviin. Tytöt, jotka eivät verranneet itseään, vastasivat kuitenkin epäsuorasti, eikä vertaamista kielletty täysin.

*“--jos siellä on joku nätti tyttö, niin mä aina nykyään tai aina aattelen, että se on nätti vaan, et en mä vertaa sitä oikeestaan itteeni välttämättä.” (T)*

*“En välitä ulkonäköön liittyvistä trendeistä, joten ne eivät vaikuta minuun.” (P)*

Poikien vastauksissa korostui esimerkiksi hyvä itsetunto, minkä vuoksi ei koettu tarvetta verrata itseään muihin. Pojat toivat esiin, että vertaaminen on heidän mielestään tarpeetonta. Vaikka ulkonäköön panostetaan, halutaan olla kuitenkin enemmän yksilöllisiä. Myös Sejčová (2008, 178) havaisti tutkimuksessaan, että 15-18-vuotiaat nuoret haluavat olla omanlaisiaan, eivätkä pelkää olla erilaisia. Pojat eivät myöskään välttämättä aktiivisesti hae ulkonäköön liittyviä sisältöjä. Pelkästään sosiaalisessa mediassa vietetty aika ei välttämättä aiheutakaan ulkonäköpaineita, vaan enemmän vaikuttaa se, millaisilla sivustoilla aikaa viettää (Meier & Gray 2014, 4).

*“No en mä niinku kato keltään muulta tai silleen, mut mä vaan yleensä niinku pukeudun silleen et niinkun omasta mielestä näyttää ihan nätille ja en mihinkään resuvaatteisiin ja silleen, mut kyl mä niinkö katon mitä mä laitan päälle.” (P)*

Suurin osa tutkimuksemme tytöistä vertaa itseään ainakin jollain tavalla sosiaalisen median kuviin. Itsensä vertaaminen aiheuttaa tytöille helposti mielipahaa, minkä vuoksi sitä yritetään välttää. Borges (2011, 17) mukaan muokatut kuvat sosiaalisessa mediassa huonontavat nimenomaan tyttöjen itsetuntoa ja vähentävät tyytyväisyyttä omaa kehoa kohtaan. Tutkimuksessamme ilmeni, että vertailu tapahtuu kuitenkin usein tiedostamatta ja haluamatta, koska sosiaalisen median sovelluksissa, jotka perustuvat kuviin, vietetään niin paljon aikaa.

*“Vertailen itseäni paljon muiden ihmisten ulkonäköön, jolloin minulle tulee useasti todella huono olo itsestäni. Sen takia olen pyrkinyt vähentämään tiettyjen henkilöiden, kuten fitness-tilien seuraamista.” (T)*

*“Vertailen jatkuvasti kaikkea itsessäni sosiaalisessa mediassa: naamaa, kehoa ja tyyliä.” (T)*

*“Yritän olla vertaamatta, mutta kyllä huomaan että se vaikuttaa muhun, jos näen jonkun kuvan ‘täydellisestä’ vartalosta.” (T)*

Aikaisempien tutkimusten mukaan tytöt, jotka kokevat ulkonäön tärkeäksi ja vertaavat itseään muihin, kokevat tyytymättömyyttä itseään kohtaan (Wertheim & Paxton 2012, 190). Myös Hutchinson ja Calland (2011, 2–3) ovat huomanneet, että erityisesti tytöt ovat haavoittuvaisempia median vaikutuksille, koska he vertaavat itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin. Tämä näkyy vahvasti myös meidän tuloksissa, koska kaikki itseään vertaavat ovat tyttöjä. Pojista kukaan ei myöntänyt vertaavansa itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin kuviin.

Sekä pojat että tytöt ottavat sosiaalisesta mediasta vaikutteita pukeutumiseensa. Tytöt kertoivat ottavansa pukeutumisevinkkejä sosiaalisen median vaikuttajilta, julkisuuden henkilöiltä ja muotibloggaajilta. Pojat puolestaan ottavat vaikutteita pukeutumiseensa laulajilta ja mediassa esiintyviltä henkilöiltä. Giles (2010, 74–75)

toteaa, että mediasta haetaan usein vaikutteita pukeutumiseen ja omaan tyyliin. Vaatteilla voi olla nuorelle todella suuri rooli oman identiteetin esittämisessä (boyd 2008, 128).

*“--joskus mä vaikka katon vaatteita, jos mä katon niinku vaikka instagramista esim. vaikka jonku joittenki laulajien tai vaikka niinku tyyliä ja sit mää joskus niinku otan niinku niistä inspiraatiota.” (P)*

*“Seuraan varsinkin Instagramissa monia julkisuudenhenkilöitä, joilla on mielestäni ihana tyyli sekä olen kiinnostunut muodista.” (T)*

Sekä tytöt että pojat ilmaisivat haluavansa näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt. Suurin osa näistä ilmauksista oli kuitenkin ristiriitaisia. Tämä tuli esille siten, että ne, jotka myönsivät haluavansa näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt, käyttivät ilmauksia “ehkä” ja “riippuu vähän”. Sekä tyttöissä että pojissa oli myös heitä, jotka eivät halua näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt. Myös heidän kohdallaan ilmaukset olivat ristiriitaisia. Nuoret käyttivät ilmauksia “en välttämättä” ja “en silleen tosissaan”. Vastauksista löytyi vain pari, jotka selkeästi ilmaisivat haluavansa näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt. Samoin vastauksia, joissa ilmaistiin selkeästi, että ei haluta näyttää samalta kuin henkilöt sosiaalisessa mediassa, oli vain pari.

*“No riippuu vähän, että minkälaisia ne on tai siis joittenki kuvilta ehkä haluaisin näyttää, mutta sitten pääsääntöisesti en.” (P)*

*“Noo en mä nyt silleen tai niinku jotain just jotain meikkejä ja sellaisia katon, mut en mä silleen kokonaan tiiättekö oo halunnu olla samanlainen kuin toinen.” (T)*

*“Välillä sitä ajattelee, että haluaisi mutta kun sitä todella miettii, niin tulee vahvasti sellainen fiilis, että haluaa olla ihan oma itseni ja näyttää omalta itseltäni.” (P)*

Niissä nuorissa, joissa sosiaalinen media on saanut jotain toimintaa aikaan, oli sekä tyttöjä että poikia. Morrison, Kalin ja Morrison (2004, 585) kirjoittavat, että sosiokulttuuriset vaikutteet saavat nuoret muokkaamaan omaa ulkonäköään esimerkiksi liikunnan ja ruokavaliomuutosten avulla. Tässä tutkimuksessa tyttöjen ja poikien välillä vastaukset erosivat kuitenkin sisällöllisesti toisistaan. Tyttöillä korostui ennemminkin kehonmuokkaus ja pojilla harrastukset sekä muuten ulkonäköön panostaminen. Esimerkiksi pojilla sosiaalinen media on saanut panostamaan kuviin, joita julkaistaan. Tyttöjen kohdalla tämä ei käynyt ilmi. Tämä tulos eroaa Siibakin (2009) tutkimuksen tuloksista, koska hänen mukaansa pojat ovat yleensä tyttöjä rennompia siinä, millaisia kuvia julkaisevat sosiaalisessa mediassa.

*“Olen tehnyt ja teen vieläkin jotain peppu treeniä. Viimeinen asia mitä haluan on kuitenkin laihtua.” (T)*

*“No en harrastusta (harkinnut aloittavansa), mutta ehkä jotain no mitä noita jääkiekkovideoita seuraan nii (tauko) YouTubesta nii ehkä sieltä justiin joku kypärä esim. (aikonut hankkia)” (P)*

Nuoret, jotka vastasivat, ettei sosiaalinen media ole saanut heissä mitään toimintaa aikaan, harrastavat jotain urheilulajia. Pohdimme, että näkykö heidän urheilullisuus näissä vastauksessa. Valmiiksi urheilevalla nuorella saattaa olla parempi yhteys omaan kehoon. Cash (2012, 334) kirjoittaa, että kehonkuvaan kuuluu myös esimerkiksi liikunnalliset kyvyt. Liikkuvat nuoret mahdollisesti näkevätkin kehonsa paremmassa valossa. Nämä nuoret selkeästi vastasivat tähän kysymykseen harrastuksensa kautta, eivätkä niinkään maininneet ulkonäköön liittyviä asioita. Vastauksissa korostui, etteivät he kokeneet tarvetta liikkua enemmän tai aloittaa uutta harrastusta.

*“No ei ku mä muutenki treenaan niin paljon tai silleen nii ei sitte mulla niinku tarvinnu tai mitään, että mä oon niinku tyytyväinen siihen, koska musta se on kivaa.” (T)*

*“No ei, mutta niinku tai silleen et niinku ei minun ainakaan niinku tarvis ees tehdä silleen ko muutenkin urheilee et on harrastus, että ei.” (P)*

Vastauksissa ilmeni, että myös pojat voivat harkita harrastuksen aloittamista sosiaalisen median innoittamana: “no onhan siellä niinku tullu sellasia, että niinku vois alottaa sitä ja tätä”. Mediaesitys voi tehdä vaikutuksen vain, jos se on nuorelle samaistuttava (Mustonen 2012, 57). Harrastuksen aloittaminen ei ole kuitenkaan aina toteutunut, mutta sille ei osata mainita syytä. Sosiaalisesta mediasta voi saada erilaisia vaikutteita esimerkiksi harrastusten suhteen. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että nuori kokisi toiminnan tarpeeksi tärkeäksi ja merkitykselliseksi alkaakseen harrastamaan sitä. Pohdimme, että on varmasti nuoresta kiinni, kuinka vahvasti sosiaalisen median vaikutteet sisäistetään. Esimerkiksi nuori, jolle ulkonäkö on tärkeä, saattaa herkemmin aloittaa harrastuksen kehonmuokkauksen toivossa.

### 5.3 Sosiaalisen median yhteys ajatuksiin ja tunteisiin itsestä

Yleisesti ottaen sosiaalisen median kuvat eivät nuorten mukaan herätä heissä mitään erityisiä tunteita. Sosiaalisen median herättämät tunteet ovat pääosin positiivisia. Nuorten mielestä riippuu kuitenkin postauksen sisällöstä, millaisia tunteita ne herättävät. Osa pojista mainitsivat, että sosiaalisen median henkilöiden vaatteet voivat joskus herättää pientä kateutta. He kuitenkin mainitsivat, että se ei ole mitään vakavaa, vaan enemmän vaatteiden ihailua.



*“No ei (herää kateutta) mut silleen et on mulla aika paljon kaikkii jos tyylin just joillaki voi tulla jostain vaatteista nii mulla on aika paljon kaikkee vaatteita ja kaikkee et en mä.” (T)*

*“Suurimmaksi osaksi herättävät positiivisia tunteita. Riippuu aina minkälaisen julkaisun näkee ja mistä julkaisussa puhutaan.” (T)*

Nuoret saavat pääsääntöisesti positiivisia kommentteja julkaisemiinsa kuviin. Positiiviset kommentit ja tykkäykset saavat nuorissa aikaan positiivisia tunteita ja hyvää mieltä. Osa nuorista on kuitenkin saanut myös negatiivisia kommentteja julkaisuihinsa. Tyttöissä on heitä, jotka ovat saaneet esimerkiksi negatiivista kommenttia kehosta, mikä on selkeästi vaikuttanut heidän ajatuksiin itsestä ja jopa toimintaan. Tähän tutkimukseen osallistuneet nuoret eivät ole nykyisin kokeneet kiusaamista sosiaalisessa mediassa. Tämän voi nähdä poikkeavan yleisestä mielikuvasta, koska esimerkiksi Aarnio ja Multisilta (2012, 129) ovat nähneet kiusaamisen olevan suuri ongelma sosiaalisessa mediassa.

*“Kaikki on just semmosta iloisuutta ihan niinku ja niinku positiivisuutta tuo että mukava asia jos tulee niinku tykkäyksiä ja sitte positiivisia kommentteja.” (P)*

*“Ajattelin, etten voinut enää laittaa tiukkoja paitoja kouluun ilman, että minua haukuttaisiin laudaksi, enkä voi olla oma itseni ilman, että olisin ärsyttävä. En kommenttien jälkeen enää ole käyttänyt tiukkoja paitoja ollenkaan koulussa.” (T)*

Vaikka nuoret ovat saaneet vain vähän negatiivisia kommentteja, vaikuttavat ne nuoreen syvästi. Kommentit ovat saaneet nuoren muuttamaan jopa toimintaansa, jotta negatiivista kommentointia ei enää tapahtuisi. Toisaalta muutama poika ja tyttö kertoivat, että sosiaalisessa mediassa “heitetään läpällä” kavereiden kesken niin sanottua kiusoittelevaa kommenttia. Uusitalo, Vehmas ja Kupiainen (2011,

129) kirjoittavat, että nuoret ymmärtävät kommunikoinnin olevan erilaista sosiaalisessa mediassa, ja tietynlaiset ilkeät kommentit kuuluvat sosiaalisen median maailmaan. Tämän vuoksi nuoret osaavat suhtautua ilkeisiin kommentteihin, eivätkä välttämättä loukkaannu niistä. (Aarnio & Multisilta 2012, 14). Tutkimuksemme nuoret kertoivat, että kiusoittelevat kommentit sosiaalisessa mediassa kuuluvat nuorten kommunikointiin ystävien kesken. Jos kiusoitteleva kommentti tulisi muulta kuin hyvältä ystävältä, aiheuttaisi se ihmetystä. Negatiivinen kommentointi ja tällainen kiusoittelu on nuorten mielestä kaksi täysin eri asiaa ja nuoret tunnistavat kummasta on kyse.

Sosiaalinen media on osa nykynuorten arkea ja se on yksi tärkeimmistä ajanviettopaikoista (Rahja 2013, 22; Herkman 2001, 18, 231; Suoranta 2001, 18; Uusitalo, Vehmas & Kupiainen 2011, 26; Mäntymäki 2012, 19–20). Tämä korostuu nuorten mielestä erityisesti tässä ajassa, kun ihmiset ovat vielä enemmän kotona koronaepidemian johdosta. Vastauksissa pohdittiin kuitenkin, että sosiaalinen media aiheuttaa “varsinkin nuorille enemmän hallaa kuin hyvää”. Vastauksessa ilmenee, että vaikka sosiaalinen media nähdään tärkeänä ja hyvänä asiana, on silläkin kääntöpuolensa.

Sosiaalinen media ei juurikaan aiheuta nuorissa tyytymättömyyttä itseä kohtaan. Tämä eroaa aikaisempien tutkimuksien tuloksista, joissa korostetaan erityisesti tyttöjen tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan (ks. Clay, Vignoles ja Dittmar 2005, 468; Wertheim & Paxton 2012, 190; Brown & Tiggemann 2016, 37). Joissakin vastauksissa ilmaistiin lievää tyytymättömyyttä johonkin tiettyyn asiaan itsessä sosiaalisen median vaikutuksesta. Esimerkiksi poikien kohdalla ilmeni kampausten vertailua sosiaalisessa mediassa esiintyvien ihmisten kampauksiin, mikä aiheutti tyytymättömyyttä omia hiuksia kohtaan. Sosiaalinen media saa kuitenkin nuorissa aikaan enemmän tyytyväisyyttä itseä kohtaan. Sosiaalisen median kuvien monipuolisuus voi viestittää nuorille, että jokainen keho on hyvä juuri sellaisena kuin on. Hynnä (2019, 142) kirjoittaa, että lisääntyneen kehopositiivisuusajattelun johdosta sosiaalisessa mediassa voi nykyään nähdä monenlaisia kehoja.

*“Yritän vaan ajatella, että kehoni on sellainen kun on, eikä sille voi mitään niin pitää oppia hyväksymään itteni just sellaisena.” (T)*

Ainoastaan osa tytöistä kertoivat sosiaalisen median luovan heille ulkonäköpaineita. Myös tuoreessa tutkimuksessa (Åberg, Koivula & Kukkonen 2020) ilmeni, että sosiaalinen media lisää ulkonäköpaineita nimenomaan nuorille naisille. Yksikään poika ei ilmoittanut kokevansa sosiaalisesta mediasta aiheutuvaa ulkonäköpainetta. Tämä poikkeaa aikaisempien tutkimuksien tuloksista, joissa on todettu, että myös pojat kokevat ulkonäköpaineita ja ovat tyytymättömiä omaan kehoonsa (Hutchinson & Calland 2011, 3; Kerner, Haerens & Kirk 2018, 8). Tutkimuksemme pojat kuitenkin tietävät henkilökohtaisesti ikäisiään nuoria, jotka kokevat ulkonäköpaineita sosiaalisesta mediasta johtuen. He eivät kuitenkaan itse koe sosiaalisen median luovan heille paineita näyttää tietynlaiselta. Myös tytöissä on heitä, jotka eivät koe sosiaalisen median luovan heille ulkonäköpaineita.

*“Tuntuu, että pitäisi näyttää siltä, (sosiaalisen median kautta välittyvältä kehoihanteelta) ja tulee kehosta vielä huonompi olo.” (T)*

*“Ei ne oikeestaan (tauko) Ei ne paineita luo, mutta kyllä joskus tulee niinku sellanen että haluais itekki olla sellanen ja nii. Mutta ei ne oikein sieltä somesta, ei sieltä oikein mitään paineita tuu ainakaan mulle.” (P)*

Tyttöjen vastauksista ilmeni, että sosiaalinen media kyllä luo ulkonäköpaineita, mutta toisaalta se voi myös lievittää omia negatiivisia ajatuksia omasta kehosta. Itseään voidaan pitää liian lihavana, mutta tätä voi lievittää sosiaalisessa mediassa esiintyvät kaikenkokoiset vartalot ja mallit. Tässäkin näkyy nykyisin vallalla oleva kehopositiivisuusajattelu, jossa jokainen vartalo on yhtä arvokas ja tärkeä juuri sellaisena kuin on. Vastauksissa pohdittiin, että on tyhmää ajatella itsestä negatiivisesti ja pitäisi pyrkiä ajattelemaan positiivisesti.

Suurin osa nuorista kokee, että sosiaalinen media vaikuttaa käsityksiin omasta ulkonäöstä positiivisesti. Näissä vastauksissa pojat ilmaisivat asian suuremmin ja tytöt epäsuuremmin. Pojat kokevat, että sosiaalinen media on saanut selvästi hyväksymään oman kehonsa. Tytöt sen sijaan kokevat, että se on auttanut hyväksymään oman kehonsa, mutta ei kuitenkaan täysin. Vain pieni osa tytöistä kokee, että sosiaalinen media vaikuttaa käsityksiin omasta kehosta negatiivisesti. Näissä vastauksissa käytettiin kuitenkin ilmauksia “vaikuttaa vähän” ja “välillä”.

*“Koen, että sosiaalinen media on vaikuttanut omaan ulkonäkööni enemmän positiivisesti.” (T)*

*“Joo on se silleen et ku siellä on niin paljon erilaisia (kehoja) et sitä kautta sitte että ajattelee silleen (voi olla itsensä).” (P)*

Noin puolet nuorista ovat sitä mieltä, että tykkäykset ja kommentit ovat heille tärkeitä. Vastauksissa ei ollut eroja tyttöjen ja poikien välillä. Niiden nuorten, joiden mielestä tykkäykset ja kommentit ovat tärkeitä, vastauksissa ilmeni, että kommentointi nähtiin jopa oletuksena. Oletus on, että kaverin kuvaa kommentoidaan jollain tavalla. Tärkeystä kertoo myös se, että tykkäysten ja kommenttien määrää verrataan ystävien tykkäysten ja kommenttien määrään. Myös Hui Hui Chua ja Chang (2016, 193–194) päätyivät tutkimuksessaan samanlaisiin tuloksiin. Nuo ret käyttivät ilmauksia, että olisi “hirveää”, “surullista” ja “noloa”, jos he eivät saisi tykkäyksiä tai kommentteja omiin julkaisuihinsa. Tykkäykset ja kommentit ovat nuorille niin tärkeitä, että se vaikuttaa jopa heidän toimintaan sosiaalisessa mediassa.

*“Sen takia mä en oikein uskalla laittaa mitään, jos vaikka tietyt henkilöt ei kommentoi siihen, niin sitte tulee huono fiilis.” (T)*

*“No ois se vähän hirveää ehkä. Että kyllä siinä vähän niinku tulis mietityttyä, että mitä ihmettä nyt.” (jos kukaan ei kommentoisi tai tykkäisi)*  
(P)

Nuorten mielestä kasvatusten saatu kehu omasta kehosta on merkityksellisempi ja tärkeämpi kuin sosiaalisessa mediassa saatu kehu. Kasvatusten saatu kehu nähdään aidompana, koska nuorten mielestä sosiaalisessa mediassa on helpompi valehdella ja yrittää miellyttää toista. Tämän johdosta nuoret kokevat, että sosiaalisessa mediassa saatu negatiivinen kommentti omasta kehosta ei tunnu niin pahalta, jos ystävä tai perheenjäsen kehuu kasvatusten.

*“Todellakin kasvatusten, koska silloin se on mielestäni varmempaa ajatella, että jos hän kehuu sosiaalisessa mediassa, niin siitä ei aina ihan tiedä, että kehuuko hän vain miellyttääkseen tai muuten vain. Mutta kasvatusten ei ihmiset todellakaan niin helposti uskalla kehua, mutta se on mielestäni varmempaa silloin, jos kasvatusten kehuu.” (P)*

## 6 Lopuksi

### 6.1 Yhteenveto

Tämän tutkielman tavoitteena on ollut selvittää, millä tavoin sosiaalinen media muokkaa nuorten käsityksiä heidän omasta kehostaan. Olemme kiinnostuneita siitä, millaisena nuoret näkevät oman kehonsa ja millä tavoin sosiaalisen median sisällöt vaikuttavat heidän kehonkuvaansa. Tutkimuksemme on fenomenografinen ja aineisto kerättiin haastatteluilla, sähköpostihaastatteluilla ja pienillä kyseilyillä. Tässä luvussa esitämme yhteenvetoon tutkimuksemme tuloksista.

Pääsääntöisesti tutkimukseemme osallistuneet nuoret pitävät kehostaan. Nuoret pitivät kasvojen alueen piirteistään ja epäkohtia löydettiin ainoastaan muualta kehosta. Kaikki pojat suhtautuivat positiivisesti omaan kehoonsa ja ainoastaan tytöissä oli heitä, jotka eivät pidä kehostaan. Lisäksi osa tytöistä, jotka pitivät kehostaan, löysivät siitä myös jotain korjattavaa. Voidaan olettaa, että tästä syystä johtuen tytöt myös nimesivät selkeästi enemmän ominaisuuksia tai piirteitä, joista eivät pidä. Osalle nuorista oli kuitenkin vaikea kertoa, mitä mieltä he ovat omasta kehostaan tai nimetä ominaisuuksia, joista pitävät tai eivät pidä.

Tyttöjen ja poikien mielikuvat ihannekehosta erosivat toisistaan. Pojilla korostui lihaksikkuus ja urheilullisuus ja tytöillä laihuus ja muodokkuus. Tytöt nimesivät poikia enemmän yksittäisiä ominaisuuksia ja piirteitä, jotka kuuluvat heidän kehoihanteeseen. Tytöillä oli poikiin verrattuna myös selkeämpi käsitys siitä, vastaako oma keho kehoihannetta. Kuten tässä tutkimuksessa on ilmennyt, tyttöjen käsitykset omasta kehosta ovat negatiivisempia kuin pojilla. Enemmistö tytöistä olikin sitä mieltä, että oma keho ei vastaa kehoihannetta.

Sosiaalisen median sisällöt aiheuttavat osalle tutkimuksemme nuorissa itsensä vertaamista ja sisältöjen ihailua. Suurin osa nuorista ei vertaa itseään sosiaalisen median kuviin. Tässä oli kuitenkin selkeä ero sukupuolten välillä. Kukaan pojista ei kertonut vertaavansa sosiaalisen median kuviin, mutta tytöistä suurin osa vertaa itseään. Noin puolet nuorista ilmaisivat haluavansa näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt. Tyttöjen ja poikien kohdalla ei ollut suurta eroa. Vastaukset olivat kuitenkin epäsuoria ja nuoret käyttivät ilmauksia “ehkä” ja “ei välttämättä”.

Tutkimukseen osallistuneet nuoret ottavat sosiaalisesta mediasta vaikutteita omaan ulkonäköönsä. Sekä pojat että tytöt ottavat vaikutteita pukeutumiseensa sosiaalisesta mediasta. Pojat ottavat vaikutteita laulajilta ja tytöt muoti-bloggaareilta. Lisäksi sosiaalinen media on saanut sekä tytöissä että pojissa aikaan jotain ulkonäköön liittyvää toimintaan. Tyttöillä korostui liikunta kehonmuokkauksen toivossa ja pojilla muu ulkonäköön panostaminen. Nuoret, jotka ilmaisivat, että sosiaalinen media ei ole saanut heissä mitään toimintaa aikaan, ovat muutenkin aktiivisesti liikuntaa harrastavia.

Sosiaalinen media vaikuttaa eri tavoin nuorten ajatuksiin ja tunteisiin itsestä. Suurimmaksi osaksi sosiaalisessa mediassa esiintyvät kuvat aiheuttavat nuorille positiivisia tunteita. Positiiviset kommentit nuoren kehosta aiheuttavat positiivisia tunteita. Negatiiviset kommentit puolestaan vaikuttavat syvästi nuoren ajatuksiin omasta kehosta ja saavat nuoret jopa muuttamaan omaa toimintaansa. Noin puolet nuorista kokevat tykkäykset ja kommentit omiin kuviin tärkeinä. Kommentointi nähdään jopa oletuksena kavereiden kesken. Tykkäysten ja kommenttien määrää saatetaan jopa verrata kavereiden kommenttien ja tykkäysten määrään. Nuoret kokevat, että kehu kehosta kasvotusten on arvokkaampi ja vaikuttaa nuoreen enemmän kuin kehu sosiaalisessa mediassa.

Suurin osa nuorista kokee, että sosiaalinen media vaikuttaa käsityksiin omasta ulkonäöstä positiivisesti. Tämänkin tytöt kuitenkin ilmaisivat epäsuoremmin kuin

pojat. Ainoastaan tytöissä oli heitä, joiden käsityksiin omasta ulkonäöstä sosiaalinen media vaikuttaa negatiivisesti. Sosiaalinen media saa nuorissa aikaan tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan. Ainoastaan osa tytöistä kokee sosiaalisen median aiheuttavan ulkonäköpaineita. Pojista sen sijaan kukaan ei koe, että sosiaalinen media aiheuttaisi ulkonäköpaineita. Pojilla sosiaalinen media on enemminkin saanut hyväksymään oman kehonsa. Tyttöjä sosiaalinen media on auttanut hyväksymään oman kehonsa, mutta ei kuitenkaan täysin.

## 6.2 Pohdinta

Tutkimustuloksissamme ilmeni, että tytöillä on negatiivisempi käsitys omasta kehosta kuin pojilla. Tytöt kokevat enemmän ulkonäköpaineita, ovat tyytymättömämpiä omaan kehoonsa ja vertaavat itseään enemmän sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin. On mielenkiintoista, että tytöt vertaavat itseään sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöiden kuviin, vaikka he mainitsivat tiedostavansa, että näitä kuvia muokataan. Nuoret näkevät sosiaalisessa mediassa todella suuren määrän kuvia eri ihmisistä, joista suurinta osaa on varmasti jollain tavalla muokattu. Uskomme, että jokaisen kuvan kohdalla ei pysähdytä pohtimaan, onko kuvaa muokattu vai ei. Näemme tässä tapahtuvan paljon tiedostamatonta vaikutusta, jota kovin moni ei välttämättä huomaa. Virheettömästä ulkonäöstä tulee nuorelle normaali, koska kaikki kuvat ovat yhtä täydellisiä. On ymmärrettävää, että varsinkin nuoret, joiden identiteetti vielä kehittyy, vertaavat omaa ulkonäköään tietoisesti tai tiedostamattomasti näihin täydellisiin henkilöihin. Tyytymättömyys itseään kohtaan kasvaa, koska täydellisyys ei ole saavutettavissa ilman kauneuskirurgiaa tai kuvanmuokkausta.

Tutkimuksemme tulos vahvistaa aikaisempien tutkimuksien tuloksia painottaen tyttöjen tyytymättömyyttä omaa kehoa kohtaan. Pohdimme paljon, mistä tämä voisi johtua, koska pojatkin näkevät samalla tavalla muokattuja kuvia sosiaalisessa mediassa kuin tytötkin. Tutkimuksemme mukaan tämä ei kuitenkaan



vaikuta poikien käsityksiin omasta kehosta samalla tavalla kuin tytöillä. Huomasimme, että tytöt ovat kiinnostuneempia ulkonäköön liittyvistä asioista kuin pojat. Tämä saattaa osaltaan johtaa siihen, että osa tytöistä luontaisesti hakeutuu ulkonäköä käsitteleville sivustoille, jotka ruokkivat yhteiskunnallista kehoihannetta normaalina ja tavoiteltavana. Myös tyttöjen fyysinen kehitys murrosiässä usein vie heitä kauemmas yleisestä laihasta kehoihanteesta toisin kuin pojilla. Tämän lisäksi tyttöjen kehitys on näkyvämpää kuin pojilla, mikä saattaa vaikuttaa myös heidän ajatuksiin itsestään. Tytöillä ulospäin näkyvää kehitystä ovat esimerkiksi rintojen kasvu ja lantion leveneminen, mistä he voivat saada myös kommentointia. Toisaalta myös muotojen puuttumisesta saatetaan huomauttaa. Pojilla puolestaan fyysinen kehittyminen on helppo peittää vaatteiden alle ja näin ollen he eivät joudu niin helposti arvostelevien katseiden kohteeksi.

Tutkimuksemme nuorten käsitykset kehoihanteesta vastaavat yhteiskunnallista käsitystä ihannekehosta, mikä ei ole yllättävää, koska he elävät tässä yhteiskunnassa ja viettävät aikaa samojen medioiden äärellä. Huomasimme kuitenkin, että tytöt tavoittelevat ihannetta enemmän kuin pojat. Pojat ottavat sosiaalisesta mediasta vaikutteita pukeutumiseen, eikä niinkään kehoihanteeseen liittyviin asioihin. Pojatkin haluavat näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt, mutta he eivät koe ulkonäköpaineita tai vertaa itseään näihin henkilöihin. Osa tutkimukseen osallistuneista pojista koki, että heillä on hyvä itsetunto, minkä vuoksi he eivät koe tarvetta vertailla itseään muihin ihmisiin. Toisaalta voidaan pohtia myös sitä, onko haastatteluun osallistuneet 13-vuotiaat pojat ylipäätään kiinnostuneita ulkonäköön liittyvistä asioista. Tyttöjen kohdalla sen sijaan voidaan pohtia, miksi he kokevat tärkeämmäksi tavoitella ulkoapäin tulevaa ihannetta ja minkä vuoksi se vaikuttaa heihin enemmän kuin poikiin. Tämän tutkimuksen kohdalla tätä voi selittää esimerkiksi se, että erityisesti 15–16-vuotiaat tytöt ajattelevat jo ulkonäköään enemmän kuin esimerkiksi 13-vuotiaat pojat. Lisäksi murrosiässä tytöt kehittyvät poikia nopeammin.

Sosiaalinen media vaikuttaa pojilla positiivisesti kehonkuvaan ja on auttanut hyväksymään oman kehon sellaisena kuin se on. Vaikka tytöillä on negatiivinen käsitys omasta kehosta, osa tytöistäkin silti kokee, että sosiaalinen media vaikuttaa käsityksiin omasta ulkonäöstä positiivisesti ja on auttanut osittain hyväksymään oman kehon sellaisena kuin se on. Lisäksi haastattelemistamme nuorista suurin osa harrastaa aktiivisesti jotain urheilulajia. He eivät koe tarvetta muuttaa itseään, koska ovat tyytyväisiä omaan kehoonsa, eikä sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt muuta tätä käsitystä omasta kehosta. Koemme, että nuoruudessa urheileminen vaikuttaa erityisesti toiminnan kautta positiivisesti käsityksiin omasta kehosta. Toisin kuin yleisesti ajatellaan, sosiaalisella medialla voi olla nuorelle myös kehonkuvaa vahvistava vaikutus. Aikaisemmista tutkimuksista emme juurikaan löytäneet tällaista positiivista näkökulmaa. Vain osa tutkimukseemme osallistuneista tytöistä kokee, että sosiaalinen media aiheuttaa heille ulkonäköpaineita, mutta silti käsitykset kehosta ovat negatiivisia ja itseään verrataan sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin. Vaikka kehopositiivisuus on nykyään nouseva trendi, ovat naiskauneuden ihanteet silti kapeammat kuin esimerkiksi miehillä.

Voidaankin pohtia sitä, mistä negatiiviset käsitykset omasta kehosta ja vertaamisen tarve tulevat, jos sosiaalinen media ei aiheuta paineita näyttää tietynlaiselta. Yhteiskunnassa on vieläkin vahva käsitys siitä, millainen on hyvä ja kaunis nainen. Rajat ovat naisilla tiukemmat kuin miehillä ja ne opitaan jo hyvin nuorina. Naisen keho nähdään edelleen enemmän objektina ja miehen subjektina. Naisen tulee olla viehättävä miehen silmissä ja miehillä puolestaan korostuu muut kuin ulkonäölliset asiat kuten status ja varallisuus. Esimerkiksi kandidaatintutkielmasamme (Aatsinki & Heikkinen 2019) tytöt kokivat, että naiset saavat kauneuden avulla miehen, valtaa, rahaa ja paremman työpaikan. Paineita omasta ulkonäöstä voidaan nähdä syntyvän myös yleistyneen kauneuskirurgian myötä. Itsensä muokkaaminen kirurgisesti ei ole enää vain harvojen ja valittujen etuoikeus, vaan yhä useammat käyttävät tätä mahdollisuutta, mikä näkyy jo ihan katukuvassa. Tämän vuoksi erityisen huoliteltu ulkonäkö näyttäytyy uutena normaalina. Me näemme, että kauneuden tärkeys on korostunut yhteiskunnassa ja sillä kilpaillaan esimerkiksi työpaikoista ja ihmissuhteista.

Me emme väheksy poikien kokemaa tyytymättömyyttä tai ulkonäköpaineita, koska tiedämme, että myös he kokevat niitä. Tutkimukseemme osallistuneet pojat eivät itse koe paineita näyttää tietyltä, mutta he tunsivat kaveripiireissään henkilöitä, jotka kokevat niin. Poikien kokemaa tyytymättömyyttä ja ulkonäköpaineita on tutkittu huomattavasti vähemmän kuin tyttöjen. Mielestämme olisikin tärkeää tutkia enemmän myös poikien käsityksiä omasta kehosta ja sitä, mitkä tekijät vaikuttavat heidän kehonkuvaansa. Yhteiskunnassa on myös kriteereitä siitä, millainen miehen tulisi olla. Kuten tässäkin tutkimuksessa ilmeni, miehet tavoittelevat urheilullista ja lihaksikasta vartaloa. Vaikka nykyään miehille sallitaan monenlaisia tapoja olla mies, yhteiskunnassa silti korostuu ajatus miehen maskuliinisuudesta. Ulkonäköpaineita voi aiheuttaa miehillä esimerkiksi lihaksettomuus, pienenus ja kaljuuntuminen.

Haastattelemlamme nuorilla on kaikilla yksityiset tilit sosiaalisessa mediassa, joten he ovat voineet valita, ketkä näkevät heidän julkaisunsa. Kaikilla nuorilla oli ainoastaan ystäviä ja tuttuja seuraajina. Kyselyyn vastanneiden nuorten kohdalla emme tiedä, onko heillä yksityiset vai julkiset tilit. Uskomme, että yksityisistä tileistä johtuen nuoret eivät juurikaan saa ilkeitä kommentteja, koska seuraajat ovat ystäviä. Ne nuoret, jotka ovat saaneet ilkeitä kommentteja kehostaan sosiaalisessa mediassa, kokevat ilkeiden kommenttien vaikuttavan syvästi ajatuksiin itsestä. Me näemme, että ilkeät kommentit voivat vaikuttaa nuorten kehonkuvaan negatiivisesti. Tutkimuksemme tuloksissa ilmeni, että ilkeiden kommenttien vuoksi omaa kehoa jopa hävetään niin paljon, että sitä halutaan peitellä. Toisaalta kaikkien tutkimukseen osallistuneiden nuorten mielestä kasvokkain saatu kehu on merkityksellisempi kuin sosiaalisessa mediassa saatu. Nuoret kokevat, että sosiaalisessa mediassa on helppo valehdella ja mielistellä, minkä vuoksi sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan kommunikointiin suhtaudutaan eri tavalla kuin kasvokkain tapahtuvaan kommunikointiin. Tämä voi olla syy sille, että osa nuorista kykenee ohittamaan ilkeät kommentit sosiaalisessa mediassa. Kaikki nuoret olivat sitä mieltä, että kasvokkain tapahtuva kommunikointi on merkityksellisempää ja aidompaa kuin sosiaalisessa mediassa. Mielestämme on hienoa huomata,

että vaikka nuoret ovat kasvaneet sosiaalisen median pyöryksessä, kokevat he silti arvokkaammaksi kasvokkain tapahtuvan vuorovaikutuksen.

Lopuksi käymme vielä tutkimusprosessiin liittyviä pohdintoja läpi. Vaikka graduprosessin aikana tapahtui paljon suunnanmuutoksia, olemme kuitenkin tyytyväisiä tekemiimme valintoihin. Päädyimme keräämään aineistoa haastattelujen lisäksi myös kyselyllä, koska halusimme saada mahdollisimman laajan ja kattavan aineiston. Alun perin tämä oli tarkoitus toteuttaa kirjoitelmilla, mutta koulujen sulkemisen johdosta päädyimme äidinkielen ja kirjallisuuden opettajan ehdotuksesta kyselyihin. Haasteeksi muodostui kolmen eri menetelmän erilaisuus. Erityisesti kyselyyn kysymyksiä joutuimme muokkaamaan paljon, koska haastattelukysymykset eivät olisi toimineet kyselyssä. Näin ollen kysymyksiä ei voinut esittää samassa muodossa ja laajuudessa kuin haastattelussa. Jälkeenpäin ajateltuna koko aineiston olisi voinut kerätä kyselyillä, koska huomasimme, että siihen uskallettiin vastata laajemmin kuin haastatteluissa. Haastattelut olisivat kyllä toimineet yksinään aineistona, mutta olisimme tarvinneet enemmän haastateltavia. Huomasimme, että nuorten haastateltavien löytäminen oli haastavampaa, minkä vuoksi sähköpostihaastattelu ja kysely olivat hyvä lisä.

Haastatteluissa aineistonkeruumenetelmänä on kuitenkin paljon hyvää ja olemme tyytyväisiä, että myös haastattelimme nuoria. Kyselyiden kohdalla lisätiedon saaminen on käytännössä mahdotonta, koska vastaustilanteeseen ei voi vaikuttaa, eikä myöskään varmistaa, että kysymys tulee ymmärretyksi niin kuin se on tarkoitettu. Sähköpostin välityksellä toteutetuissa haastatteluissa jatkokysymysten esittäminen olisi kyllä ollut mahdollista, mutta nuorten motivoiminen vastaamiseen on haastavaa. Sähköpostin välityksellä esitetyt jatkokysymykset olisivat myös hidastaneet aineistonkeruuta ja vaikeuttaneet aikataulussa pysymistä. Huomasimme, että sähköpostihaastattelun kysymyksiä olisi kannattanut muokata enemmän kuin me muokkasimme, koska jatkokysymyksiä ei ollut mahdollista esittää. Haastattelujen vahvuutena näemme nimenomaan vuorovaikutteisuuden. Haastatteluissa nousi esille asioita, joita emme olleet edes huomioineet kysymyksissä. Toisaalta, koska haastattelut ovat vuorovaikutustilanteita, tulee

niissä esiin myös paljon sellaista, mikä ei liity tutkittavaan aiheeseen. Haastattelujen litteroiminen ja niistä oleellisen poiminta on aikaa vievää vaikkakin antoisaa työtä.

Kaikki nuoret eivät vastanneet kaikkiin kysymyksiin riippumatta siitä oliko kyse haastattelusta, sähköpostihaastattelusta tai kyselystä. Huomasimme, että kaikkia kysymyksiä ei välttämättä ymmärretty tai niihin ei haluttu tai osattu vastata. Tämä tuli huomioida analyysissa, jotta tuloksien kokonaiskuva ei vääristyisi. Toisaalta joihinkin kysymyksiin saimme paljon monipuolista pohdintaa, mikä oli meidän tutkielman kannalta todella rikastuttavaa. Aineistonkeruun ajankohdaksi sattui erikoinen yhteiskunnallinen tilanne koronavirusepidemian johdosta, mikä aiheutti lisähaastetta aineistonkeruuseen. Viimeiset haastattelut järjestettiin sähköpostin välityksellä, koska turhaa kasvotusten tapahtuvaa kanssakäymistä tuli välttää. Koulujen sulkemisen vuoksi nuoret olivat muutenkin paljon kotona tietokoneella, mikä saattoi aiheuttaa sen, että kyselyyn vastaaminen oli vähäistä. Mielestämme tutkielmamme aineisto on kuitenkin riittävä ja yleisesti kysymyksiin vastattiin hyvin.

## Lähteet

Aalberg, V. & Siimes, M. A. 2007. Lapsesta aikuiseksi: Nuoren kypsyminen naiseksi tai mieheksi. Helsinki: Nemo.

Aarnio, A. & Multisilta, J. 2012. Facebook ja Youtube - ne on meidän juttu! Kansallinen tutkimus lasten ja nuorten sosiaalisen median ja verkkopalveluiden käytöstä 2011. Helsinki: CICERO Learning. Löytyy www-muodossa: <http://www.cicero.fi/files/Cicero/LastenjanuortensomeCICERO2012.pdf> (Viitattu 15.1.2020).

Aatsinki, A. & Heikkinen S. 2019. "Se on vaan, että tältä näytän, ottakaa tai jättäkää -tyylillä". Fenomenografinen tutkimus tyttöjen kauneuskäsityksistä. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Abbott, B. & Barber, B. 2010. Embodied image: Gender differences in functional and aesthetic body image among Australian adolescents. *Body Image*, 7 (1), 22–31. Löytyy www-muodossa: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.10.004> (Viitattu 19.5.2020).

Ahonen, S. 1994. Fenomenografinen tutkimus. Teoksessa Leena Syrjälä, Sirkka Ahonen, Eija Syrjäläinen & Seppo Saari (toim.) Laadullisen tutkimuksen työpajoja. Helsinki: Kirjayhtymä, 113–160.

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0 (4. uud. p.). Tampere: Vastapaino.

Barnard, A., Mccosker, H. & Gerber, R. 1999. Phenomenography: A qualitative research approach for exploring understanding in health care. *Qualitative Health Research* 9 (2), 212–226. Löytyy www-muodossa:

<https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1177%2F104973299129121794> (Viitattu 22.3.2020).

Borges, A. 2011. The effects of digitally enhanced photos on product evaluation and young girls' self-esteem\*. *Recherche et Applications en Marketing* 26 (4), 5–21. Löytyy [www-muodossa](#):

<https://search-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/docview/1318923448/?pq-origsite=primo> (Viitattu 1.5.2020).

boyd, d. 2008. Why youth <3 social network sites: the role on networked publics in teenage social life. Teoksessa David Buckingham (toim.) *Youth, identity, and digital media*. Cambridge (Mass.): MIT Press, 119–142.

Brinkmann, S. 2018. The interview. Teoksessa Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (toim.) *The SAGE handbook of qualitative research (Fifth edition)*. Los Angeles: SAGE, 576–599.

Brown, Z. & Tiggemann, M. 2016. Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image* 19, 37–43. Löytyy [www-muodossa](#): <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007> (Viitattu 25.2.2020).

Cash, TF. 2012. Cognitive-Behavioral perspectives on body Image. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) *Encyclopedia of body Image and human appearance, elsevier science & technology*. ProQuest Ebook Central, 334–342. Löytyy [www-muodossa](#):

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580> (Viitattu 10.5.2020).

Clay, D., Vignoles, V. & Dittmar, H. 2005. Body image and self-esteem among adolescent girls: Testing the influence of sociocultural factors. *Journal Of Research On Adolescence* 15 (4), 451–477. Löytyy [www-muodossa](#):

<https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2005.00107.x> (Viitattu 6.3.2020).

Fardouly, J., Willburger, B. K. & Vartanian, L. R. 2018. Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society* 20 (4), 1380–1395. Löytyy [www-muodossa](http://www-muodossa.com): <https://journals-sagepub-com.ezproxy.ulapland.fi/doi/full/10.1177/1461444817694499> (Viitattu 24.2.2020).

Giles, D. 2010. *Psychology of the media*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.

Grabe, S., Ward, L. & Hyde, J. 2008. Role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin* 134 (3), 460–476. Löytyy [www-muodossa](http://www-muodossa.com): <http://pdfs.semanticscholar.org/48c5/a14d91f6790426dd0cde6b26f07ec081e852.pdf> (Viitattu 25.2.2020).

Gröhn, T. 1992. Fenomenografinen tutkimusote. Teoksessa Terttu Gröhn & Juhani Jussila (toim.) *Laadullisia lähestymistapoja koulutuksen tutkimuksessa*. Helsinki: Helsingin yliopisto, 1–32.

Guðnadóttir, U. & Garðarsdóttir, R. B. 2014. The influence of materialism and ideal body internalization on body-dissatisfaction and body-shaping behaviors of young men and women: Support for the consumer culture impact model. *Scandinavian Journal of Psychology* 55 (2), 151–159. Löytyy [www-muodossa](http://www-muodossa.com): <https://doi.org/10.1111/sjop.12101> (Viitattu 1.5.2020).

Hanhiova, E. 13.11.2019. Naiset kokevat miehiä enemmän ulkonäköpaineita, mutta asiantuntijat näkevät somessa paljon hyvää – ”Tämän hetken nuoret ovat kasvaneet kehopositiivisuuspuheeseen”. *Moreenimedia*. Löytyy [www-muodossa](http://www-muodossa.com):



<https://moreenimedia.uta.fi/2019/11/13/naiset-kokevat-miehia-enemman-ulkonakopaineita-mutta-asiantuntijat-nakevat-somessa-paljon-hyvaa-taman-hetken-nuoret-ovat-kasvaneet-kehoposiivisuuspuheeseen/> (Viitattu 1.5.2020).

Harriger, J. 2012. Children's Media Influences. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) Encyclopedia of body image and human appearance, elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 314–319. Löytyy www-muodossa: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580> (Viitattu 3.5.2020).

Healey, J. 2014. Positive body image. Thirroul: The Spinney Press. Löytyy www-muodossa: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=1676193> (Viitattu 25.5.2020).

Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B. & Ridgway, J. L. 2017. Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. Computers in Human Behavior 74, 92–100. Löytyy www-muodossa: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027> (Viitattu 26.2.2020).

Herkman, J. 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Holland, G. & Tiggemann, M. 2016. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. Body Image 17, 100–110. Löytyy www-muodossa: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008> (Viitattu 25.2.2020).

Hoyt, W. & Kogan, L. 2001. Satisfaction with body image and peer relationships for males and females in a college environment. *Sex Roles* 45 (3), 199–215.

Löytyy www-muodossa:

<https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1023/A:1013501827550>

(Viitattu 2.4.2020).

Hui Hui Chua, T. & Chang, L. 2016. Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior* 55 Part A, 190–197. Löytyy www-muodossa: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011> (Viitattu 12.5.2020).

Hutchinson, N. & Calland, C. 2011. *Body image in the primary school*. London and New York: Routledge. Löytyy myös www-muodossa:

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=668781> (Viitattu 24.2.2020).

Huusko, M. & Paloniemi, S. 2006. Fenomenografia laadullisena tutkimussuuntauksena kasvatustieteissä. *Kasvatus* 37 (2), 162–173. Löytyy www-muodossa: <http://elektra.helsinki.fi.ezproxy.ulapland.fi/se/k/0022-927-x/37/2/fenomeno.pdf> (Viitattu 12.3.2020).

Hynnä, K. 2019. Media ja kehoihanteet - selfiet self-helpinä. Teoksessa Lida Kukkonen, Tero Pajunen, Outi Sarpila & Erica Åberg (toim.)

Ulkonäköyhteiskunta: Ulkoinen olemus pääomana 2000-luvun Suomessa.

Helsinki: Into, 140–152. Löytyy www-muodossa:

<https://www.ellibslibrary.com/book/9789523512153> (Viitattu 26.5.2020).

Häkkinen, K. 1996. Fenomenografisen tutkimuksen juuria etsimässä:

Teoreettinen katsaus fenomenografisen tutkimuksen lähtökohtiin. Jyväskylä:

Jyväskylän yliopisto. Opettajankoulutuslaitos.

- Judd, R. G. & May, B. T. 2019. Stories of youth and family navigating a new frontier of social media. Teoksessa Mery F. Diaz & Benjamin Shepard (toim.) Narrating practice with children and adolescents. New York: Columbia University Press, 331–350. Löytyy www-muodossa: <https://www-jstor-org.ezproxy.ulapland.fi/stable/10.7312/diaz18478?refreqid=excelsior%3Adaba6e6ae34d5afb1d1c11e3647fc3cf> (Viitattu 22.5.2020).
- Kakkori, L & Huttunen, L. 2014. Fenomenologia, hermeneutiikka ja fenomenografinen tutkimus. Teoksessa Antti Saari, Olli-Jukka Jokisaari & Veli-Matti Värrö. (toim.) Ajan kasvatusta: Kasvatustilasto ja aikalaismetodologia. Tampere: Tampere University Press, 367–401. Löytyy www-muodossa: <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-44-9612-7> (Viitattu 15.5.2020).
- Kallio, K. 2010. Lasten ja nuorten epäsuoran kohtaamisen etiikka. Teoksessa Hanna Lagström, Tarja Pösö, Niina Rutanen & Kaisa Vehkalahti (toim.) Lasten ja nuorten tutkimuksen etiikka. Helsinki: Nuorisotutkimusseura, 163-187.
- Kerner, C., Haerens, L. & Kirk, D. 2018. Body dissatisfaction, perceptions of competence, and lesson content in physical education. Journal of School Health 88 (8), 1–17. Löytyy www-muodossa: [https://strathprints.strath.ac.uk/63893/1/Kerner\\_et\\_al\\_JSH2018\\_Body\\_dissatisfaction\\_perceptions\\_of\\_competence\\_and\\_lesson.pdf](https://strathprints.strath.ac.uk/63893/1/Kerner_et_al_JSH2018_Body_dissatisfaction_perceptions_of_competence_and_lesson.pdf) (Viitattu 1.5.2020).
- Koskinen, M. 2011. Fenomenografia tutkimuslähestymistapana. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat: Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: JTO, 267–280.
- Kupiainen, R. 2007. Voiko kuvaa lukea? Teoksessa Juha Herkman, Marja-Liisa Rossi, Leena-Maija Rossi & Anita Seppä. Tarkemmin katsoen: Visuaalisen kulttuurin lukukirja. Helsinki: Gaudeamus, 36–54.

Kuula, A. 2011. Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. 2. uud. p. Tampere: Vastapaino. Löytyy www-muodossa:

<https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-768-310-4> (Viitattu 5.4.2020).

Kyrölä, K. 2014. The Weight of Images. Ashgate Publishing Ltd.

Lehtikangas, A. 2015. Mitä verkko merkitsee nuorelle? Teoksessa Heikki Lauha (toim.) Verkko nuorten kokemana ja kertomana. Helsinki: Verke - verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus, 21–25. Löytyy www-muodossa:

[https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/Verkko\\_nuorten\\_kokemana.pdf](https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/Verkko_nuorten_kokemana.pdf) (Viitattu 3.2.2020).

Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma: Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.

Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. & Settanni, M. 2018. Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. Computers in Human Behavior 82, 63–69. Löytyy www-muodossa: [https://www.sciencedirect-com.ezproxy.ulapland.fi/science/article/pii/S0747563218300037](https://www.sciencedirect.com.ezproxy.ulapland.fi/science/article/pii/S0747563218300037) (Viitattu 25.2.2020).

Marton, F. 1981. Phenomenography — Describing conceptions of the world around us. Instructional Science 10 (2), 177–200. Löytyy www-muodossa: [https://www.jstor-org.ezproxy.ulapland.fi/stable/23368358?seq=2#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor-org.ezproxy.ulapland.fi/stable/23368358?seq=2#metadata_info_tab_contents) (Viitattu 2.5.2020).

Marton, F. 1986. Phenomenography — A research approach to investigating different understandings of reality. Journal of Thought 21 (3), 28–49. Löytyy www-muodossa: <https://www.jstor.org/stable/42589189> (Viitattu 17.4.2020).

Mccabe, M. & Ricciardelli, L. 2003. Sociocultural Influences on body image and body changes among adolescent boys and girls. *The Journal of Social Psychology* 143 (1), 5–26. Löytyy www-muodossa:

<https://search-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/docview/199840133/fulltextPDF/6626804FA748429DPQ/1?accountid=11989> (Viitattu 6.3.2020).

Mccabe, M. P. & Ricciardelli, L. A. 2001. Parent, peer, and media influences on body image and strategies to both increase and decrease body size among adolescent boys and girls. *Adolescence* 36 (142), 225–240. Löytyy www-muodossa:

<https://search-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/docview/60082079/?pq-origsite=primo> (Viitattu 24.2.2020).

Meier, E. & Gray, J. 2014. Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 17 (4), 1–8. Löytyy www-muodossa:

<https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0305> (Viitattu 6.3.2020).

Merikivi, J., Myllyniemi, S. & Salasuo, M. 2016. Media hanskassa: Lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2016 mediasta ja liikunnasta. Helsinki: Opetus ja kulttuuriministeriö. Löytyy www-muodossa:

[https://xn--tynvlityspiste-8hb9z.fi/wp-content/uploads/2019/11/media\\_hanskassa.pdf](https://xn--tynvlityspiste-8hb9z.fi/wp-content/uploads/2019/11/media_hanskassa.pdf) (Viitattu 17.2.2020).

Morrison, T., Kalin, R. & Morrison, M. 2004. Body-image evaluation and body-image investment among adolescents: A test of sociocultural and social comparison theories. *Adolescence* 39 (155), 571–92. Löytyy www-muodossa:

<https://search-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/docview/195940965/?pq-origsite=primo> (Viitattu 1.5.2020).

Mustonen, A. 2012. Sosiaalinen media psykologisena kasvuympäristönä. Teoksessa Hannele Niemi & Riitta Sarras (toim.) Tykkää tästä! Opettajan ammattietiikka sosiaalisen median ajassa. Jyväskylä: PS-kustannus, 53–62.

Mäntymäki, M. 2012. Lapset ja nuoret sosiaalisessa mediassa. Teoksessa Hannele Niemi & Riitta Sarras (toim.) Tykkää tästä! Opettajan ammattietiikka sosiaalisen median ajassa. Jyväskylä: PS-kustannus, 9–21.

Niikko, A. 2003. Fenomenografia kasvatustieteellisessä tutkimuksessa. Joensuu: Joensuun yliopisto.

O'Dea, JA. 2012. Body image and self-esteem. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) Encyclopedia of Body Image and Human Appearance, Elsevier Science & Technology. ProQuest Ebook Central, 141–147. Löytyy www-muodossa: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580> (Viitattu 25.5.2020).

Puusa, A. 2011. Haastattelu laadullisen tutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Menetelmäviidakon raivaajat: Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan. Helsinki: JTO, 73–87.

Rahja, R. 2013. Nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa. Mediakasvatusseura Ry. Löytyy www-muodossa: <https://mediakasvatus.fi/materiaali/nuorten-mediamaailma-pahkinankuoressa/> (Viitattu 2.12.2019).

Ricciardelli, LA. 2012. Body image development - Adolescent boys. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) Encyclopedia of body image and human appearance, elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 180–186. Löytyy www-muodossa: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580> (Viitattu 3.5.2020).

Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon C. S., McLean S. A., Jarman H. K. & Paxton S. J. 2020. A biopsychosocial model of social media use and body image concerns, disordered eating, and muscle-building behaviors among adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence* 49, 399–409. Löytyy www-muodossa: <https://doi-org.ezproxy.ulapland.fi/10.1007/s10964-019-01190-0> (Viitattu 22.4.2020).

Roth, R., Zielenski, A. & Daly, B. 2019. Social media use in adolescents: The good, the bad, and the ugly. *National Association of School Psychologists. Communique*, 47 (7), 1, 30–31. Löytyy www-muodossa: <https://search-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/docview/2221241590/fulltextPDF/75B30E51A39F44DFPQ/1?accountid=11989> (Viitattu 12.5.2020)

Rossi, L-M. 2007. Kyllin hyvä mainosruumiksi? Teoksessa Katariina Kyrölä & Hannele Harjunen (toim.) *Koolla on väliä!: Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*. Helsinki: Like, 133–159.

Rubin, H. J. & Rubin I. S. 1995. *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. Thousand Oaks (Calif.): SAGE Publications.

Räsänen, P & Sarpila, O. 2013. Internet lomake vai ei? Verkkokyselylomake postikyselyitä täydentävänä tiedonkeruun menetelmänä. Teoksessa Sanna-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka (toim.) *Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino. www-muodossa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517684101> (Viitattu 20.5.2020).

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. *KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkójulkaisu]*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Löytyy www-muodossa:

[https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_3.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html) (Viitattu 20.11.2019).

Saiphoo, A. N. & Vahedi, Z. 2019. A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior* 101, 259–275. Löytyy www-muodossa:

[https://www.sciencedirect-com.ezproxy.ulapland.fi/science/article/pii/S0747563219302717](https://www.sciencedirect.com.ezproxy.ulapland.fi/science/article/pii/S0747563219302717) (Viitattu 26.2.2020).

Sassi, S. 2009. Mitä kuuluu yleisölle verkkoviestinnän aikakaudella? Teoksessa Sirkku Kotilainen (toim.) *Suhteissa mediaan*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 21–40. Löytyy www-muodossa: <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/37842> (Viitattu 20.5.2020).

Sejčová, L. 2008. Body dissatisfaction. *Human Affairs* 18 (2), 171–182. Löytyy www-muodossa: <https://doi.org/10.2478/v10023-008-0017-1> (Viitattu 1.5.2020).

Seppä, A. 2007. Kulttuurin kuvallistuminen. Teoksessa Juha Herkman, Marja-Liisa Rossi, Leena-Maija Rossi & Anita Seppä. *Tarkemmin katsoen: Visuaalisen kulttuurin lukukirja*. Helsinki: Gaudeamus, 14–35.

Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle. Tampere: Vastapaino. Löytyy www-muodossa: <https://www.ellibslibrary.com/book/951-768-135-6> (Viitattu 15.5.2020).

Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2012. *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino. Löytyy www-muodossa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517684880> (Viitattu 22.5.2020).

Shroff, HP & Ricciardelli, LA. 2012. Physical appearance changes in childhood and adolescence - boys. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) *Encyclopedia of*



body image and human appearance, elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 608–614. Löytyy www-muodossa:

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580> (Viitattu 3.5.2020).

Siibak, A. 2009. Constructing the self through the photo selection - Visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 3 (1), Article 1. Löytyy www-muodossa:

<https://cyberpsychology.eu/article/view/4218/3260> (Viitattu 26.2.2020).

Sintonen, S. 2018. Mediakasvatusvarhaisvuosina: Mukaan dynaamiseen esittämisen virtaan? Teoksessa Marjaana Kangas & Veera Willman (toim.) *Mediakasvatuksen käsikirja*. Tallinna: United press, 81–97. Löytyy www-muodossa:

<https://www.ellibslibrary.com/book/9789949726455> (Viitattu 21.5.2020).

Smolak, L. 2012. Physical appearance changes in childhood and adolescence - girls. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) *Encyclopedia of body image and human appearance*, elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 615–621. Löytyy www-muodossa:

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580> (Viitattu 3.5.2020).

Some ja nuoret 2019. Suomessa asuvien 13–29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo (2019). Toteutus: Ebrand Group Oy & oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut.

<https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/> (Viitattu 13.2.2020).

Suoranta, J. 2001. Cyberkids: lapset mediakulttuurin toimijoina. Teoksessa Marjatta Kangassalo & Juha Suoranta (toim.) *Lasten tietoyhteiskunta*. Tampere: Tampere University Press, 15–48. Löytyy www-muodossa:

[https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/65398/lasten\\_tietoyhteiskunta\\_2001.pdf#page=14](https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/65398/lasten_tietoyhteiskunta_2001.pdf#page=14) (Viitattu 10.1.2020).

TENK 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan sivusto.

<https://www.tenk.fi/fi/hyva-tieteellinen-kaytanto> (Viitattu 3.4.2020).

TENK 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan sivusto.

[https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden\\_eettisen\\_ennakoarvioinnin\\_ohje\\_2019.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf) (Viitattu 3.4.2020).

Tiggemann, M. 2012. Sociocultural perspectives on body Image. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) Encyclopedia of body image and human appearance, elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 758–765. Löytyy www-muodossa:

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580>. (Viitattu 19.5.2020).

Tiggemann, M. & Barbato, I. 2018. “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. Body Image 27, 61–66. Löytyy www-muodossa:

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.009> (Viitattu 24.2.2020).

Tuomola, S. 2018. Vaihtoehtoiset totuudet osana mediakulttuuria. Teoksessa Marjaana Kangas & Veera Willman (toim.) Mediakasvatuksen käsikirja.

Tallinna: United press, 55–79. Löytyy www-muodossa:

<https://www.elibslibrary.com/book/9789949726455> (Viitattu 21.5.2020).

Tylka, TL. 2012. Positive psychology perspectives on body Image. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) Encyclopedia of body image and human appearance,

elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 657–663. Löytyy www-muodossa:

<https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580>. (Viitattu 10.5.2020).

Uusitalo, N., Vehmas, S. & Kupiainen R. 2011. Naamatusten verkossa: lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 2. Tampere: Tampereen yliopisto, journalismin tutkimusyksikkö.

Valkenburg, P. M. & Piotrowski, J. T. 2017. Plugged in: How media attract and affect youth. New Haven: Yale University Press. Löytyy www-muodossa:

<https://www-jstor-org.ezproxy.ulapland.fi/stable/j.ctt1n2tvjd?refreqid=excelsior%3A4b1d902c75ab40c15ea63cb948b4a2cc> (Viitattu 22.5.2020).

Valli, R. 2010. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Juhani Aaltola & Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin: I, Metodien valinta ja aineiston keruu : virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 3. uud. ja täyd. p. Jyväskylä: PS-kustannus, 103–127.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura. Löytyy www-muodossa: <http://doi.org/10.31885/9789515149817> (Viitattu 20.5.2020).

Villi, M. 2015. Selfie yhdistää. Teoksessa Heikki Lauha (toim.) Verkko nuorten kokemana ja kertomana. Helsinki: Verke - verkkonuorisotyön valtakunnallinen kehittämiskeskus, 45–47. Löytyy www-muodossa:

[https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/Verkko\\_nuorten\\_kokemana.pdf](https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/Verkko_nuorten_kokemana.pdf) (Viitattu 2.12.2019).

de Vries, D., Peter, J., de Graaf, H. & Nikken, P. 2016. Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction:

Testing a mediation model. *Journal of Youth and Adolescence* 45 (1), 211–224.

Löytyy www-muodossa: <https://search-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/docview/1752874270?pq-origsite=primo> (Viitattu 26.2.2020).

Wertheim, EH & Paxton, SJ. 2012. Body image development – Adolescent girls. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) *Encyclopedia of body image and human appearance*, elsevier science & technology. ProQuest Ebook Central, 187–193.

Löytyy www-muodossa: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ulapland.fi/lib/ulapland-ebooks/detail.action?docID=872580>. (Viitattu 18.2.2020).

Wiiio, J. 2006 *Media uudistuvassa yhteiskunnassa: Median muuttuvat pelisäännöt*. Helsinki: Sitra. Löytyy www-muodossa: <https://media.sitra.fi/2017/02/27172839/Raportti65-2.pdf> (Viitattu 22.5.2020).

Wilska, T-A. 2018. Median muovaamat sukupolvet. Teoksessa Marjaana Kangas & Veera Willman (toim.) *Mediakasvatuksen käsikirja*. Tallinna: United press, 35–53. Löytyy www-muodossa: <https://www.elibslibrary.com/book/9789949726455> (Viitattu 20.5.2020).

Yle Uutiset 23.2.2020. Tutkimus: sosiaalinen media lisää paineita, mutta siitä voi olla myös apua normien purkamisessa. Yle Uutiset. Löytyy www-muodossa: <https://yle.fi/uutiset/3-11223585> (Viitattu 1.5.2020).

Åberg, E., Koivula, A. & Kukkonen, I. 2020. A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites. *Telematics and Informatics* 48, 1–11. Löytyy www-muodossa: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101319> (Viitattu 25.2.2020).

Åkerlind, G., Bowden, J. & Green, P. 2005. Learning to do phenomenography: A reflective discussion. Teoksessa John Bowden & Pam Green (toim.) Doing developmental phenomenography. Melbourne: RMIT University Press, 74–100.

Östman, S. 2015. "Millasen päivityksen tästä sais?" : Elämäjulkaisijuuden kulttuurinen omaksuminen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

# Liitteet

Liite 1 Tutkimuslupa haastatteluun

## **Sosiaalisen median merkitys nuorten kehonkuvan rakentumisessa**

Pro gradu -tutkielma

Kevät 2020

Hyvä huoltaja!

Olemme Lapin yliopiston kasvatustieteiden tiedekunnan opiskelijoita ja teemme Pro gradu -tutkielmaa aiheesta ”Sosiaalisen median merkitys nuorten kehonkuvan rakentumisessa”. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millä tavalla sosiaalinen media muokkaa 13–15-vuotiaiden käsityksiä heidän omasta kehosta.

Keräämme aineiston haastattelemalla nuoria. Osallistuminen tutkimukseemme on täysin vapaaehtoista ja osallistumisen voi keskeyttää missä vaiheessa tutkimusprosessia tahansa nuoren niin halutessa. Takaamme nuoren nimettömyyden koko tutkimusprosessin ajan. Tutkielmassa käy ilmi ainoastaan osallistuneiden ikä ja sukupuoli.

Nuoren luvalla äänitämme haastattelun analysoinnin helpottamiseksi. Litteroinnin - eli haastattelujen kirjoittaminen tekstimuotoon - jälkeen äänitallenteet tuhoetaan. Äänitallenteita tai litteroitua aineistoa ei tule käsittelemään meidän tutkielman tekijöiden lisäksi kukaan muu henkilö. Aineistosta tehtävien tulkintojen tukena käytämme nimettömänä nuoren puheesta joitakin suorja lainauksia tutkielmassamme. Valmis tutkielma julkaistaan yliopiston kokoelmissa. Kaikissa tutkielmaan liittyvissä kysymyksissä voitte olla yhteydessä meihin.

Ystävällisin terveisin

Anna Aatsinki  
XXXXX@ulapland.fi  
XXX XXX XXXX

Sara Heikkinen  
XXXXX@ulapland.fi  
XXX XXX XXXX

Ohjaajamme on  
KT, yliopistonlehtori Virpi Vaattovaara  
XXXXX@ulapland.fi  
XXX XXX XXXX

## **Sosiaalisen median merkitys nuorten kehonkuvan rakentumisessa**

Pro gradu -tutkielma

Kevät 2020

Annan nuorelle luvan osallistua tutkimukseen.

Päiväys: \_\_\_\_\_

Huoltajan  
allekirjoitus: \_\_\_\_\_

Huoltajan  
nimenselvennys: \_\_\_\_\_

Liite 2 Tutkimuslupahakemus



TUTKIMUKSEN / OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSLUPAHAKEMUS



Hakijan / hakijoiden henkilötiedot	Hakijan / Yhteyshenkilön nimi Sara Heikkinen		
	Mahdolliset tutkimusryhmän muut jäsenet Anna Aatsinki		
	Katuosoite [REDACTED]	Postinumero [REDACTED]	Postitoimipaikka Rovaniemi
	Puhelin [REDACTED]	Sähköpostiosoite [REDACTED]@ulapland.fi	
	Tutkimuslaitos, oppilaitos tai muu yhteisö Lapin yliopisto	Hakijan tehtävä/virka-asema Opiskelija	
	Tutkimusryhmän johtaja / Opinnäytetyön ohjaaja(t)	Nimi Virpi Vaattovaara	Oppiarvo ja tehtävä KT, yliopistonlehtori
Toimipaikka ja osoite Yliopistonkatu 8, 96300 Rovaniemi			
Puhelin [REDACTED]		Sähköpostiosoite [REDACTED]@ulapland.fi	
Toimeksiantaja / tutkimuksen rahoittaja			
Toimeksiantaja / tutkimuksen rahoittaja	Yhteystiedot [REDACTED]		
	Peruste tutkimusluvan hakemiselle Tarvitset luvan tutkimuksellesi, jos teet tutkimusta, jonka kohteena on Lapin yliopisto, sen henkilöstö tai opiskelijat ja suunnitelmasi täyttää jonkin seuraavista ehtoista: <input type="checkbox"/> Tutkimusasetelma edellyttää eettistä ennakoarviointia <input type="checkbox"/> Tutkimussuunnitelma sisältää pyynnön henkilötietojen luovutuksesta <input type="checkbox"/> Tutkimuksen kohdejoukko on jokin rajattu osa yliopistosta, sen henkilöstöstä tai opiskelijoista  Tutkimuslupaa ei tarvitse hakea sellaisille tutkimuksille, joissa kysely tai tiedote tutkimuksesta pyydetään välittämään yliopiston tietojärjestelmien kautta yleisesti henkilöstölle ja/tai opiskelijoille eikä yliopistoa pyydetä luovuttamaan henkilötietoja tai asiakirjoja.		
Eettinen ennakoarviointi	<input checked="" type="checkbox"/> Tutkimus / opinnäyte ei tarvitse eettistä ennakoarviointia <input type="checkbox"/> Tutkimukselle / opinnäytteelle on pyydetty eettistä ennakoarviointia, mistä ja milloin? (Mikäli lausunto on jo olemassa, toimita se tutkimuslupahakemuksen liitteenä)		
Päiväys ja allekirjoitus	Paikka ja päivämäärä Rovaniemi 10/03/2020	Hakijan allekirjoitus	





<b>Liitteet</b>	<p>Pakolliset liitteet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input checked="" type="checkbox"/> Tutkimussuunnitelma / Opinnäytetyösuunnitelma</li><li><input type="checkbox"/> Aineistonkeruumateriaali (esim. tiedote tutkittaville, suostumuslomake, kyselylomake)</li><li><input type="checkbox"/> Aineistonhallintasuunnitelma</li><li><input type="checkbox"/> Tieteellisen tutkimuksen tietosuojailmoitus (jos tutkittavista kerätään tunnistettavia tietoja)</li></ul> <p>Tapauskohtaiset liitteet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Eettisen toimikunnan lausunto</li><li><input type="checkbox"/> Muu, mikä?</li></ul>
-----------------	---



### Tutkimussuunnitelman / opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto, johon tutkimus sisältyy	Kasvatustieteiden maisteri
Tutkimuksen / opinnäytetyön tekijä(t)	Sara Heikkinen ja Anna Aatsinki
Tutkimuksen / opinnäytetyön nimi	Sosiaalisen median merkitys osana nuorten kehonkuvan rakentumista
Tiivistelmä	Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten sosiaalinen media muokkaa nuorten käsityksiä heidän omasta kehosta. Kohderyhmämme on yläkoulukäiset nuoret. Aineisto kerätään haastatteluilla ja pienillä kirjoitelmailla. Tutkimus on laadullinen ja lähestymme aineistoa fenomenografisella otteella.
Alustava aikataulu	Toivomme, että kirjoitelmat pystyttäisiin toteuttamaan mahdollisimman nopeasti koulun aikataulun sallimissa rajoissa. Aineiston analyysin olisi tarkoitus olla valmis viimeistään toukokuussa ja koko Gradu on valmis elokuun loppuun mennessä.

### Tutkimusluvan myöntäminen

Luvan myöntäminen	<input type="checkbox"/> Tutkimuslupa myönnetään	<input type="checkbox"/> Tutkimuslupa myönnetään ehdollisena (korjausvaatimuksin, jotka on eritelty alla kohdassa myöntämisen ehdot)	<input type="checkbox"/> Tutkimuslupa evätään
	Perustelut		
Päiväys ja allekirjoitus	Paikka ja päivämäärä	Allekirjoitus	
Myöntämisen ehdot	Myöntämisen ehdot		
	<input type="checkbox"/> Muu ehto, mikä?		
Päätöksestä tiedottaminen	<input type="checkbox"/> tutkimusluvan hakijalle / hakijoille <input type="checkbox"/> yksiköille, jota lupa koskee <input type="checkbox"/> jokin muu, kuka?		

## Liite 3 Haastattelurunko

### Taustatietoja

1. Kuinka vanha olet?
2. Kerrotko sukupuolesi?
3. Mitä sosiaalisen median alustoja käytät?
  - 3.1. Suositko jotain alustaa selkeästi eniten?
4. Millä tavalla käytät sosiaalista mediaa?
  - 4.1. Tuotatko itse sisältöä esimerkiksi kuvien tai videoiden muodossa?
  - 4.2. Kommentoitko muiden sisältöjä?
5. Kuinka paljon suurin piirtein käytät sosiaalista mediaa? Seuraatko päivittäistä ajankäyttöä puhelimen tallentamista tiedoista?

### Kehonkuva

6. Mitä mieltä olet omasta kehostasi?
  - 6.1. Mitä positiivista?
  - 6.2. Mitä negatiivista?
7. Vastaako kehosi mielestäsi kehoihannettasi?
  - 7.1. Millainen on ihannekeho?
8. Vertailetko itseäsi sosiaalisen median sisältöihin?
  - 8.1. Otatko esimerkkejä sosiaalisessa mediassa esiintyviltä henkilöiltä esimerkiksi pukeutumiseesi?
  - 8.2. Haetko aktiivisesti esimerkiksi ulkonäköön liittyviä sisältöjä somesta?
9. Koetko, että sosiaalisessa mediassa esiintyvät kuvat ovat todenmukaisia?
10. Koetko, että sosiaalisessa mediassa esiintyvät kuvat ovat harhaanjohtavia?
11. Koetko, että sosiaalisessa mediassa esitetyt kuvat luovat paineita siihen, miltä sinun tulisi näyttää?
12. Haluaisitko näyttää samalta kuin sosiaalisessa mediassa esiintyvät henkilöt?

- 12.1. Onko saanut miettimään esimerkiksi kuntoilua, muita harrastuksia tai muuten itsesi muuttamista, jotta sinusta tulisi samannäköinen?
- 12.2. Onko mediassa esiintyvät henkilöt saaneet sinut hyväksymään oman kehosi sellaisena kuin se on?
13. Saavatko sosiaalisessa mediassa esitetyt kuvat sinussa aikaan tyytyväisyyttä omaa kehoasi kohtaan?
14. Aiheuttaako sosiaalisen median selaaminen sinulle riittämättömyyden tunteita kehostasi tai muulla tavalla?
15. Minkälaisia tunteita sosiaalisen median kuvat herättävät sinussa?

#### Kommentit

16. Onko sosiaaliseen mediaan julkaisemiasi kuvia itsestäsi kommentoitu positiivisesti?
  - 16.1. Millä tavalla kommentit ovat vaikuttaneet käsityksiin omasta kehostasi?
17. Onko sosiaaliseen mediaan julkaisemiasi kuvia itsestäsi kommentoitu negatiivisesti?
  - 17.1. Oletko kokenut kiusaamista sosiaalisessa mediassa?
  - 17.2. Millä tavalla kommentit ovat vaikuttaneet käsityksiin omasta kehostasi?
  - 17.3. Millä tavalla kiusaaminen on vaikuttanut käsityksiin omasta kehostasi?
18. Millaisia tunteita tykkäykset ja kommentit aiheuttavat?
  - 18.1. Miltä tuntuu, jos ei saa kommentteja tai tykkäyksiä?
  - 18.2. Ovatko tykkäykset tärkeitä? Jos ovat, niin kerro lisää, millä tavalla.
19. Kumpi on merkityksellisempää; saada kehuja sosiaalisessa mediassa vai kasvatusten?
  - 19.1. Voiko perheen tai ystävien kehu ulkonäöstä lievittää sosiaalisessa mediassa saamaasi negatiivista kommenttia sinusta?

Liite 4 Wilma-viesti huoltajille

Sosiaalisen median merkitys nuorten kehonkuvan rakentumisessa  
Pro gradu -tutkielma  
Kevät 2020

Hyvä huoltaja!

Olemme Lapin yliopiston kasvatustieteiden tiedekunnan opiskelijoita ja teemme Pro gradu -tutkielmaa aiheesta ”Sosiaalisen median merkitys nuorten kehonkuvan rakentumisessa”. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millä tavalla sosiaalinen media muokkaa 13–15-vuotiaiden käsityksiä heidän omasta kehostaan.

Keräämme aineiston kyselyllä, johon vastataan anonyymisti verkossa. Äidinkielen ja kirjallisuuden opettaja välittää kyselyn oppilaille. Osallistuminen tutkimukseemme on täysin vapaaehtoista, ja osallistumisen voi keskeyttää missä vaiheessa tutkimusprosessia tahansa, jos nuori niin haluaa. Takaamme nuoren nimettömyyden koko tutkimusprosessin ajan. Tutkielmassa käy ilmi ainoastaan osallistuneiden ikä ja sukupuoli.

Aineistoa ei tule käsittelemään meidän tutkielman tekijöiden lisäksi kukaan muu henkilö. Aineistosta tehtävien tulkintojen tukena käytämme nimettömänä nuoren vastauksista joitakin suoria lainauksia tutkielmassamme. Valmis tutkielma julkaistaan yliopiston kokoelmissa. Kaikissa tutkielmaan liittyvissä kysymyksissä voitte olla yhteydessä meihin.

Jos annat nuorelle luvan osallistua tutkimukseen, ilmoita suostumuksesi Wilma-viestillä äidinkielen ja kirjallisuuden opettaja XXX XXX.

Ystävällisin terveisin

Anna Aatsinki  
XXXXX@ulapland.fi  
XXX XXX XXXX

Sara Heikkinen  
XXXXX@ulapland.fi  
XXX XXX XXXX

Ohjaajamme on  
KT, yliopistonlehtori Virpi Vaattovaara  
XXXXX@ulapland.fi  
XXX XXX XXXX

## Liite 5 Kyselyn kysymykset

### Taustatiedot

1. Ikäsi vuosina.
2. Sukupuoli.
3. Millä tavalla käytät sosiaalista mediaa?  
Tuotatko itse sisältöä esimerkiksi kuvien tai videoiden muodossa?  
Kommentoitko muiden sisältöjä?
4. Kuinka paljon suurin piirtein käytät sosiaalista mediaa?

### Kehonkuva

5. Mitä mieltä olet omasta kehostasi?  
Esimerkiksi: Onko jotain positiivista tai negatiivista?
6. Millainen on ihannekeho?  
Koetko, että kehosi vastaa tätä ihannetta?
7. Millä tavalla sosiaalinen media vaikuttaa sinuun ja erityisesti ulkonäköön liittyviin asioihin?  
Esimerkiksi: Vertailetko itseäsi sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin tai haetko vaikutteita pukeutumiseen, ulkonäköön tms.?
8. Millaisia tunteita sosiaalinen media ja sen käyttö sinussa herättävät?
9. Jos olet julkaissut kuvia tai videoita sosiaalisessa mediassa, millaisia kommentteja olet saanut?
10. Millaisia ajatuksia ja tunteita kommentit ja tykkäykset aiheuttavat?  
Kuinka tärkeitä kommentit ja tykkäykset ovat?  
Miltä tuntuu, jos kommentteja ja tykkäyksiä ei saa?

Liite 6 Taulukot ryhmistä

Taulukko 3 Ryhmät, joissa kuvataan, millä tavoin nuoret vertaavat ja ottavat vaikutteita sosiaalisen median henkilöistä

Ryhmä	Esimerkiksi
Ei vertaa itseään sosiaalisen median kuviin Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 12 kpl	“Jos siellä on joku nätti tyttö niin mä aina nykyään tai aina aattelen että se on nätti vaan et en mä vertaa sitä oikeestaan itteeni välttämättä” “En välitä ulkonäköön liittyvistä trendeistä, joten ne eivät vaikuta minuun.”
Vertaa itseään sosiaalisen median kuviin Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 6 kpl	“Vertailen jatkuvasti kaikkea itsessäni sosiaalisessa mediassa naamaa, kehoa ja tyyliä.” “Joskus alan vertailla itseäni sosiaalisessa mediassa esiintyviin henkilöihin ja silloin minulle tulee paha mieli.”
Otaa vaikutteita pukeutumiseen sosiaalisesta mediasta Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 10 kpl	“Otan mallia pukeutumiseeni yhdeltä rap-artistilta.” “Haen paljon vaikutteita SoMe-vaikuttajilta esim. tyylin suhteen, monesti saattaa myös käydä mielessä, että miten tuo on minun ikäiseni, mutta näyttää tuolta...”
Haluaa näyttää samalta kuin henkilöt sosiaalisessa mediassa Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5 kpl	“Osat (kuvista) on ihan kivan näkösiä että ehkä” “On (tietty henkilö, keneltä haluaisi näyttää) mut en mä halua kertoa sitä. On niitä muutama”
Ei halua näyttää samalta kuin henkilöt sosiaalisessa mediassa Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 6 kpl	“Välillä sitä ajattelee, että haluaisi mutta kun sitä todella miettii niin tulee vahvasti sellainen fiilis että haluaa olla ihan oma itseni ja näyttää omalta itseltäni.” “--mut en mä silleen kokonaan tiiättekö oo halunnu olla samanlainen kuin toinen”
Mistä saa vaikutteita Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 10 kpl	Instagram Somevaikuttajat Julkisuuden henkilöt

Taulukko 4 Ryhmät, joissa kuvataan sitä, millä sanoin nuoret kuvailevat omaa kehoaan

Ryhmä	Esimerkiksi
Pitää kehostaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 15 kpl	“Kehoni on mielestäni ihan ok, vaikka tietenkin löydän aina jotain parannettavaa jostain” “En nää mitään negatiivista kehossani, pidän kehostani”
Ei pidä kehostaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 3 kpl	“En oo koskaan ollut täysin tyytyväinen omaan kehoon.” “--mutten pidä lähes ollenkaan muusta vartalostani.” “Tietenkin on olemassa aika paljonkin niitä asioita mistä en pidä itsessäni.”
Mistä pitää kehossa Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5 kpl	“Tykkään silmistäni, ja mielestäni mulla on kivan pitkät jalat.” “tykkään pituudestani, leuasta ja hiuksista”
Mistä ei pidä kehossa Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 4 kpl	“On niitä tiettyjä alueita mitä vihaan esim maha,pylly ja jalat.” “En tykkää siitä, ettei minulla ole minkäänlaisia muotoja. Ja siitä olenkin saanut kuulla useammalta poika kavereiltani. En myöskään tykkää aknestani, ja siitäkin olen saanut kuulla joiltain ihmisiltä haukkumisia.”
Ei osaa sanoa, pitääkö kehostaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 6 kpl	“No, eipä silleen mitään erikoista.”



Taulukko 5 Ryhmät, joissa kuvataan sitä, miten nuoret kuvailevat omaa kehoihannettaan

Ryhmä	Esimerkiksi
Millainen on kehoihanne Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 14 kpl	“Aika timmi tai semmonen silleen hyvässä kunnossa oleva” “Ihanne keho oli ennen minulle vain että olisin todella laiha niin laiha että kun istun ei tulisi mitään rypyjä mahaan. nykyään siihen on lisäksi tullut myös pylly.”
Oma keho vastaa kehoihannetta Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 2 kpl	“Kyllä koen.” (että kehoni vastaa kauneusihannetta)
Oma keho ei vastaa kehoihannetta Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 3 kpl	“En koe, että kehoni vastaa tätä.” (kehoihannetta)
Ei osaa sanoa vastaako oma keho kehoihannetta Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5 kpl	“No ei se ehkä ihan mut on se niinku lähellä(kehoihannetta) että silleen joo mutta ei ihan.” “Ei ehkä ihan mutta kuitenkin silleen niinku lähes.” (vastaa omaa ihannekehoa

Taulukko 6 Ryhmä, jossa kuvataan, mitä ajatuksia ja tunteita sosiaalisen median kuvat herättävät

Ryhmä	Esimerkiksi
Millaisia tunteita sosiaalisen median kuvat herättävät Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 16 kpl	“Suurimmaksi osaksi herättävät positiivisia tunteita. Riippuu aina minkälaisen julkaisun näkee ja mistä julkaisussa puhutaan.” “Jotku (kuvat) on silleen että vau ja jotku on sitte että saattaa olla että ku mä en tykkää niinku ton tyylistä -- vähän semmosii kumpiinkin.”

Taulukko 7 Ryhmät, joissa kuvataan, miten nuoret kuvailevat sosiaalisen median vaikuttavan heidän tyytymättömyyteen tai tyytyväisyyteen itseä kohtaan

Ryhmä	Esimerkiksi
Aiheuttaako sosiaalinen media tyytymättömyyttä itseä kohtaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 6 kpl	“Kyllä se voi joskus aiheuttaa(tyytymättömyyttä) esimerkiksi siten, että jos joskus ajattelet että sinulla olisi vaikka hiukset mielestäsi todella todella hyvin ja sitten menet vaikka Tiktokissa selaamaan videoita ja näät siellä poikia joilla on juuri sellaiset hiukset millaiset itse täsmälleen haluaisit.”
Aiheuttaako sosiaalinen media tyytyväisyyttä itseä kohtaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5 kpl	“Kyllä ne tuovat minuun tyytyväisyyttä, koska joskus sieltä voi tulla juuri sellaisia vastakohtia, mitä ei omassa kehossa haluaisi olla tai miltä ei oma kehoni haluaisi näyttää.” “kyllä kuvat saavat aikaan tyytyväisyyttä omaa kehoani kohtaan.”

Taulukko 8 Ryhmät, joissa kuvataan, millaista kehoon liittyvää toimintaa sosiaalinen media on saanut nuorena aikaan

Ryhmä	Esimerkiksi
Sosiaalinen media on saanut jotain toimintaa aikaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5 kpl	“kyllä olen miettinyt harrastuksen aloittamista tai muuten itseni muuttamista.” “Olen tehnyt ja teen vieläkin jotain pepputreeniä. Viimeinen asia mitä haluan on kuitenkin laihtua.”
Sosiaalinen media ei ole saanut toimintaa aikaan Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 3 kpl	“Noo.. no onhan siellä niinku tullu sellasia että niinku vois alottaa sitä ja tätä mutta harvemmin ne on oikeestaan toteutunu....eipä siihen oikein oo mitään syytä niitä ei vaan oikein niinku oo tullu toteutettua.”

Taulukko 9 Ryhmät, joissa kuvataan, millaisia ajatuksia ja tunteita liitetään kommentteihin ja tykkäyksiin

Ryhmä	Esimerkiksi
<p>Sosiaalisessa mediassa esiintyvät kommentit aiheuttavat positiivisia tunteita</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 12 kpl</p>	<p>“--mikä on kiva (positiiviset kommentit), niistä tulee hyvä mieli, minkä takia tykkään kommentoida kivoja juttuja muidenkin julkaisuihin.”</p> <p>“Mun mielestä on ihan kiva jos vaikka kommentoidaan tai tykätään niinku silleen mut en mä niinku silleen ku mä tiään et mun kaverit yleensä aina laskee et montako tykkäystä mutta ei se niinku mulla.”</p>
<p>Sosiaalisessa mediassa esiintyvät kommentit aiheuttavat negatiivisia tunteita</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 2 kpl</p>	<p>“Ajattelin, etten voinut enää laittaa tiukkoja paitoja kouluun ilman että minua haukuttaisiin laudaksi enkä voi olla oma itseni ilman että olisin ärsyttävä. En kommenttien jälkeen enää ole käyttänyt tiukkoja paitoja ollenkaan koulussa.”</p>
<p>Millä lailla sosiaalisen median kommentointi on vaikuttavat on nuoren ajatuksiin omasta kehosta</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 11 kpl</p>	<p>“No ei se oikeestaan silleen mitenkään vaikuta (ilkeä kommentti) että niinku tietää että se on niinku vitsiä vaan vaikka se olis silleen niinku tosissaan nii ei se silleen kauheesti vaikuttais.”</p> <p>“kyllä se aina silleen vähän tuo semmosta varmuutta (positiivinen kommentti) mutta eipä se silleen.. ei mulla kauheesti kiinnostais vaikka komentoitais jotain negatiivista.”</p>
<p>Tykkäykset ja kommentit ovat tärkeitä</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 11 kpl</p>	<p>“On se nykypäivänä ja varsinkin tän ikäsenä että verrataan ‘ei juma hannalla on 66 kommenttia ja mulla vaan 50’ joskus kun kuvassani ollu vähän kommentteja on siitä tullu vähä sillee eikä vähä noloa tunne mitäköhä nyt muut musta miettii.”</p>
<p>Tykkäykset ja kommentit eivät ole tärkeitä</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 11 kpl</p>	<p>“Minulla ei ole niin väliä sillä saako tykkäyksiä tai kommentteja. Enimmäkseen vaan haluan jakaa mielestäni kiinnostavia asioita.”</p>
<p>Kehu sosiaalisessa mediassa vs. kehu kasvotusten</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 10 kpl</p>	<p>“Kasvotusten, todellakin. Sillon saan nähdä ihmisten reaktiot ja ilmeet ja he näkevät, kuinka onnelliseksi ne tekevät minut.”</p>
<p>Kehu kasvotusten voi lievittää sosiaalisen median negatiivista kommenttia</p> <p>Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 7 kpl</p>	<p>“No jos niinku on just silleen että nyt vaikka tulis niinku negatiivista kommenttia ja sitte kohta joku toinen kaveri puhuu jotain positiivista niin kyllä sitte tulle niinku se enemmän se positiivinen niinku siinä että kyllä se auttaa”</p>

Taulukko 10 Ryhmät, joissa kuvataan, miten sosiaalisen median sisällöt vaikuttavat nuorten ajatuksiin omasta kehosta

Ryhmä	Esimerkiksi
Sosiaalinen media luo ulkonäköpaineita Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 5 kpl	“Kyllä, joskus tuntuu että pitäisi muuttaa itseään johonkin tiettyyn muottiin, jotta sinut hyväksyttäisiin.” “Tuntuu että pitäisi näyttää siltä,(sosiaalisen median kautta välittyvältä kehoihanteelta) ja tulee kehosta vielä huonompi olo.”
Sosiaalinen media ei luo ulkonäköpaineita Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 9 kpl	“En koe, että kuvat luovat paineita näyttää tietyltä” “Itselleni ei, mutta monille muille kyllä tuo paineita.” “Mulle ei itelle ainakaan mitään paineita oo tullu mutta mä oon vaan ite sellanen millanen mä oon”
Sosiaalinen media on vaikuttanut käsityksiin omasta ulkonäöstä positiivisesti Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 8 kpl	“Koen, että sosiaalinen media on vaikuttanut omaan ulkonäköni enemmän positiivisesti.” “Ei kokonaan (ole saanut hyväksymään omaa kehoa; sosiaalisen median henkilöt), mutta siitä tulee aina parempi olo kun näkee jonkun sellaisen positiivisen julkaisun.”
Sosiaalinen media on vaikuttanut käsityksiin omasta ulkonäöstä negatiivisesti Merkitykselliset ilmaukset eli analyysiyksiköt: 2 kpl	“kyllä niitä on välillä ollu” (riittämättömyyden tunteita)