

Sosiaalinen media ja hyvinvointi korkeakouluopiskelijoiden kuvaamana

Pro gradu tutkielma

Emilia Matsi

0449153

Kasvatustieteiden tiedekunta

Mediakasvatus

Satu Uusiautti

Lapin yliopisto

Kevät 2020

Lapin yliopisto, kasvatustieteiden tiedekunta

Työn nimi: Sosiaalinen media ja hyvinvointi korkeakouluopiskelijoiden kuvaamana

Tekijä: Emilia Matsi

Koulutusohjelma/oppiaine: Mediakasvatus

Työn laji: Pro gradu -työ X Laudaturtyö Lisensiaatintyö

Sivumäärä: 78 +1 liite

Vuosi: 2020

Tiivistelmä

Sosiaalisella medialla on suuri rooli nuorten elämässä: se seuraa kaikkialle ja voi vaikuttaa hyvinvointiin monin eri tavoin. Tutkimuksen tarkoituksena on kuvata sosiaalisen median ja hyvinvoinnin välistä yhteyttä korkeakouluopiskelijoiden näkökulmasta. Aineistona toimii 61 eläytymismenetelmällä kerättyä kertomusta. Kertomuksista 27 käsittelee aihetta myönteisestä ja 34 kielteisestä näkökulmasta. Tutkimusote on narratiivinen ja olen käyttänyt aineiston analyysissa narratiivien analyysia.

Tutkimuksella on yksi pääkysymys: Miten sosiaalisen median ja hyvinvoinnin tunteen yhteys näyttäytyy opiskelijoiden kertomuksissa? Pääkysymystä tarkentavat alakysymykset ovat 1) Mitä myönteisiä piirteitä opiskelijat nimeävät? 2) Mitä kielteisiä piirteitä opiskelijat nimeävät?

Tulosten perusteella sosiaalinen media on yhteydessä opiskelijoiden hyvinvointiin sekä positiivisella, että negatiivisella tavalla. Sosiaalisella medialla nimettyjä myönteisiä piirteitä olivat muilta käyttäjiltä saatu myönteinen palaute, henkilökohtaiset viestit, hauskat julkaisut, ilo toisten puolesta ja joukkoon kuuluminen. Kielteisinä piirteinä kuvattiin sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vertailua, kateutta, masentavaa huoli- ja vihapuhetta sekä yksinäisyyden tunnetta

Johtopäätöksinä tutkimusten tuloksista muodostettiin kielteisten ja myönteisten kokemusten vastinpareja 1) Yhteenkuuluvuuden tunne–Yksin jäämisen tunne, 2) Ilo toisen puolesta–Kateus 3) Myönteinen palaute–Vertailu, 4) Hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt–Masentava huoli- ja vihapuhe.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteys on moninainen ja kahtiajakoinen. Tutkimus laajentaa käsitystä sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteydestä. On tärkeää, että nuorille opetetaan sosiaalisen median oikeanlaista käyttöä, jotta sosiaalinen media voi olla yhteydessä hyvinvointiimme positiivisella tavalla.

Avainsanat: sosiaalinen media, hyvinvointi, eläytymismenetelmä

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Sosiaalinen media.....	7
2.1	Sosiaalisen median tuntomerkit	7
2.2	Sosiaalisen median käyttö	10
2.2	Sosiaalisen median suosion syy	12
2.4	Tutkimuksia sosiaalisen median yhteydestä hyvinvointiin	14
3	Tutkimuskysymykset	18
4	Tutkimuksen toteutus	19
4.1	Tutkimusote.....	19
4.2	Tutkimuksen kohde	20
4.3	Tutkimusaineiston hankinta	21
4.4	Aineiston analyysi	24
4.5	Luotettavuus ja eettisyys	27
5	Tutkimustulokset.....	31
5.1	Hyvinvoinnin kannalta myönteiset kokemukset sosiaalisessa mediassa.....	31
5.1.1	Muilta käyttäjiltä saatu myönteinen palaute.....	31
5.1.2	Henkilökohtaiset viestit.....	36
5.1.3	Hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt.....	38
5.1.4	Ilo toisten puolesta	39
5.1.5	Yhteenkuuluvuuden tunne.....	40
5.2	Hyvinvoinnin kannalta kielteiset kokemukset sosiaalisessa mediassa.....	42
5.2.1	Vertailu.....	43
5.2.2	Kateus.....	46
5.2.3	Masentava huoli- ja vihapuhe.....	49
5.2.4	Yksin jäämisen tunne	52
6	Yhteenveto ja johtopäätökset	56
6.1	Yhteenkuuluvuuden tunne – Yksinjäämisen tunne	56
6.2	Ilo toisten puolesta – Kateus	59
6.3	Myönteinen palaute – Vertailu.....	61
6.4	Hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt – Masentava huoli- ja vihapuhe	64
7	Pohdinta.....	67
	Lähteet.....	70
	Liitteet	79

Taulukot

Taulukko 1	56
------------------	----

1 Johdanto

Sosiaalisella medially on suuri rooli nykyihmisten elämässä. Suurin osa suomalaisista käyttää ainakin jotakin sosiaalisen median palvelua päivittäin usean tunnin ajan. Suomen virallisen tilaston (2018) mukaan 61 prosenttia 16–89-vuotiaista oli seurannut jostain yhteisöpalvelua viimeisen kolmen kuukauden aikana vuonna 2018. Mitä nuorempaan ikäluokkaan mennään, sitä suurempi tuo luku vielä on. Huomattava aika vapaa-ajastamme nykypäivänä kuluu siis jonkin sosiaalisen median palvelun käyttöön. Sosiaalisen median käyttö on myös kasvanut räjähdysmäisesti viimeisten vuosien aikana.

Älypuhelimet ovat mullistaneet sosiaalisen median käytön. Älypuhelimien ansiosta sosiaalisessa mediassa voidaan viettää aikaa melkein missä vain ja milloin vain. Monet hyödyntävätkin tätä mahdollisuutta ja viettävät pienenkin vapaa-ajan sosiaalisen median parissa. Sosiaalisessa mediassa vietetyllä ajalla oletettavasti on jonkinlainen yhteys koettuun hyvinvointiimme niin hyvässä, kuin pahassakin. Tässä tutkimuksessa olen kiinnostunut tutkimaan nimenomaan sosiaalisen median ja hyvinvoinnin välistä yhteyttä nuorten kokemana.

Sosiaalisista mediaa on tutkittu suhteellisen paljon. Varsinkin negatiivisesta näkökulmasta löytyy paljon tutkimuksia, miten sosiaalinen media aiheuttaa esimerkiksi riippuvuutta, kiusaamista ja keskittymisen vaikeutumista. Mielestäni on myös tärkeää tutkia ilmiötä positiivisesta näkökulmasta, koska sosiaalinen media on tuonut myös paljon hyvää. Usein huomiota kiinnitetään enemmän negatiivisiin asioihin. Allardin (1993) mukaan tutkijoiden on helpompi arvioida sitä, mikä on vahingollista kuin sitä mikä lisää henkilön hyvinvointia (ks. myös Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitos 2016). Esimerkiksi sosiaalisen median ja hyvinvoinnin teemaa lukiessa keskitytään paljon siihen, miten sosiaalinen media on negatiivisesti yhteydessä hyvinvointiin. Todellisuudessa sosiaalisen median käytöstä löytyy myös paljon positiivisia piirteitä.

Myös Kestilä ja Karvonen (2019, 18) toteavat, että Pohjoismaista hyvinvointitutkimusta on kritisoitu nimenomaan siitä, että se keskittyy liikaa huono-osaisuuden kuvaamiseen ja negatiivisuuteen. On siis tärkeää tuoda esille myös hyvinvointitutkimuksen hyviä puolia huonojen lisäksi, eikä keskittyä aina vain negatiivisuuteen. Positiivista tutkimusta kaivataan enemmän.

Gable ja Haidt (2005, 105-106) nimeävät 3 syytä sille, miksi yhteiskunta on kiinnostunut heikkouksista enemmän kuin vahvuuksista: 1) myötätunto, 2) käytännön ja historian syyt sekä 3) psykologian teorit ja oma luonteemme. Esimerkiksi historia määrittää paljon sitä, millaista tutkimusta tehdään. Positiivinen psykologia on kuitenkin tuonut viime vuosien saatossa enemmän tilaa myös positiiviselle tutkimukselle. (Gable & Haidt 2005,103.) Yhä enemmän keskitytään myös positiivisiin teemoihin, joihin halusin itsekin tässä tutkimuksessa perehtyä.

Johtuen siitä, että sosiaalista mediaa on tutkittu paljon, halusin ottaa tässä tutkimuksessa käyttöön hiukan eri näkökulman aiheeseen. Tästä syystä hankin tutkimusaineiston eläytymismenetelmää käyttäen (esittelen tätä tarkemmin luvussa 4). Menetelmä mahdollistaa sellaisen aineiston keruun, jossa tutkimukseen osallistuja voi pohtia ilmiön hyviä ja huonoja puolia joko omakohtaisesti tai muiden kokemuksia esille tuoden. Kirjoittamiseen annetaan siis aika vapaat kädet. Eläytymismenetelmän avulla sain tutkimukseen mielenkiintoisen lähtökohdan ilmiön tarkastelemiseen.

Tutkimuksen keskeisinä käsitteinä toimivat sosiaalinen media ja hyvinvointi. Molemmat ovat todella suuria ja moniulotteisia käsitteitä, jotka ovat hankala määritellä yksiselitteisesti. Käsitteitä onkin määritelty monella eri tavalla riippuen näkökulmasta ja määrittelijästä. Tarkastelen näitä seuraavaksi.

2 Sosiaalinen media

2.1 Sosiaalisen median tuntomerkit

Yhteiskunta on kehittynyt viime vuosikymmeninä kovaa vauhtia. Paljon muutoksia on tapahtunut erityisesti internetissä ja sen käytössä. Teknologia ja erilaiset laitteet ovat kehittyneet muutamassa vuodessa nopeaa vauhtia ja ne tarjoavat yhä nopeampia ja parempia mahdollisuuksia käyttää internetiä. Omien sisältöjen julkaiseminen sekä vuorovaikutus toisten ihmisten kanssa on nykyään helppoa. (Pönkä 2014, 9.) Internetin ja erilaisten teknologioiden nopea muutos on myös mahdollistanut nykyisen kaltaisen sosiaalisen median synnyn.

Sosiaalisen median käsitteellä ei ole täsmällistä määritelmää ja sen määrittäminen vain yhdellä tapaa on hankalaa (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17). Ei ole olemassa vain yhtä oikeaa tapaa määrittää käsitettä vaan sen määrittäminen riippuu eri henkilöistä ja kontekstista. Sekä Pönkän (2014, 34) että Lietsalan ja Sirkkusen (2008, 17) mukaan sosiaalinen media on sateenvarjokäsite, jonka alla on monenlaisia erilaisia merkityksiä. Eroavaisuuksia löytyy esimerkiksi erilaisten kulttuuristen käytänteiden välillä. Sosiaalisen median määritelmä on myös vaihdellut hiukan eri vuosina. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17; Pönkä 2014, 34.) Käsite on laaja ja sitä ei ole pystytty yksiselitteisesti määrittämään. Käsite myös muuttuaan jatkuvasti uusien sovellusten myötä.

Suomessa eniten käytetty sosiaalisen median määritelmä on lähtöisin VTT:n tutkijoilta vuodelta 2007. Kyseisen määritelmän mukaan ”sosiaalinen media rakentuu sisällöistä, yhteisöstä ja Web 2.0 teknologiasta”. Sosiaalinen media on siis yksinkertaistettuna näiden kolmen tekijän yhteinen summa. Sosiaalisen median sovellukset ja palvelut perustuvat käyttäjien luomaan sisältöön. (Pönkä 2014, 35.) Sosiaalinen media tarvitsee siis toimiakseen teknologiaa ja aktiivisia käyttäjiä, joiden avulla luodaan niin sanottu sosiaalinen media.

Pesonen (2013, 21) määrittelee sosiaalisen median olevan ”verkkoympäristöjen kokonaisuus, jossa jokainen sosiaalisen median palvelun käyttäjä on avannut käyttäjätilin, luovuttanut henkilötietoja ja pitää yllä näkyvää, yksilöityä profiilisivua”. Sosiaaliseen

mediaan kuuluu kyseisen määritelmän mukaan se, että käyttäjät luovat itselleen jonkinlaisen käyttäjätilin, jonka kautta voivat luoda sisältöä tai vain seurata muita. Käyttäjätilin luominen voidaankin nähdä olevan yksi sosiaalisen median perustuntemerkeistä.

Kansainvälisesti sosiaalinen media voidaan määrittää esimerkiksi näin: ”sähköisen viestinnän muodot (kuten sivustot sosiaaliseen verkostoitumiseen ja mikrobloggaukseen) joiden kautta käyttäjät luovat verkkoyhteisöjä jakamaan tietoja, ideoita, henkilökohtaisia viestejä ja muuta sisältöä (kuten videoita)” (Merriam-Webster 2020; O’Brien 2013, 10). Sosiaaliseen mediaan kuuluu tämän määritelmän perusteella olennaisesti yhteisöllisyys ja viestintä toisille, minkä teknologia mahdollistaa.

Mitään sosiaalisen median määritelmää ei ole kuitenkaan vakiinnutettu käyttöön Suomessa, eikä maailmanlaajuisesti. O’Brienin (2013,10) mukaan se johtuu siitä, että sosiaalinen media kehittyi koko ajan eteenpäin, joten käsitteelle ei ole luotu täsmällistä maailmanlaajuista määritelmää. Määritelmiä löytyy myös monia erilaisia eli sosiaalinen media on hankala määritellä yksiselitteisesti tai vain yhdellä tapaa.

Kysymys siitä, miten sosiaalinen media eroaa perinteisistä internet-sivuista, on myöskin erittäin tärkeä käsitteen määrittelyn kannalta. Hoffmanin (2017, 5) mukaan sosiaalinen media eroaa ”klassisista” internetsivuista niin, että sosiaalinen media rohkaisee ihmisiä postaamaan, kommentoimaan ja luomaan omaa sisältöä. Sosiaalinen media tarjoaa käyttäjille työkaluja sosiaaliseen kanssakäymiseen toisten kanssa. Sosiaalisessa mediassa käyttäjät eivät ole vain ”passiivisia katsojia” vaan he voivat aktiivisesti osallistua sisällön tuottamiseen. (Hoffman 2017, 5.) Yksi sosiaalisen median pyrkimyksistä onkin saavuttaa osallistuminen sekä yhteisöllisyys käyttäjien välillä.

Yksi sosiaalisen median tuntomerkeistä on siis osallistuminen. Ilman osallistumista sosiaalista mediaa ei olisi, koska toiminta perustuu käyttäjien omaan aktiivisuuteen luoda sisältöä. Käyttäjät ovat itse aktiivisia ja luovat omalla toiminnallaan sellaista sisältöä, kuin haluavat. Sosiaalisessa mediassa siis kuka vain voi olla sisällöntuottaja, mutta monet käyttäjät näkevät silti itsensä enemmän sitoutuneina käyttäjinä, kuin tuottajina (Lietala & Sirkkunen 2008, 13). Vaikka sosiaalinen media perustuu käyttäjien aktiivisuudelle, kaikkien ei aina tarvitse osallistua vaan he voivat myös olla mukana ilman aktiivista tuottamista, olla osa yhteisöä. Sosiaaliseen mediaan kuuluu siis se, että ihminen kuuluu yhteisöön, vaikka ei olisi niin aktiivinen tuottaja itse. Esimerkiksi O’Brien (2013, 17)

mainitsee, että kolmasosa on hiljaa sosiaalisessa mediassa eikä julkaise mitään, vaikka monesti ajatellaan, että kaikki ovat aktiivisia. Sosiaalisessa mediassa voi siis olla myös mukana passiivisena seuraajana.

Lietsala & Sirkkunen (2008, 24) ovat nostaneet esille viisi sosiaalisen median sivustojen peruspiirrettä, jotka kokoavat hyvin sosiaalisen median luonteen.

1. Sivusto tarjoaa paikan jakaa sisältöjä.

2. Aineistoja luovat, jakavat tai arvioivat enimmäkseen osallistujat itse.

3. Toiminta perustuu sosiaaliseen vuorovaikutukseen.

4. Kaikella aineistolla on nettiosoite eli se on linkitettävissä myös ulkoisiin verkostoihin.

5. Kaikilla aktiivisesti osallistuvilla jäsenillä on oma profiilisivu, joka mahdollistaa linkittymisen muihin ihmisiin, sisältöihin, alustaan ja mahdollisiin sovelluksiin. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 24)

Kyseiset sitaatit kertovat hyvin sen, millainen on sosiaalinen media. Sosiaalinen media perustuu siis siihen, että käytössä on teknologiaa ja osallistujia tai jonkinlainen yhteisö. Niiden yhteistyöllä syntyy sosiaalinen media. Pitää kuitenkin huomioida se, että sosiaalinen media muotoutuu ja kehittyy koko ajan. Uusia sovelluksia kehitetään jatkuvasti ja ihmiset siirtyvät uusien sovellusten pariin. Myös tekniikka kehittyy koko ajan. Sosiaalinen media on siis käsitteenä muotoutuva ja kehittyy jatkuvasti eteenpäin.

Pönkän (2014, 212) mukaan sosiaalisen median palveluiden suosio muuttuu jatkuvasti ja jo lyhyessäkin ajassa joku sovellus saattaa nousta uusien käyttäjien suosioon. Toisaalta tällaiset nopeasti suosioon nousseet palvelut saattavat kadota suosioista yhtä nopeasti, koska käyttäjien pitäminen tyytyväisinä on vaikeaa. Tästä syystä myös tulevaisuuden ennustaminen on haastavaa. (Pönkä 2014, 212.) Emme voi olla täysin varmoja siitä, mikä on sosiaalisen median tilanne muutaman vuoden päästä, mihin kaikkeen sosiaalinen media on kehittynyt ja millaiset sovellukset ovat suosiossa. Näin ollen käsitteen määrittely on myös hankalaa.

2.2 Sosiaalisen median käyttö

Sosiaalinen media on nykypäivänä kaikkien saatavilla ja käyttö on valtavirtaistunut. Sosiaalista mediaa käyttävät kaiken ikäiset ja käyttäjiä löytyy kaikista sosiaali- koulutus- ja ammattiryhmistä. Käyttäjryhmä on siis heterogeeninen, eivätkä vain nuoret käytä sosiaalista mediaa kuten usein luullaan. (Pönkä 2014, 37.) Erilaisia sosiaalisen median sovelluksia ja palveluja on nykyään tarjolla paljon, joten jokaiselle ikäryhmälle löytyy jotakin, mistä valita juuri itselleen sopivin sovellus ja tapa käyttää sosiaalista mediaa. Sosiaalinen media on usein myös ensimmäinen asia, jota katsotaan aamulla ja viimeinen asia, jota katsotaan illalla (O'Brien 2013, 15).

Sosiaalista mediaa käytetään nykypäivänä paljon, mistä kertovat tuoreet nuoriin suunnatut suomalaiskyselyt. Ebrand Group Oy on tutkinut ja toteuttanut laajan kyselyn yhteistyössä Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelujen kanssa koskien suomalaisten 13-29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median käyttöä. Kyselyyn vastasi yhteensä 6247 13-29 -vuotiasta nuorta. Some ja nuoret 2019 kyselyn perusteella ”nuoret ovat usein mukana sosiaalisen median palveluissa, koska siellä ovat kaikki tai ainakin osa jo olemassa olevia ystäviä”. (Ebrand Group Oy, 2019.) Sitaatista voi päätellä, että nuoret viihtyvät sosiaalisessa mediassa nimenomaan sosiaalisuuden takia. Nuoret voivat keskustella toistensa kanssa helposti ja verkostoitua keskenään.

Kyselyn perusteella nuoret käyttävät sosiaalista mediaa keskimäärin 15-20 tuntia viikon aikana, eli reilut 2 tuntia päivässä (Ebrand Group Oy, 2019). Sosiaalisen median ja internetin palvelut vievät siis nuorten päivästä suuren siivun, koska ajassa on otettu huomioon vain sosiaalisen median käytön palvelut ja muu internetin käyttö on rajattu pois. Nuoret käyttävät siis ”perinteistä internetiä” vielä enemmän viikon aikana. Yhdistettynä toisiinsa se on suuri osa nuorten päivästä. Näin ollen suuri osa nuorten vapaa-ajasta kuuluu nykypäivänä jonkin sosiaalisen median sovelluksen tai internetin välityksellä.

Viestintäliigan ”sometutkimuksen” 2017 mukaan nuorten (13-23 vuotiaiden) sosiaalisen median käyttö on vielä Ebrand Groupin saamia tuloksia suurempaa. Viestintäliigan kyselyyn on vastannut 1159 nuorta. Tulosten perusteella nuoret käyttävät sosiaalista mediaa keskimäärin jopa 8h päivässä. Kyseinen tulos on todella suuri ja hiukan erilainen kuin Ebrand Groupin. Eroavaisuudet saattavat johtua siitä, että omaa sosiaalisen median

käyttöä voi olla välillä vaikeakin arvioida. Miten nuoret mieltävät sosiaalisen median ja ”perinteisen” internetin eron? Esimerkiksi Ebrand Groupin tutkimuksessa sosiaalinen media ja ”perinteinen” internetin käyttö on erotettu toisistaan. Älypuhelimia käytetään myös paljon päivän aikana, joten aina ei välttämättä osata arvioida sitä kuinka suuri määrä pienistäkin hetkistä voi kehittyä koko päivän kokonaisuuteen.

Ebrand Group on tehnyt myös samanlaisia kyselyitä aiempina vuosina (2013, 2015 ja 2016). Kyselyjen perusteella sosiaalisen median käyttöajat ovat nousseet selvästi aikaisempiin vuosiin verrattuna. (Ebrand Group, 2019.) Yksi syy kasvuun saattaa olla se, että sosiaaliseen mediaan on yhä helpompi päästä ja erilaisten sosiaalisen median palveluiden määrä on kasvanut todella paljon viime vuosien aikana. Myös laitteet ovat kehittyneet paljon. Monet palvelut vaativat myös sosiaalisen median tunnuksia ja yritykset käyttävät sosiaalista mediaa yhä enemmän markkinoinnissaan. On siis tavallista, että sosiaalista mediaa käytetään enemmän ja enemmän.

Ebrand Groupin (2019) mukaan nuorten kolme suosituinta sosiaalisen median palvelua vuonna 2019 olivat WhatsApp, YouTube ja Instagram (Ebrand Group, 2019). Maailman suosituin sosiaalisen median palvelu Facebook ei ole tähän top 3-listaan kuitenkaan päätynyt. Facebookilla on maailmanlaajuisesti 2.41 biljoonaa kuukausittaista käyttäjää ja näin ollen se on maailman suurin sosiaalisen median palvelu maailmanlaajuisesti (Clemet, 2019). Muissa lähteissä suosituiksi sosiaalisen median sovelluksiksi on kuitenkin todettu Facebook, WhatsApp sekä YouTube. (Nepa 2019; Tilastokeskus 2017.)

Sosiaalisen median käyttö sekä käytetyt sovellukset vaihtelevat sekä lähteiden perusteella, että myös ikäryhmittäin. Esimerkiksi Nepan (2019) teettämästä tutkimuksesta voi huomata sen, että sosiaalisen median käyttö ja käytetyt sovellukset vaihtelevat paljon eri ikäisten keskuudessa. WhatsAppia käyttää nuorista lähemmäs 90% ja yli 75 vuotiasta vain 19%. Facebook vaikuttaa taas olevan suosituin 25-34-vuotiaiden keskuudessa. Eri ikäisten väliltä löytyy siis paljon eroavaisuuksia ja Suomi on jakautunut sosiaalisen median käytön tähden. (Nepa 2019.)

Myös Ebrand Groupin kyselyn (2019) perusteella sovellusten käytöstä löytyi eroavaisuuksia eri ikäryhmien välillä. Esimerkiksi tässä tutkimuksessa vallalla olevien 23-29 vuotiaiden toiseksi suosituin palvelu on kyselyn mukaan Facebook. Sitä nuoremmilla se on YouTube. Vanhempia ihmisiä kiinnostaa kyselyn mukaan Facebook, mutta nuorem-

pia ei enää niin paljoa. Tilanteet muuttuvat todella nopeaan tahtiin, kun uusia sovelluksia syntyy ja uudet ihmiset siirtyvät uusien sovellusten pariin. Tutkijat eivät välttämättä itsekään pysy muoti-ilmiöiden ja uusien sovellusten perässä, koska jonkun sovelluksen suosio saattaa nousta yhtäkkiä ja toisen laskea.

Edellisistä tutkimuksista tuli ilmi, että sosiaalisen median käyttö vaihtelee eri ikäisten henkilöiden välillä todella paljon. Wilska (2018, 46) tunnistaa mediasukupolvien eroja. Keski-ikäiset viettävät aikaa Facebookissa ja keskustelusivuilla, kun taas nuorempi sukupolvi jakaa videoita ja kuvia sekä seuraa muiden jakamaa sisältöä. Nimenomaan tämä samanlainen tulos tulee esille Nevan (2019) kyselyssä, että Tilastokeskuksen (2017) tilastoissa. Eri ikäiset käyttävät siis sosiaalista mediaa eri tavoin niin ajan, kuin sovellustenkin suhteen.

Sosiaalinen media on myös kansainvälisesti suosittua. Maailmanlaajuisen tilaston mukaan Itä-Aasiassa ja Pohjois-Amerikassa käytetään eniten sosiaalista mediaa luvun ollessa 70%. Kolmanneksi tilastossa on Pohjois-Eurooppa 67% tilasto-osuudella. Koko maailman keskiarvo on tilaston mukaan 45%. (Clemet, 2020.) Sosiaalinen media ei ole siis vielä saavuttanut koko maailmaa, mutta esimerkiksi jo Itä-Aasian sekä Pohjois-Amerikan luvut kertovat siitä, että sosiaalisen median käyttö on nykyään suurta. Todennäköisesti luvut tulevat vielä nousemaan lähivuosina yhä korkeammiksi, kun teknologia ja laitteet kehittyvät sekä niiden käyttöalue laajenee.

2.2 Sosiaalisen median suosion syy

Sosiaalisen median käyttö on yleensä jokapäiväistä ja pitkäkestoista. Bockin (2017) mukaan ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa voidakseen hyvin ja viihtyäkseen. 65% tutkimukseen vastanneista kertoo käyttävänsä sosiaalista mediaa saadakseen kontaktin ystäviin, 60% käyttää sitä hakeakseen viihdyttäviä tai hauskoja postauksia. (Bock, 2017) Sosiaalisesta mediasta haetaan tutkimuksen perusteella viihdykettä vapaa-ajalle ja sosiaalista kontaktia ystäviin. Sitä sosiaalinen media pyrkii järjestämäänkin. Sosiaalisen median kautta saa helposti yhteyden ystäviin ja sieltä löytyy myöskin viihdyttävää sisältöä.

Pönkän (2014, 38) mukaan suurin syy, jonka ihmiset sanovat olevan syynä sosiaalisen median käytölle on yhteydenpito muihin ihmisiin, sukulaisiin, ystäviin tai tuttaviiin. Yhteydenpito nähdään yleisesti paljon tärkeämpänä kuin mikään muu. Nykypäivänä sosiaalisesta mediasta saa helposti yhteyden kavereihin, koska sitä käyttää niin monet ihmiset. Yhteydenotto on helppoa ja nopeaa sosiaalisen median välityksellä ja ystäviä voi olla myös kauempana. Näin ollen ei ole ihme, että yhteydenpito nähdään suurena syynä sosiaalisen median käytölle.

Sosiaalisen median toiminta perustuu nimenomaan vuorovaikutukseen, joten on loogista, että yksi suurimmista suosion syistä on nimenomaan vuorovaikutus ja yhteydenpito toisten kanssa. Sosiaalisen median kautta ihmisten on helppo pitää yhteyttä kauempanakin asuviin ystäviin. Tähän viittaa myös se, että Ebrand Groupin (2019) mukaan WhatsApp oli nuorten suurin sosiaalisen median palvelu. WhatsAppin toiminta perustuu siihen, että siellä voi keskustella ja laittaa viestiä kavereille ja sukulaisille. Kyseessä on siis lähinnä yhteydenpitoon tarkoitettu sovellus. WhatsAppista ei samalla tapaa haeta viihdykettä kuin esimerkiksi Facebookista tai muista sosiaalisen median palveluista.

Ebrand Groupin tutkimuksen (2019) mukaan 84% nuorista käyttää sosiaalista mediaa siksi, koska he haluavat keskustella ystävien kanssa. Sosiaalista mediaa käytetään monesti myös siksi, että siitä on tullut tapa ihmisten arkeen. Monet kyselyyn vastanneista (74%) vastaavat kyselyssä sosiaalisen median käytöstä tulleen heille jonkinlainen tapa, jonka takia he käyttävät sosiaalista mediaa. Sosiaalisen median käytöllä voi tutkimuksen mukaan olla monia syitä sille, miksi sitä käytetään. Käyttö ei rajoitu vain yhden syyn taakse. (Ebrand Group 2019.)

O'Brien (2013, 17) pohtii miksi miljoonat ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa niin paljon. Suurin syy näyttää hänen mielestään olevan pysyminen ajan tasalla. Tärkeää on myös pitää yhteyttä ystäviin ja löytää uutta sisältöä. (O'Brien 2013, 17.) Tutkimusten mukaan suurimmat syyt sosiaalisen median käytölle vaikuttavat olevan siis yhteydenpito, viihdyke vapaa-ajalle, ajan tasalla pysyminen ja tapa. Voisi sanoa, että monesti sosiaalisen median käyttö on kyseisten syiden yhdistelmä. Joissain tilanteissa sosiaalista mediaa voi käyttää hyvin yhteydenpitoon ja joissakin tapauksissa sitä käytetään nimenomaan tavan vuoksi. Edellä olevien syiden perusteella voi huomata, että sosiaalinen

media on monipuolinen paikka, koska sen käytön takaa löytyy monia eri syitä sen käytölle.

2.4 Tutkimuksia sosiaalisen median yhteydestä hyvinvointiin

Sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteyttä on tutkittu vuosien varrella paljon monista eri näkökulmista. Sekä sosiaalinen media, että hyvinvointi ovat isoja käsitteitä, joita voidaan tutkia hyvinkin erilaista lähtökohdista käsin. Esimerkiksi hakemalla tietokannoista hakusanoilla ”Social media and well-being” tutkimuksia löytyy tuhansia. Kansainvälistä tutkimusta aiheesta löytyy paljon, mutta suomessa aihetta ei ole tutkittu kuitenkaan vielä yhtä laajasti. Sosiaalinen media ja hyvinvointi ovat monesti mukana myös isompina teemoina joissakin laajemmissa tutkimuksissa, mutta niitä ei välttämättä ole sellaisenaan tutkittu.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen (2016) mukaan hyvinvointi on moniulotteinen käsite ja tutkijat eivät ole yksimielisiä siitä, mitä hyvinvoinnilla tarkalleen tarkoitetaan. Niinpä siis tutkimuksiakin löytyy paljon, koska hyvinvoinnin voi määritellä eri tavoilla. Huolimatta siitä, että tutkimusta sosiaalisen median käytön ja hyvinvoinnin yhteydestä toisiinsa löytyy paljon, niiden välinen suhde on kiistanalainen. (Best et al., 2014; Pantic, 2014; Weinstein 2018,3598). Emme siis voi olla täysin varmoja siitä millainen keskinäinen suhde sosiaalisella medially ja hyvinvoinnilla on. Kaikki riippuu paljon siitä, miten esimerkiksi hyvinvointia tai sosiaalista mediaa lähestytään ja miten käsitteet määritellään suhteessa toisiinsa. Näkökulman valinta sekä rajaus vaikuttavat tutkimuksiin erittäin paljon.

Hyvinvointia voidaan lähteä erottelamaan esimerkiksi objektivisuuden ja subjektiivisuuden kautta. Subjektiivisia hyvinvoinnin kokemuksia ei ole kuitenkaan aina pidetty mittaamisen arvoisina, vaan hyvinvointitutkimukset ovat perustuneet objektiiviseen mittaamiseen (Diener & Tov 2012, 3). 1970-luvulta lähtien tutkijat ovat huomanneet hallinnollistilastollisen aineiston rajallisuuden ja ratkaisuksi kehitettiin elämänlaadun käsite. (Kestilä & Karvonen 2019, 17.) Hyvinvointia voi näin ollen mitata myös muutenkin, kuin objektiivisesti.

Toinen tapa tarkastella hyvinvointia on erotella myönteinen ja kielteinen mittaaminen toisistaan. Tutkimukset myönteisestä näkökulmasta ovat kuitenkin harvinaisempia, kuin

kielteiset tutkimukset johtuen esimerkiksi historiallisista käsityksistä. On helpompaa mitata kielteisiä, kuin myönteisiä kokemuksia. (Diener & Seligman 2002, 81.) Hyvinvointia voidaan siis lähteä mittaamaan ja lähestymään hyvin monesta eri näkökulmasta käsin.

Weinsteinin (2018, 3598) mukaan sosiaalisen median tutkimukset pyrkivät tutkimaan hyvinvointia yleensä esimerkiksi onnellisuuden, elämään tyytyväisyyden, elämänlaadun, stressin, masennuksen ja kehonkuvan kautta. Kyseiset käsitteet ovat kaikki tärkeitä hyvinvoinnin kannalta. Käsitteet liittyvät olennaisesti nimenomaan subjektiiviseen hyvinvointiin ja sen mittaamiseen. Miten esimerkiksi mitattava kohde itse kokee oman hyvinvointinsa.

Weinstein (2018,3600) lähestyy omassa tutkimuksessaan hyvinvointia nuorien omien tunteiden kautta. Hän on kerännyt nuorilta sekä positiivisia, että negatiivisia tunnekokemuksia liittyen sosiaaliseen mediaan. Hän on käyttänyt tutkimuksessaan sekä kyselylomaketta, että haastatteluja saadakseen tarpeeksi kattavan aineiston nuorten itse kokeamista tunnekokemuksista. Tulosten mukaan suurin osa vastaajista kuvaili sosiaalisen median tunnekokemuksiaan positiiviseksi (Weinstein 2018, 3617). Toisaalta nuoret kokivat myös negatiivisia tunteita. He olivat esimerkiksi huolissaan muiden tuomioista sosiaalisessa mediassa, kokivat kateutta ja ahdistusta sekä olivat huolissaan vuorovaikutuksen muutoksesta huonompaan suuntaan. Tulosten perusteella sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteydestä löytyy sekä positiivisia, että negatiivisia puolia. (Weinstein 2018.)

Best, Mankletow ja Taylor (2014) tarkastelevat omassa tutkimuksessaan sosiaalista mediaa ja hyvinvointia aivan erilaisesta näkökulmasta, kuin Weinstein (2018). Best ym. (2014) tarkastelee hyvinvointia ja sosiaalista mediaa systemaattisen narratiivisen arvion kautta. He ovat tutkimuksessaan tarkastelleet 43 aiempaa tutkimusta liittyen nuorien henkiseen hyvinvointiin ja sosiaaliseen mediaan. Tutkimuksen tulokset osoittivat, että sosiaalisen median vaikutus nuorten henkiseen hyvinvointiin oli moninainen. Tutkimukset eivät ole siis selkeästi selvittäneet, millainen suhde sosiaalisella medially ja henkisellä hyvinvoinnilla on. Keskustelua sosiaalisen median vaikutuksista nuorten henkiseen hyvinvointiin käydään paljon, mutta tulokset ovat ristiriitaisia. (Best ym. 2014, 31.) Tutkimus on hyvä osoitus siitä, että tutkimusten teosta huolimatta sosiaalisen

median käytön ja hyvinvoinnin yhteydelle ei ole saatu selkeää vastausta ja keskustelua asiasta käydään yhä.

Kross ym. (2013) on sen sijaan tutkinut sitä, vaikuttaako Facebookin käyttö subjektiiviseen hyvinvointiin ajan myötä. Tutkimus tarkastelee hyvinvointia siis nimenomaan omien henkilökohtaisen kokemusten kautta. Tutkimus tarkastelee sitä, kuinka Facebookin käyttö vaikuttaa subjektiiviseen hyvinvointiin eli kuinka tutkimushenkilöt voivat eri hetkinä kahden viikon ajan ja kuinka tyytyväisiä he ovat elämäänsä. Tutkimusten tulosten mukaan, mitä enemmän Facebookia ihmiset käyttivät, sitä huonommin he seuraavalla kerralla voivat. Facebook ei siis ainakaan kyseisen tutkimuksen mukaan lisää hyvinvointia vaan pikemminkin Facebookin käyttö heikentää henkilöiden kokemaa hyvinvointia. Tulosten mukaan Facebookin käyttö ei ole hyväksi hyvinvoinnin kannalta. (Kross ym. 2013.)

O'Reilly ym. (2018) on lähestynyt sosiaalisen median ja hyvinvoinnin teemaa myös nuorten omasta näkökulmasta käsin. Nuorten itse kokemasta tiedosta liittyen sosiaaliseen mediaan ja hyvinvointiin on pulaa, minkä takia tutkimus lähtee tarkastelemaan hyvinvointia nuorien omien hyvinvointikokemusten kautta. Tutkimuksessa kartoitettiin esimerkiksi nuorten tietoutta henkisestä hyvinvoinnista ja omista kokemuksista liittyen siihen. Lisäksi tutkijat olivat kiinnostuneita nuorten sosiaalisen median käytön määrästä ja sovelluksista, joita he käyttävät. (O'Reilly ym. 2018, 603.) Nuoret kokivat tutkimuksen mukaan sosiaalisen median riskinä heidän henkiselle hyvinvoinnilleen. Nuorten mukaan sosiaalinen media voi aiheuttaa esimerkiksi stressiä, alentunutta itsetuntoa ja kiusaamista. Sosiaalisen median koettiin olevan myös addiktoiva. Kyseisen tutkimuksen mukaan sosiaalinen media aiheuttaa nuorille enemmän pahoinvointia kuin hyvinvointia heidän omien kokemustensa mukaan. (O'Reilly 2018, 604-610.)

Primack ym.(2017) on tutkinut nuorten sosiaalisen median käyttöä ja sen yhteyttä sosiaaliseen eristäytymiseen. Kyseisessä tutkimuksessa tutkimusaineisto kerättiin osallistujilta ja osallistujat vastasivat kyselyyn, jossa kartoitettiin sosiaalisen median käyttöä sekä koettua sosiaalista eriytyneisyyttä. Kyseessä on vastaajien kokema eristyneisyys, eikä objektiivinen aineisto. Tulosten mukaan sosiaalisen median suuri käyttö on yhteydessä sosiaaliseen eristäytymiseen. Henkilöt, jotka käyttivät eniten sosiaalista mediaa, kokivat myös eniten sosiaalista eristyneisyyttä.

Hyvinvointia ja sosiaalista mediaa voidaan tutkia siis todella monella eri tapaa ja monista lähtökohdista käsin, kuten jo muutaman edellä esitetyn tutkimuksen perusteella tuli ilmi. Kyseisten tutkimusten tulosten perusteella sosiaalinen media voi olla yhteydessä hyvinvointiimme sekä positiivisella, että negatiivisella tavalla. Tutkimusten perusteella sosiaalisella mediallyllä vaikuttaa olevan monenlainen yhteys hyvinvointiin niin hyvässä kuin huonossakin suhteessa. Hyvinvoinnin ja sosiaalisen median suhdetta on tärkeä tutkia vielä lisää, koska selkeästi niiden välisestä suhteesta ollaan montaa eri mieltä. Tärkeää on myös tutkia teemaa monenlaisista näkökulmista, koska kattava kuva hyvinvoinnista edellyttää tutkimista monesta eri näkökulmasta esimerkiksi niin, että yhdistää sosio-ekonomiset mittarit omiin kokemuksiin hyvinvoinnista (Vaarama, Moisio & Karvonen 2010, 14).

Tässä tutkimuksessa päädyin valitsemaan hyvinvoinnin näkökulmaksi oman henkilökohtaisen tai kuvitellun kokemuksen ja sitä kautta saadun tiedon. Tarkastelen siis hyvinvointia henkilöiden henkilökohtaisten tai kuviteltujen kokemusten kautta. Subjektii-
vinen hyvinvointi onkin yksi tutkituimmista aihealueista käyttäytymistieteissä (Kross ym. 2013, 1). Koen, että omat kokemukset hyvinvoinnista antavat tällaista teemaa tutkiessa kaikkein parhaimman näkökulman aiheen tutkimiseen.

3 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tarkoituksena on tutkia sosiaalisen median ja hyvinvoinnin välistä yhteyttä sosiaalista mediaa käyttävien nuorten aikuisten näkökulmasta. Miten nuoret mieltävät sosiaalisen median vaikutuksen oman hyvinvointinsa kannalta? Millaisena yhteys heidän mielestään näyttää niin positiivisesta kuin negatiivisestakin näkökulmasta katsottuna? Tarkoituksena on siis saada nuorten oma kokemus ja näkemys esille ja kuulla heidän subjektiivisia arvioitaan sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteyksistä.

Tutkimuskysymyksinä toimivat seuraavanlaiset tutkimuskysymykset:

Miten sosiaalisen median ja hyvinvoinnin tunteen yhteys näyttää opiskelijoiden kertomuksissa?

Asetetaan seuraavat tarkentavat kysymykset

- 1) Mitä myönteisiä piirteitä opiskelijat nimeävät?
- 2) Mitä kielteisiä piirteitä opiskelijat nimeävät?

4 Tutkimuksen toteutus

4.1 Tutkimusote

Valitsin tutkimuksen lähestymistavaksi narratiivisen tutkimusotteen. Narratiivinen tutkimusote perustuu ajatukseen siitä, että kertomuksellisuus kuuluu olennaisesti ihmisyyteen ja ihminen kertoo asioista koko ajan (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2016b). Myös Heikkisen (2015, 156) mukaan kertomuksellisuus nähdään ihmisille tyypillisenä tapana hahmottaa todellisuutta ja muodostaa tietoa ympärillä olevasta maailmasta. Kertomukset ovat siis osa ihmisten elämää ja kuuluvat siihen olennaisesti.

Käsitykset tiedosta ja sen hankinnasta eivät aina ole olleet samanlaisia. Narratiivisen käänteen myötä käsitykset tiedosta ovat muuttuneet. (Heikkinen 2015, 156). Loogisen ajattelun lisäksi voidaan erottaa ajattelutapa, joka perustuu konstruktivistiseen käsitykseen tiedosta ja tietämisestä. Ei ole olemassa siis vain loogista tai induktiivisista käsitystä tiedosta. (Bruner, 1987; Heikkinen 2015, 156.) Looginen ajattelutapa ei ole ainoa vaan tietoa voidaan hankkia ja muodostaa myös muullakin tavalla.

Narratiivinen tutkimusote perustuu konstruktivistiseen käsitykseen tiedosta. Brunerin (1987, 691) mukaan konstruktivistinen näkemys on näkemys, jonka keskeisenä näkökulmana ihminen rakentaa maailmaa mielessään. Ihminen näin ollen rakentaa tietonsa aikaisempien tietojensa ja kokemustensa varaan (Heikkinen 2015, 157). Ihminen rakentaa tietoa koko ajan mielessään. Sosiaalinen todellisuus rakentuu näin ollen eri tavoin, kuin luonnontieteellinen, joten on myös tärkeää ottaa kertomusten kautta muodostuva tieto tieteelliseksi lähestymistavaksi. Todellisuutta on hyvä lähteä lähestymään myös muutenkin, kuin vain väitelauseiden avulla. (Heikkinen 2015, 157.)

Valitsin tutkimusotteeksi narratiivisen tutkimuksen, koska olen kiinnostunut nuorten omista ajatuksista ja kokemuksista. Tavoitteeni on saada heidän äänensä kuuluviin. Narratiivinen tutkimusote vaikutti antavan hyvän mahdollisuuden vastata tähän tavoitteeseen. Ihmisen toiminnan ja ymmärryksen tutkimiseen sopii myös luontaisesti kerronnallinen tutkimus (Heikkinen 2015, 149). Ihmisen toiminta rakentuu tässä tutkimuksessa

henkilöiden kertomiin tarinoihin ja ne heijastavat ilmiön laajempaa merkitystä. Kertomuksia on näin ollen tärkeä tutkia.

4.2 Tutkimuksen kohde

Valitsin tutkimuksen kohteeksi korkeakouluopiskelijat ja heiltä eläytymismenetelmällä kerätyt tarinat. Valitsin tutkimuksen kohteeksi nimenomaan korkeakouluopiskelijat, koska koen, että heillä on tarpeeksi kokemusta tutkittavasta ilmiöstä ja he todennäköisesti pystyvät tarkastelemaan aihetta monista eri näkökulmista käsin. Korkeakouluopiskelijat ovat myös henkilöitä, jotka suurella todennäköisyydellä käyttävät sosiaalista mediaa. Esimerkiksi Suomen virallisen tilaston (2018) mukaan 25-34-vuotiaista 87% oli seurannut yhteisöpalvelua 3kk aikana. Tätä nuoremista osuus oli vieläkin korkeampi. Suurin osa nuorista käyttää sosiaalista mediaa eli he sopivat hyvin tutkimukseen. Tutkimushenkilöt ovat myös lähellä itseäni iän ja opiskelun suhteen. Pääsen pureutumaan heidän ajatuksiinsa hyvin, kun ryhmä on lähellä itseäni.

Tutkimuskohteeksi valikoitui 59 korkeakouluopiskelijaa ja heidän kirjoittamansa eläytymistarinat. Suurin osa heistä oli ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoita. Mukana oli myös muutamia avoimen yliopiston opiskelijoita. Kuvaan aineistonkeruuta tarkemmin seuraavassa luvussa.

Halusin pitää tutkimukseen osallistumisen kynnyksen matalana, joten en kerännyt vastaajilta mitään taustatietoja. Tässä tutkimuksessa taustatiedoilla ei ole merkitystä, koska tutkimus perustuu opiskelijoiden kuvitteellisiin tai omiin kokemuksiin perustuviin kertomuksiin, eikä henkilöihin itseensä. Eskolan ja Nikannon (2018, 391) mukaan eläytymismenetelmäaineistot ovat usein nimettömiä ja pelkistettyjä. Näin toimin myös tässä tutkimuksessa. Tutkimuskysymysten kannalta pelkistetyt aineistot ilman taustatietoja sopivat hyvin, enkä tarvitse taustatietoja mihinkään. Taustatiedot eivät ole oleellisia, koska kertomukset voivat olla myös kuvitteellisia.

4.3 Tutkimusaineiston hankinta

Keräsin tutkimusaineiston korkeakouluopiskelijoilta syksyllä 2019 eläytymismenetelmän avulla. Eläytymismenetelmässä vastaajat kirjottavat kertomuksen tutkijan antaman orientaation eli kehyskertomuksen perusteella. Yleensä kehyskertomuksia luodaan vähintään kaksi erilaista. (Eskola, Mäenpää, Wallin 2017,6.) Toimin näin myös tässä tutkimuksessa ja loin kaksi erilaista kehyskertomusta, joista vastaajat saivat valita mieleisensä kertomuksen, johon vastata.

Kehyskertomukset kuuluivat näin:

- A) Kuura avaa sosiaalisen median tilin ja viettää sosiaalisessa mediassa hetken aikaa. Pienen hetken päästä Kuura kokee olevansa onnellinen ja iloinen. Kuvittele mitä ja millaisia asioita Kuura on sosiaalisen median kautta kokenut, että hänen mielialansa on yhtäkkiä noussut.
- B) Kuura avaa sosiaalisen median tilin ja viettää sosiaalisessa mediassa hetken aikaa. Pienen hetken päästä Kuura kokee olevansa surullinen ja ärtynyt. Kuvittele mitä ja millaisia asioita Kuura on sosiaalisen median kautta kokenut, että hänen mielialansa on yhtäkkiä laskenut.

Luomistani kehyskertomuksista voi huomata, että kyseessä on sama tarina, jossa on kaksi variaatiota. Eläytymismenetelmän keskeisin idea onkin se, että kehyskertomusta varioidaan (Eskola ym. 2017, 269). Luomissani kehyskertomuksissa muuttujana toimii tunne, ensimmäisessä kertomuksessa koetaan iloa ja toisessa surua. Usein kehyskertomuksien variaatioista löytyy kielteinen ja myönteinen näkökulma (Eskola & Nikanto 2018, 388). Niin toimin tässäkin tutkimuksessa, ensimmäisestä kertomuksesta voi puhua positiivisena ja toisesta negatiivisena.

Kehyskertomusta luodessa on tärkeä pohtia sitä, millaisia mielikuvia kertomusten persoonamuodot antavat (Eskola ym. 2017, 273-274). Päädyin tässä tutkimuksessa antamaan tarinan päähenkilölle nimen ja pyysin vastaajia kertomaan tarinaa kuvitteellisen

henkilön näkökulmasta. Koin sen antavan vastaajille enemmän tilaa miettiä tilannetta myös muusta, kuin oman itsen näkökulmasta. Vastaaja pystyy näin laajentamaan ajatusmaailmaansa muuallekin kuin itsen ja kuvittelemaan juuri tämän henkilön näköisen tarinan.

Nimeä miettiessäni pohdin sitä, millaisen mielikuvan nimi antaa. Päätin antaa päähenkilölle nimeksi Kuura. Pyrin siihen, ettei nimi johdattelisi kirjoittamaan tarinaa vaan tietystä näkökulmasta, vaan antoi vastaajille mahdollisimman laajan näkökulman. Eskolan ym. (2017, 274) mukaan yksi eläytymismenetelmän trendeistä on ollut viime vuonna sukupuolineutraalien nimien käyttäminen. Neutraali nimi jättää tilaa vastaajan mielikuvitukselle, johon itsekin Kuura nimeä käyttämällä pyrin.

Kävin keräämässä tutkimuksen aineiston yhdellä Lapin yliopiston suurella ensimmäisen vuosikurssin luennolla, johon sain luvan mennä keräämään aineistoa. Minulle annettiin noin 15 minuuttia aikaa luennon alusta perehdyttää opiskelijat aiheeseen, sekä sen jälkeen kerätä tutkimusaineisto. Kyseessä oli ensimmäisen vuosikurssin luento, joten suurin osa opiskelijoista oli vasta hetki sitten aloittanut opinnot. Samalla luennolla oli myös mukana opiskelijoita avoimen yliopiston kautta. Luento oli mahdollista kuunnella joko paikan päällä tai etäyhteyksin. Paikalla oli yhteensä 102 opiskelijaa, joista 69 fyysisesti läsnä ja 33 paikalla etäyhteyden välityksellä.

Perehdytin opiskelijat ensin aiheeseen ja kerroin että vastaaminen on vapaaehtoista sekä anonymia. Kerroin myös vastaamisen olevan helppoa ja vievän aikaa vain noin 10 minuuttia. Moni opiskelija osallistuikin tutkimukseen vastausprosentin ollessa 57%. Ohjeistus ja kehyskertomukset olivat selkeästi merkittynä dioihin, jotka näkyivät isolla ruudulla luokan etuosassa sekä sähköisesti etänä olevilla.

Tutkimushenkilöillä oli mahdollisuus vastata tarinaan joko sähköisesti tai perinteisesti paperia ja kynää käyttäen. Sähköistä kyselyä varten loin Googleforms työkalua käyttäen sähköisen linkin, jonka takaa löytyi tutkimuksen esittely sekä mahdollisuus osallistua tutkimukseen eli kirjoittaa kertomus jommastakummasta vaihtoehdosta. Sähköinen versio löytyy liitteistä. Perehdytyksen jälkeen annoin vastaajille mahdollisuuden valita joko sähköinen vastaaminen tai paperilla vastaaminen. Annoin vastaajille noin 10 minuuttia hiljaista ja rauhallista aikaa kirjoittaa tarina. Vastaajilla, jotka vastasivat paperiversiona, oli myös mahdollisuus palauttaa kertomus luennon jälkeen luennoitsijalle,

joka toimitti tarinat minulle luennon jälkeen. Melkein kaikki saivat kertomuksen valmiiksi annetun aikarajan puitteissa.

Mahdollisuus vastata tutkimukseen sekä sähköisesti, että paperiversiona oli harkittu päätös. Luennolla oli mukana paikan päällä olevien opiskelijoiden lisäksi etäyhteyksin olevia opiskelijoita, joille sähköinen vastaaminen oli ainoa vaihtoehto. Fyysisesti paikan päällä olleet saivat valita itse mitä menetelmää halusivat käyttää. Joillakin opiskelijoilla oli koneet mukana, joilla vastasivat. Jaoin myös halukkaille paperia, johon he saivat kirjoittaa kertomuksen.

Eläytymistarinan kirjoitti lopulta 59 henkilöä. Tarinoita tutkimukseen valikoitui kuitenkin 61, koska kahdessa käsin kirjoitetussa paperissa oli vastattu sekä positiiviseen, että negatiiviseen tarinaan. Paperiversio oli hiukan suositumpi tapa vastata, paperia käytti vastaamiseen 37 opiskelijaa ja sähköisesti tutkimukseen vastasi 22 opiskelijaa. Paperiversio näytti pitävän suosionsa ja se koettiin mielekkäänä tapana. Eskolan, Nikannon ja Wallinin (2018, 10) mukaan sähköiset tavat kerätä aineistoa tulevat yleistymään. Tässä tutkimuksessa ei näkynyt merkkejä siitä, koska monet olivat kiinnostuneita kirjoittamaan tarinan käsin. Kuitenkin osa aineistosta kerättiin sähköisesti, koska se oli ainoa vaihtoehto saada myös etäyhteydellä olevat mukaan tutkimukseen.

Tutkimushenkilöt saivat valita haluavatko he kirjoittaa tarinan positiivisesta tai negatiivisesta näkökulmasta. Lopulta tarinat jakautuivat todella tasaisesti negatiivisen ja positiivisen kehyskertomuksen välillä. Tarinoista 27 käsittelee aihetta positiivisen kehyskertomuksen kautta ja 34 negatiivisen kehyskertomuksen kautta.

Pituudeltaan tarinat olivat suhteellisen lyhyitä. Osa tutkimushenkilöistä oli kuvaillut ja kertonut tarinan todella yksityiskohtaisesti ja pitkästi, kun taas lyhyimmät vastaukset olivat vain muutaman rivin tai lauseen mittaisia. Sähköisten ja paperiversioiden pituus ei eronnut merkittävästi, molemmista kategorioista löytyi sekä pidempiä että lyhyempiä kertomuksia. Eskolan, Nikannon & Virtasen (2018, 10) mukaan sähköiset vastaukset ovat usein käsinkirjoitettuja pidempiä, mutta tämä ei kuitenkaan näkynyt tässä aineistossa. Myöskään negatiivisten ja positiivisten tarinoiden pituus ei eronnut merkittävästi toisistaan, tosin negatiiviset tarinat olivat hiukan pidempiä kuin positiiviset tarinat.

Suurin osa tarinoista on kirjoitettu ja aloitettu ”Kuura tekee...”. Monista tarinoista löytyy myös aloitus: ”Hän tekee...”. Tarinat ovat siis kirjoitettu kuvaten, mitä kyseinen henkilö tekee. Osa tarinoista on kirjoitettu muotoon mitä Kuura saattaisi tehdä, tarinan kirjoittaja on siis kirjoittanut tarinan ”isi” muodossa eli konditionaalissa. Kirjoittaja on myös voinut laittaa tarinaan, mitä vaihtoehtoja henkilö saattaisi nähdä. Muutamassa tarinassa oli kirjoitettu pelkästään luettelo asioista, joita Kuura on voinut kokea.

Tarinoista huomaa, että osa vastaajista on käyttänyt enemmän mielikuvitusta ja pohtinut asiaa syvällisemmin. Osa tarinoista sisälsi vain pintapuolista luettelointia ilman sen suurempaa mielikuvituksen käyttämistä. Toiset tarinat sisälsivät sen sijaan todella monipuolista pohdintaa ja niissä oli käytetty vaivaa.

Kehyskertomuksessa ei ollut määrätty sitä, mitä sosiaalisen median sovellusta kertomus koskee. Monet tarinat käsittelivät aihetta mainitsematta sosiaalisen median sovelluksia nimeltä. Tällaiset tarinat käsittelivät aihetta yleisellä tasolla. Tarinoiden joukosta löytyi myös monia tarinoita, jotka kohdensivat kertomuksen nimenomaan tiettyyn sovellukseen tai sivustoon ja sen käyttöön. Tarinoissa mainittiin monta kertaa esimerkiksi Facebook, Instagram ja Snapchat. Tällaisissa tarinoissa kertomuksen voitiin nähdä linkittyvän juuri kyseisen sovelluksen toimintaperiaatteisiin.

4.4 Aineiston analyysi

Valitsin tutkimuksen analyysitavaksi narratiivien analyysin ja nimenomaan kategorisen sisältöön kohdistuvan analyysitavan. Narratiivien analyysissa aineisto voi olla yksinkertaisesti määriteltynä mitä tahansa kerrontaan perustuvaa aineistoa, joka voi olla suullista tai kirjallista (Heikkinen 2015, 159; Hänninen 2015, 171) Keräämäni aineisto on itsessään kertomuksia, joten narratiivien analyysi sopii hyvin kyseisen aineiston analyysitavaksi.

Eläytymismenetelmäaineistoa lähestytään yleensä aineistolähtöisesti (Eskola ym. 2017, 287-288) ja aineistoon voi soveltaa useampaakin analyysitapaa. Tässä tutkimuksessa analysoin aineistoa nimenomaan aineistolähtöisesti ilman teoriapohjaa. Aineistolähtöisessä tutkimuksessa pääpaino on aineistossa eli rakennan teorian aineisto lähtökohtana

esimerkiksi ilman mitään ennalta määrättyjä analyysiyksiköitä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2016a). Aikaisemmalla tiedolla, teorialla tai havainnolla ei pitäisi aineistolähtöisessä analyysissä olla mitään tekemistä analyysin toteuttamisen kanssa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 108). Analysoidessani aineistoa pyrin juuri tähän. En käyttänyt aiempaa teoriaa tai tietotaustaani analyysiyksiköitä rakentamaan, vaan rakensin ne sillä tavalla, kuin ne aineistossa esiintyivät.

Narratiivien analyysissä kyse on siitä, että aineistoa luokitellaan ja jäsennetään erilaisiin kategorioihin (Heikkinen 2015, 161). Aineistoa analysoidessa luokittelin ja jäsentelin tarinoita erilaisiin kategorioihin ja sen jälkeen tarkempiin teemoihin. Luokittelin tarinoita niin, että yksi tarina saattoi sisältää useita erilaisia kategorioita. Monet tarinat olivat sen verran pitkiä, että ne sisälsivät piirteitä monista eri luokittelemastani kategoriasta tai teemasta.

Narratiivien analyysissä on paljon yhtymäkohtia aineistolähtöiseen sisällönanalyysiin. Molemmissa aineistoa luokitellaan ja kategorisoidaan erilaisiin ryhmiin tai teemoihin. Lopulta ero niiden välillä on yllättävän pieni. Voisi siis sanoa, että olen tutkimuksessa käyttänyt myös aineistolähtöistä sisällönanalyysia, koska ero narratiivien analyysin ja sisällönanalyysin välillä on yllättävän pieni.

Aineiston analyysi alkoi sillä, että litteroin keräämäni kertomukset sähköiseksi ja yhdeksi tiedostoksi. Numeroin kaikki kertomukset sekä paperilla, että sähköisesti. Erottelin kertomukset sekä kertomuksen (A tai B) että kirjoitustavan (sähköinen tai paperiversio) mukaan. Sähköisen version käsittely on helpompaa ja se mahdollistaa esimerkiksi ryhmittelyn helpommin (Eskola, Nikanto & Wallin 2018, 392). Juuri siksi halusin saada aineiston käsiini samaan tiedostoon, jotta sen lukeminen ja käsittely olisi helpompaa.

Luin aineiston ensin läpi muutaman kerran saadakseni yleiskäsityksen tarinoista. En vielä tässä vaiheessa miettinyt aineistoa analyysimielessä, vaan halusin saada mahdollisimman selkeän yleiskuvan kertomuksista. Vasta sen jälkeen aloitin varsinaisen analysoinnin. Eskolan ym. (2017,287) mukaan aineistoon onkin syytä yleensä tutustua ennen analyysitavan valintaa. Aineistoa lukemalla sain hyvän yleiskuvan aineistosta ja siitä, mitä kaikkea se piti sisällään.

Analysoin kertomuksia käyttämällä Word-ohjelman eri värisiä alleviivauksia ja ylivii-
vauksia. Värjäsin ja kirjasin jokaisen tarinan kohdalle mitä tarina käsittelee eli jokainen
tarina analysoitiin itsenäisenä ennen kuin katsottiin kokonaiskuvaa. Yksittäinen tarina
saattoi sisältää tässä vaiheessa useita eri värejä ja koodeja. En siis pelkistänyt tarinaa
koskemaan vain yhtä teemaa tai koodia, koska tarinat olivat sen verran pitkiä, että ne
sisälsivät useita eri osatekijöitä ja koodeja. Eskolan ym. (2017, 289) mukaan sisällön
hahmottamisessa voi auttaa esimerkiksi erilaisten värien käyttö. Itseä helpotti analyysin
teossa juurikin värien käyttö. Värien avulla hahmotin selkeästi mihin teemaan mikäkin
osa tarinoista kuului.

Aloitin analysoimalla ensin positiiviset kertomukset ja sitten negatiiviset kertomukset.
Näin sain hyvän käsityksen ensin myönteisistä ja sitten kielteisistä kertomuksista, eivät-
kä ne sekoittuneet keskenään vielä tässä analysointivaiheessa. Kertomukset olivat kui-
tenkin erilaisia sisällöltään, joten niiden yhdistäminen heti olisi ollut hankalaa, minkä
takia analysoin positiiviset ja negatiiviset kertomukset erikseen.

Tein myös käsitekarttoja selventämään millaisia teemoja aineistosta on löytynyt. Ne
helpottivat kokonaiskuvan ymmärtämistä. Kirjasin käsitekarttoihin positiiviset ja nega-
tiiviset tarinat sekä niiden väliset yhteydet kaikki erikseen. Näin sain hyvän kuvan, mitä
kaikkea positiiviset ja mitä negatiiviset tarinat sisälsivät sekä pystyin peilaamaan niitä
myös toisiinsa.

Lopulta muodostin tarinoista erilaisia teemoja positiivisista ja negatiivisista tarinoista
erikseen. Teemat muodostuivat aineistolähtöisesti ilman mitään teoriaa. Ne muodostui-
vat aineistosta selkeästi esimerkiksi samankaltaisuuksien kautta. Aineistosta muodostui
yhteensä yhdeksän kappaletta erilaisia teemoja, viisi positiivista ja neljä negatiivista.
Teemojen luomisen jälkeen analysoin teemoja yksi kerrallaan ja pohdin kyseisten tee-
mojen tarinoiden yhtäläisyyksiä vielä tarkemmin.

Lopuksi yhdistin analysoimani positiiviset ja negatiiviset tarinat. Aineistoa tarpeeksi
käsitellessä huomasin, että aineistosta alkoi muodostua selkeitä vastakohtia kielteisten
ja myönteisten tarinoiden välille. Päätin muodostaa vastinpareista taulukon. Sain siis
aineistosta luotua teoriaa.

Pyrin aineiston analyysin kautta etsimään vastauksia omiin tutkimuskysymyksiini, joka onkin yksi analysoinnin keskeisistä tehtävistä. Teemat voivat hahmottaa sitä kautta tai toisaalta aineistosta voi löytyä jotakin uutta ja mielenkiintoista. (Eskola ym. 288.) Aineistoa analysoidessa huomasin teemojen muodostuvan osittain tutkimuskysymysten kautta, minkä lisäksi sain aineistosta paljon mielenkiintoisia ja uusia näkökulmia. Esimerkiksi positiivisten ja negatiivisten teemojen analysoiminen yhdessä toi paljon uutta tietoa, millaista en ensin oletanut niiden tuovan mukanaan.

4.5 Luotettavuus ja eettisyys

Aina tutkimusta tehtäessä tutkijan tulee ottaa luotettavuus sekä eettisyys huomioon jokaisessa tutkimuksenteon vaiheessa. On tärkeää, että tutkimus on toteutettu tiettyjä eettisiä ja luotettavia tapoja noudattaen. Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK) on luonut hyvän tieteellisen käytännön ohjeistuksen. Ohjeistus käsittelee esimerkiksi tutkimusetiikkaa. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2012.)

Eläytymismenetelmän on sanottu olevan eettinen aineistonkeruutapa. Eläytymismenetelmä on kehitetty vastaamaan tiedonhankinnan eettisiin ongelmiin. Eskola ym. (2017, 267). Tässä tutkimuksessa esimerkiksi kaikki vastaajat pysyivät täysin anonyymeina koko tutkimusprosessin ajan. En kerännyt vastaajilta minkäänlaisia taustatietoja, en sukupuolta, en ikää, en mitään. Ajattelin, että niillä ei ole tutkimusten tulosten kannalta merkitystä. Tutkimukseen vastanneet henkilöt voivat siis olla varmoja siitä, että tarinoita ei voida yhdistää heihin.

Kyseessä oli kuvitelma, eli senkään puolesta vastaajien ei tarvinnut paljastaa yhtään mitään itsestään. Pyysin heitä vain kuvailemaan tilannetta. Toki kuvitteellisissakin tarinoissa näkyy yhteys henkilöön itseän ja tässä tapauksessa tarinat saivat olla kuviteltuja tai perustua omaan elämään. Tarinat olivat kuitenkin sellaisia, että niistä ei pysty millään tavalla yhdistämään aitoja henkilöitä tarinoihin.

Keräsin vastaukset sekä paperisina, että sähköisinä. Sähköisen keruun suoritin niin, että jaoin vastaajille sähköisen linkin. Tämä tapa on eettinen ja luotettava. Toisin, kuin esimerkiksi sähköposti, ei kyseinen tapa kerro kuka on vastauksen lähettänyt. Käyttämäni Googleforms työkalu kertoi vain tarinoihin vastanneiden määrän, ei muuta. Eli vastauk-

set pysyivät anonyymeina. Myös paperiset vastaukset pysyivät anonyymeina, koska keräsin kertomukset vastaajilta väärin päin. En pystynyt näin yhdistämään tarinaa ja henkilöitä toisiinsa.

Tutkimuksen kohteena olivat yliopisto-opiskelijat ja heidän eläytymistarinansa, eli kaikki vastaajat ovat yli 18-vuotiaita. Näin ollen heiltä riittää oma suostumus tutkimukseen. Aineistonkeruun yhteydessä annoin henkilöille mahdollisuuden vastata tai olla vastaamatta tutkimukseeni eli kaikki vastaajat olivat omasta tahdostaan mukana. Ilmoitin heille, että tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista.

Luotettavuuden näkökulmasta on hyvä miettiä sitä, onko eri tavoin kerätyt kertomukset tasavertaisia. Eskolan ym. (2017, 277) mukaan tarinat eivät välttämättä ole kirjoituskokemuksen erilaisuuden vuoksi tasavertaisia. Kirjoitustavat eroavat esimerkiksi siinä, että sähköistä kertomusta voi muokata eri tavoin kuin paperista. Tarinat saattavat täten erota hiukan toisistaan. Tässä tutkimuksessa paperiset ja sähköiset kertomukset näyttäytyivät olevan vertailukelpoisia, eikä niissä näkyneet olevan sen suurempaa erilaisuutta paperisten ja sähköisten tarinoiden välillä.

Kyseessä on suhteellisen suuri laadullinen aineisto (61 tarinaa). Myös positiivisten ja negatiivisten tarinoiden suhde on suhteellisen suuri ja tasainen (positiivisia tarinoita 27, negatiivisia 34). Tarinoita voi siis helposti vertailla keskenään ja ne ovat vertailukelpoisia. Yleensä eläytymismenetelmäaineistoa riittää jo vähemmänkin kertomuksia ja jo sillä saa luotettavaa tulosta. Esimerkiksi Eskola ym. (2017, 285) mainitsee eläytymismenetelmäaineistoihin liittyvän saturaatioperiaatteen eli riittävä määrä aineistoa alkaa tuottaa samanlaista tulosta. Hänen mukaansa kriteerinä voi pitää 15-25 vastausta yhtä kehyskertomuksen variaatiota kohden. Tämän tutkimuksen aineistoa voi täten pitää luotettavana määrän suhteen.

Usein eläytymismenetelmässä vastaajille annetaan valmiiksi tarinasta vain toinen, johon he vastaavat. Vastaajat eivät tällöin näe toista versiota kehyskertomuksesta. Tässä tutkimuksessa vastaajat näkivät molemmat variaatiot ja saivat valita niistä toisen. Se tietenkin vaikuttaa jonkin verran tuloksiin. Jos henkilöille olisi jaettu vain toinen versio, eikä hän olisi nähnyt toista versiota, olisi tulokset saattaneet erota jonkin verran toisistaan. Oli kiinnostavaa huomata, että vaikka vastaajat saivat valita vain toisen tarinan, oli positiivisten ja negatiivisten tarinoiden suhde silti todella tasainen. (positiivisia kerto-

muksia 27 ja negatiivisia kertomuksia 34). Tällä tavalla aineistoa hankkiessa yksi vaaranpaikka oli se, että vastaajat olisivat vastanneet vain toiseen kertomukseen ja toinen olisi jäänyt vastaamatta. Näin ei onneksi käynyt ja sain kerättyä tasaisen vastausjoukon.

Luotettavuutta eläytymismenetelmässä lisää se, että vastaajat saavat itse ajatella ja punnita vastauksiaan. Esimerkiksi Likert-asteikkoa käytettäessä vastaajat saattavat valita saman vaihtoehdon, vaikka heidän käsityksensä eivät olisi yhtään samanlaisia. Eskola ym. (2017, 267.) Eläytymismenetelmää käytettäessä vastaajien käsitykset eivät siis samalla tavalla mene yhteen, vaan vastauksista saa eri tavalla asioita irti, kuin esimerkiksi pelkkä Likert-asteikolla kerätty aineisto.

Kyseessä on narratiivinen lähestymistapa ja narratiivinen aineisto, niin tutkimuksen luotettavuudesta voidaan kuitenkin olla montaa mieltä. Lähestymistapa perustuu kerrokselliseen ja konstruktiiiviseen lähestymistapaan. Tutkija on siis myös itsekin osana tutkimusta, eikä häntä pysty erottamaan erilliseksi olennoksi. Hänen tulkintansa syntyy vuorovaikutuksessa tutkimuksen kohteen kanssa. (Heikkinen 2015, 163-164.) Tutkija ei siis ole erillään tutkimuksesta, vaan hänen oma tulkintansa vaikuttaa aineiston tulkintaan väistämättä.

Narratiivista tutkimusta ei pysty arvioimaan samoilla luotettavuustekijöillä, kuin perinteistä tutkimusta, koska lähestymistapa on tulkinnallinen. Esimerkiksi perinteiset validiteetin ja reliabiliteetin käsitteet eivät riitä arvioimaan luotettavuutta narratiivisessa tutkimuksessa. (Heikkinen 2017, 163.) Vastauksena tähän ongelmaan Heikkinen (2017, 164-165) on luonut viisi luotettavuuskäsitettä varmistamaan laatua narratiivisessa tutkimuksessa 1) Historiallisen jatkuvuuden periaate 2) Refleksiivisyyden periaate 3) Dialektisuuden periaate 4) Toimivuuden periaate sekä 5) Havahduttavuuden periaate. Tässä tutkimuksessa olenkin pyrskinyt ottamaan kyseiset luotettavuuskriteerit huomioon mahdollisimman hyvin.

Myös Tuomi & Sarajärvi (2018, 109) ovat pohtineet sitä, voiko tutkija kontrolloida aineistolähtöisessä analyysissä sitä, että analyysi tapahtuu aineiston ehdoilla eikä tutkijan ennakkoluulojen kautta (Tuomi & Sarajärvi 2018,109). Täysin aineistolähtöistä tutkimusta voi olla vaikea saada, koska tutkija on osa tutkimusta ja hänen oma tulkintansa vaikuttaa tutkimukseen, mutta tutkijan tulee myös itse kiinnittää huomiota siihen, ettei-

vät omat ennakkoluulot vaikuta aineiston analysoimiseen. Aineistoa analysoidessa pyrin siihen, etteivät omat ennakkoluuloni vaikuttaisi tutkimuksen tuloksiin.

5 Tutkimustulokset

Ensin käsittelen hyvinvoinnin kannalta myönteisiä kokemuksia sosiaalisessa mediassa. Sen jälkeen käsittelen hyvinvoinnin kannalta kielteisiä kokemuksia sosiaalisessa mediassa. Lopuksi käsittelen myönteisiä sekä kielteisiä kokemuksia yhdessä ja muodostan niistä yhteenvedon.

5.1 Hyvinvoinnin kannalta myönteiset kokemukset sosiaalisessa mediassa

Hyvinvoinnin kannalta myönteiset kokemukset jakautuivat tarinoissa selkeästi viiteen eri teemaan: 1) muilta käyttäjiltä saatu myönteinen palaute sisältäen positiivisen kommentoinnin ja tykkäykset, 2) henkilökohtaiset viestit, 3) hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt, 4) ilo toisen puolesta ja 5) yhteenkuuluvuuden tunne. Teemoista ehdottomasti eniten mainittu myönteinen kokemus oli positiiviset kommentit toisilta käyttäjiltä.

5.1.1 Muilta käyttäjiltä saatu myönteinen palaute

Muilta käyttäjiltä saatu myönteinen palaute oli suurin iloa aiheuttanut tekijä positiivisissa kertomuksissa. Lasken siihen kuuluvaksi positiivisen kommentoinnin sekä saadut tykkäykset. Ehdottomasti eniten mainittu osio oli positiiviset kommentit muiden teemojen jäädessä sen varjoon.

Positiivinen kommentointi oli läsnä todella monessa tarinassa. Kertomusten positiiviset kommentit koskivat esimerkiksi vastaajien uusia kuvia tai julkaisuja. Nuoret olivat saaneet esimerkiksi kehuja omiin kuviinsa tai julkaisuihinsa. Positiivisen kommentoinnin nähtiin kertomuksissa nostattavan nuorten mielialaa jopa todella paljon. Kertomuksista huokui se, että jo pienikin kommentti voi vaikuttaa mielialaan todella suurella merkityksellä. Esimerkiksi seuraava lainaus kertoo olennaisesti sen, kuinka suuri positiivisten kommenttien voima voi joissakin tapauksissa olla. Yksi positiivinen kommentti voi nostaa koko päivän mielialan, kuten sitaatista tulee ilmi.

Jälleen uusi tykkäys! Kuura hikkaisee ja käy katsomassa kuvaa, jota on tykätty. Uusi kommentti! joku on kutsunut häntä kauniiksi ja laittanut sydämenkin. Mikä onnistunut päivä! (kertomus 14)

Kyseinen kertomus on hyvä esimerkki siitä, kuinka paljon myönteisellä ja positiivisella kommentoinnilla voi saada aikaan. Se, että kutsuu jotakin kauniiksi, on saanut kyseisessä tapauksessa henkilön mielen ja päivän muuttumaan positiiviseksi ja onnistuneeksi. Jo pienellä vaivalla toisen ihmisen koko päivän mieliala saattaa muuttua paljon paremmaksi, mitä se ennen sosiaaliseen mediaan siirtymistä on ollut.

Suurin osa teeman kertomuksista koski nimenomaan sitä, että henkilö oli itse saanut positiivisia kommentteja omiin julkaisuihinsa. Suurimman osan positiivista kommentteista kerrottiin olevan nuorten omilta ystäviltä tai läheisiltä. Joukossa oli kuitenkin myös tarinoita, joissa kommentit tuntemattomilta tai puolittuilta näyttivät aiheuttavan suurta iloa. Aina kyseessä ei ole siis pelkästään hyvä ystävä, jonka kehu piristää.

Kuura on saanut kehuja omasta ulkonäöstään ja siitä kuinka hieno kuva on. Kuvaa on kommentoinut Kuuran hyvät ystävät ja heidän lisäksi, jopa muutama ihan puoli tuttu. Tämän vuoksi Kuurasta tulee iloinen nähdessään, kuinka hän on saanut niin tsemppaavia kehuja. (kertomus 22)

Kertomuksesta 22 voi huomata sen, että kehut omasta kuvasta ja ulkonäöstä ovat tehneet vastaajan iloiseksi. Kyseinen henkilö on saanut kehuja sekä omilta ystäviltään, että myös puolittuilta. Kertomuksen perusteella kirjoittajaa jopa hiukan ihmetyttää se, että jopa puolittut ovat kommentoineet hänen kuvaansa. Voi siis ajatella, että ystävien kommentointi on yleisempää, kuin muiden. Kyseinen henkilö ei tarinan mukaan vaikuttanut odottavan niin paljoa positiivista palautetta ainakaan puolittuilta. Se on tehnyt hänet iloiseksi. Kaikenlainen positiivinen kommentointi voi siis nostaa mielialaa jopa yllättävän paljon, oli kommentit sitten ystävältä tai puolittutulta.

Joissakin tarinoissa oli otettu myös huomioon se, että kommentoimalla positiivisesti toisen henkilön kuvaan tai julkaisuun voi tuoda myös iloa itselle. Tämä näyttäytyi kui-

tenkin tarinoissa harvemmin, kuin se että itse olisi saanut positiivisia kommentteja omaan kuvaansa tai julkaisuunsa. Positiiviset kommentit omasta itsestä ja omista julkaisuista nähdään siis vaikuttavan enemmän ja vaikuttavan nopeammin hyvinvoinnin kokemiseen, kuin se, että itse kommentoi toisen kuvaan. Se että kommentoi jonkun toisen kuvaa positiivisesti voi olla yhteydessä omaan mielialaan nostavasti, mutta vielä enemmän positiivisen kommentoinnin voi nähdä olevan yhteydessä henkilöön, jonka kuvaan on kommentoitu. Esimerkiksi seuraavasta lainauksesta tulee esille se, että myös kommentoimalla itse positiivista toiselle, voi saada itselle hyvän olon.

Kuuran uusimpaan Instagram-kuvaan on tullut valtavasti kehuja. Hän on ilahdunut saamastaan positiivisesta palautteesta. Kuura on myös itse kommentoinut ystävänsä kuvaan positiivisesti, jonka vaikutuksena Kuurankin mieliala on nousut. (kertomus 19)

Kyseisen kertomuksen kirjoittaja on ilahdunut siitä, että hän on saanut positiivista palautetta omaan kuvaansa. Hänen oma mielialansa on myös noussut lisää, koska hän on kommentoinut itsekin positiivisesti ystävänsä kuvaan. Hyvän mielialan syynä voi siis nähdä olevan toisten positiiviset kommentit, esimerkiksi kehut koskien omaa itseä, mutta myös oma kommentointi jonkun toisen kuvaan. Positiivisilla kommentteilla voi näin ollen olla monenlainen vaikutus ja yhteys hyvään mielialaan. Kertomuksen perusteella kannattaa siis myös itse kommentoida positiivisesti toisten julkaisuihin, eikä vain odottaa niitä muilta. Vastavuoroisuus näyttäytyy tärkeänä erityisesti seuraavassa kertomuksessa:

Hänen omiin päivityksiin on tullut positiivisia ja kannustavia kommentteja ja hän jakaa vastaavia kommentteja myös muille. Kyse on vetovoiman laista: Se mitä ajattelet ja mitä vahvistat, se lisääntyy (kertomus 18)

Kertomuksen 18 kirjoittaja on vienyt oman ajattelunsa pitkälle. Hän tiedostaa sen, että positiivisilla kommentteilla voi olla todella suuri vaikutus niin omaan itseen, kuin toisiin henkilöihin. Hän on itse levittänyt positiivista ajattelua ja kommentointia muille, koska on saanut sitä myös itse. Hän ajattelee, että luomalla positiivista ympäristöä se myös näyttäytyy toisille. Kyseinen kertomus on hyvä esimerkki siitä, että henkilö ymmärtää sen, kuinka tärkeä merkitys myös omalla toiminnalla voi olla sekä toisten, että myös omaan mielialaan. On siis tärkeää levittää positiivista iloa myös muille.

Tarinoissa tuli myös esille se, että kommenttien kautta ihminen voi olla jopa vuorovaikutuksessa toisten kanssa ja luoda vuorovaikutussuhteen. Kommentoinnin tuoman hyvän olon lisäksi voi kokea olevansa vuorovaikutuksessa internetin välityksellä. Vastaaja voi kokea kommentoinnin kautta täten myös yhteenkuuluvuutta. Vuorovaikutus toisten ihmisten kanssa tulee esille esimerkiksi seuraavassa sitaatissa.

Kuura on nähnyt ihastuksensa kuvan ja kommentoinut siihen jotain. Hän on myös saanut vastauksen kommenttiinsa, eli täten ollut vuorovaikutuksessa ko henkilön kanssa (kertomus 8)

Kertomuksessa tulee esille hyvin se, että kommentoimalla jotakin toisen kuvaan voi luoda hyvää ja vastavuoroista keskustelua. Tässä tapauksessa sekä kirjoittaja itse, että hänen ihastuksensa voivat kokea iloa ja yhteenkuuluvuutta myönteisten kommenttien kautta. Kertomus osoittaa sen, että kommentointi tuo iloa sekä kommentin kirjoittajalle, että myös vastaanottajalle. Kommentoinnilla voi olla monenlainen positiivinen vaikutus sekä kirjoittajan, että vastaanottajan mielialaan.

Positiivisen kommentoinnin lisäksi tykkäykset nähtiin kertomuksissa mielialan nostattajina. Tykkäykset ovat osa sosiaalista mediaa ja niillä kilpaillaan paljon. Kaspersky Labin (2017) tuottaman laajan maailmanlaajuisen tutkimuksen mukaan vain 31% ihmistä ei välitä siitä, kuinka paljon tykkäyksiä he saavat postauksiinsa. Tämä tarkoittaa sitä, että jopa 69% on kiinnostuneita omien julkaisujensa tykkäysmäärästään. (Bock, 2017.) Näin ollen suurin osa ihmistä haluaa ja kaipaa sitä, että omista kuvista tai julkaisuista tykätään.

Tykkäykset nähtiin tärkeänä myös tässä tutkimuksessa, mutta ei kuitenkaan niin tärkeänä kuin positiivinen kommentointi. Mainintoja positiivisista kommenteista tuli paljon enemmän, kuin mainintoja tykkäysmääristä. Positiivinen kommentointi vaatii enemmän aikaa ja harvinaisempaa, kuin vain julkaisusta tykkääminen, joten ehkä siksi se mainittiin kertomuksissa useammin kuin tykkäykset. Kommentointi on myös useasti henkilökohtaisempaa kuin pelkkä kuvasta tai julkaisusta tykkääminen. Positiivinen kommentointi ja tykkäykset mainittiin kertomuksissa useasti myös yhteydessä toisiinsa. Samassa kertomuksessa hyvän olon tunteen voi tuoda sekä positiivinen kommentointi, että tykkäykset.

Kuura on voinut myös julkaista jotain sisältöä sosiaalisessa mediassa ja odottaa innolla, miten ihmiset reagoivat siihen. Mukavat kommentit ja tykkäykset esimerkiksi voivat lisätä onnellisuutta. (kertomus 24)

Kyseinen lainaus tuo esille sen, että ihminen on kiinnostunut tietämään sen, miten omaan sisältöön reagoidaan ja odottaa sitä innolla. Kertomuksen kirjoittaja odottaa lainauksessa, että hänen sisällöstään tykätään ja sitä kommentoidaan mukavasti. Kun ihmiset tekevät näin, heidän mielialansa nousee. Kirjoittaja kokee iloa, kun hänen sisältöönsä reagoidaan ja siitä tykätään. Kertomusten perusteella voi siis todeta, että tykkäyksiä mietitään ja pohditaan paljon. Suuret tykkäysmäärät tai tykkäykset ylipäättään voivat tuoda paljon iloa ihmisten päivään.

Tykkäysten nähtiin olevan osa positiivista tunnetta ja iloa, mutta vielä suurempi merkitys niillä näyttäisi olevan negatiivisessa näkökulmassa. Tykkäyksiä kaivataan, mutta ne mainittiin vielä enemmän negatiivisissa tarinoissa ja sen kontekstissa, kuin myönteisissä kertomuksissa. Kielteisissä kertomuksissa tykkäykset näyttäytyivät niin, että jos ihminen ei saanut kaipaamiaan tykkäyksiään hän oli ärtynyt ja alakuloinen. (Kts luvut 5.2.1 & 5.2.2)

5.1.2 Henkilökohtaiset viestit

Positiivisen kommentoinnin sekä tykkäysten lisäksi henkilökohtaisten viestien nähtiin lisäävän hyvinvoinnin tunnetta tarinoissa. Kertomuksissa koettiin iloa esimerkiksi silloin, kun oli itse saanut henkilökohtaisen kontaktin sosiaalisen median välityksellä. Tunteen nähtiin olevan erilainen kuin julkiset kommentit omiin julkaisuihin. Kertomuksissa tuli esille se, että viestiä saatettiin useasti odottaa tai joissakin tapauksissa se oli yllätys. Kokemus oli kuitenkin erilainen kuin se, että olisi saanut julkisen kommentin esimerkiksi omaan kuvaansa tai julkaisuunsa. Yleensä julkiset kommentit ovat esimerkiksi sellaisia, että niitä ei samalla tavalla odoteta kuin henkilökohtaisia viestejä. Henkilökohtaiset viestit käsittelevät myös usein henkilökohtaisempia asioita kuin julkaisujen alla olevat kommentit.

Kuuran mielialaa nosti jo ensimmäisenä punaisen pallon näkeminen, jossa tulneiden viestien määrä 1. Se riittää, kun on odottanut tietyn henkilön vastausta. Inboxin avattuaan, vahvistui että viesti oli kyseiseltä henkilöltä. Se nosti jo hymyn huulille. Viestin sisältö oli juuri niin ihana imelää kuin Kuura odotti, ja posket jo punottivat. Kuura vastasi nopeasti hymiöillä, ja jatkoi sitten Pokemon Gon pelaamiseen. (kertomus 11)

Edellisestä tarinasta voi huomata, että kyseinen viesti on todella tärkeä ja odotettu. Kyseinen henkilö on odottanut viestiä pitkään ja on iloinen, kun sen sisältö osoittautuu sellaiseksi kuin hän on toivonut. Kyseinen viesti tekee henkilön iloiseksi, koska hän on saanut toivomansa kontaktin, mutta myös siksi että viesti on positiivissävytteinen. Iloa voi siis kokea sekä heti silloin, kun saa viestin, että viestiä lukiessa. Jo viestin näkeminen tuottaa iloa, koska ihminen voi kokea saaneensa toivomansa kontaktin. Viestiä lukiessa huomio kiinnittyy sisältöön ja sen ollessa positiivinen nousee todennäköisesti mielialakin, kuten kertomuksessa 11 on tapahtunut. Henkilö on iloinen, koska on saanut toivomansa viestin ja sen sisältö on positiivinen.

Iloa näytti nostavan myös positiiviset viestit, jotka eivät olleet niin odotettuja. Esimerkiksi seuraava sitaatti kertoo hyvin sen, kuinka myös yllätysviestit voivat tuottaa paljon iloa. Nekin voivat samalla tapaa tuoda iloa sekä jo saapumisellaan, että sisällön kautta.

Hänen puolisonsa on lähettänyt hänelle sosiaalisen median kautta viestin, jossa toivottaa hänelle kivaa päivää ja kertoo rakastavansa häntä (kertomus 23)

Toisin, kuin kertomus 11, kertomus 23 kertoo siitä, että viestiä ei ole välttämättä samalla tavalla odotettu. Henkilökohtainen viesti voi siis kertomusten perusteella nostaa mielialaa yhtä paljon, oli se sitten odotettu tai ei. Paljon merkitystä painottuu myös itse viestin sisältöön. Iloa voi kokea, kun viesti saapuu, mutta viestin sisältö merkitsee jopa vielä enemmän. Positiivisissa kertomuksissa nimenomaan viestien sisältö näyttäytyi olevan positiivissävytteinen, minkä takia opiskelijoiden mieliala nousi.

Henkilökohtaisia viestejä perusteltiin ilon tuojana myös siksi, että ne voivat tuoda kaukana asuvat ihmiset niin sanotusti lähemmäs itseä. Seuraava lainaus osoittaa sen, että sosiaalisen median kautta voi olla hyvin yhteydessä pitkänkin välimatkan päässä oleviin läheisiin.

Kuura on saanut viestin, jossa hänen äitinsä kyselee hänen kuulumisiaan. Kuura siis asuu toisella puolen Suomea opiskeluidensa takia, joten viestit läheisiltä piristävät hänen päiväänsä (kertomus 5)

Se, että saa yhteyden ihmisiin, jotka asuvat kauempana, kuin itse nähdään siis tärkeänä iloa tuottavana asiana esimerkiksi kertomuksessa 5. Sosiaalisen median yhtenä hyvänä puolena onkin nimenomaan se, että se pystyy yhdistämään ihmiset, vaikka he eivät olisi fyysisesti läsnä samassa paikassa ja asuvat esimerkiksi kauempana. Yhteydenpito toisiin ihmisiin näytti olevan yksi tärkeä ilon tuoja myös tämän tutkimuksen kertomuksissa.

5.1.3 Hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt

Sosiaalisesta mediasta voi löytää monenlaista sisältöä. Kertomusten yksi toistuva teema oli hauskuus iloisen mielen tuottajana. Sosiaaliseen mediaan mennään usein siksi, että halutaan nähdä jotakin positiivista ja hauskaa. 60% ihmisistä menee sosiaaliseen mediaan siksi, että he haluavat nähdä viihdyttäviä tai hauskoja postauksia (Bock, 2017). Hauskuus nähdään useasti siis merkittävänä ja tärkeänä sosiaalisen median osa-alueena, jonka takia sosiaaliseen mediaan hakeudutaan. Hauskuus näkyi myös tässä tutkimuksessa toistuvana aihealueena.

Tarinoissa mainittiin usein sana ”hauska” tuottaen iloa ja hyvää mieltä itselle. Sana hauska liittyy tarinoiden mukaan esimerkiksi erilaisiin julkaisuihin tai videoihin, joihin henkilöt olivat sosiaalisen median kautta törmänneet. Ne tuottivat henkilöille hyvää mieltä.

Kuura selailee muita sosiaalisen median lähteitä ja löytää hauskoja videoita ja kuvia, jotka saavat hänet nauramaan. (Kertomus 5)

Kuura on nähnyt kavereidensa jakamia mukavia kuvia ja muistoja, sekä hauskoja ja viihdyttäviä kuvia tai videoita esim meemejä. (Kertomus 4)

Kyseisissä lainauksissa tulee esille se, että nuoret ovat sosiaalisen median kautta löytäneet hauskoja julkaisuja. Osa julkaisusta on kavereiden jakamia ja osa henkilöiden itse löytämiä. Se, mistä julkaisu oli alun perin peräisin ei vaikuttanut hauskuuden kokemiseen kertomusten perusteella. Henkilöt tunsivat olonsa iloiseksi, oli hauska julkaisu itse löytämä tai kavereiden jakama. Molemmat tavat tuottivat iloisen mielen. Kyse on siis julkaisujen sisällöstä, ei siitä, mistä julkaisut ovat peräisin.

Kertomuksissa tuli esille myös se, että hauskuus voi aiheuttaa naurua. Monissa tarinoissa tuli esille esimerkiksi eläimet hauskuuden aiheuttajana. Tarinoiden mukaan monet tykkäsivät katsoa esimerkiksi eläinvideoita, jotka ovat usein hauskoja. Ne aiheuttavat itselle ilon tunnetta.

Kuura on myös käynyt katsomassa ystäviensä linkkaamia hauskoja eläinvideoita ja on nauranut ääneen (Kertomus 6)

Tulos on samansuuntainen, kuin Kaspersky Labin (2017) tuottaman tutkimuksen. Heidän vastaajistaan 40% oli sitä mieltä, että hauskojen kuvien katselu nostaa mielialaa. (Bock, 2017.) Näin myös tässä tutkimuksessa oli. Nähdessään jonkun hauskan kuvan tai videon henkilö koki iloa ja onnellisuutta johtuen hauskoista julkaisuista. Huumori näyttäytyi siis yhtenä hyvinvoinnin tärkeänä osa-alueena. Huumori on yksi tarinoiden teema, joka tuo iloa ihmisille. Sosiaalinen media näyttää olevan hyvä paikka, josta humoristisia ja hauskoja julkaisuja voi löytää.

5.1.4 Ilo toisten puolesta

Kertomuksissa tuli esille se, että mielialaa voi nostaa se, jos huomaa jonkun toisen onnistuneen jossakin tai kokeneen iloa. Aina kyse ei ole siitä, että itselle on tapahtunut jotakin vaan ihminen voi myös olla aidosti iloinen jonkun toisen puolesta. Ilo toisen saavutuksista tulee esille esimerkiksi seuraavista sitaateista.

Kuura myös näki selatessaan etusivuaan, että hänen tuttavansa oli mennyt kihloihin. Hän tunsu onnellisuuttaan heidän puolestaan ja sai näin aikaan positiivisen mielen Kuuralle. (Kertomus 2)

Kuura kohtasi sosiaalisessa mediassa sisarensa päivityksen siitä, että hän on raskaana ja haluaa Kuuran tulevan lapsensa kummiksi. Kuura on tästä hyvin onnellinen ja tukee sisartansa tämän koko raskauden ajan. (Kertomus 10)

Kyseiset kertomukset ovat hyvä esimerkki siitä, että ihminen voi kokea onnellisuutta toisen ihmisen puolesta myös sosiaalisen median välityksellä. Suurin osa kyseinen tee-

man tarinoista koski nimenomaan sitä, että henkilö oli iloinen jonkun läheisensä puolesta. Esimerkiksi oma läheinen on kokenut jotakin merkittävää ja päättänyt kertoa siitä sosiaalisen median välityksellä. Tarinoista huokui se, että päivityksistä voi olla aidosti iloinen ja toisen saavutuksista voi saada myös itselle onnellisuuden tunteen. Ihmiset voivat siis kokea iloa ja onnellisuutta läheisensä puolesta, mikä näyttäytyi tarinoissa. Edelliset lainaukset osoittavat sen, että toisten saavutukset saattavat olla ihan mitä tahansa, esimerkiksi kihloihin meno tai kaverin raskaus.

Yhdessä tarinassa tuli myös esille se, että iloa voi kokea myös jonkun muun kuin oman läheisen puolesta. Myös jostakin abstraktista asiasta voi kokea suurta iloa. Sosiaalisen median kautta seuraavan kertomuksen kirjoittaja on esimerkiksi kokenut iloa urheilujoukkueen puolesta. Henkilö ei ole itse päässyt paikalle, mutta voi kokea silti aitoa iloa sosiaalisen median välityksellä.

Hän avaa Facebookin ja huomaa, että hänen suosikki NHL-joukkue Calgary Flames on voittanut Stanley Cupin. Hän kokee suurta iloa tämän takia. (kertomus 21)

Sosiaalinen media mahdollistaa sen, että vaikka ihminen ei olisi itse paikan päällä kokemassa jotakin voi hän jollakin tapaa kokea sen myös sosiaalisen median välityksellä. Ei ole välttämätöntä olla itse paikalla kokemassa asiaa, vaan samanlaista iloa voi kokea myös sosiaalisen median välityksellä. Sosiaalinen media näyttäytyy hyvänä ilon tuojana teeman kertomusten perusteella.

5.1.5 Yhteenkuuluvuuden tunne

Sosiaaliseen mediaan liittyy olennaisesti kyse siitä, että ihmiset ovat osa jotakin yhteisöä, koska sosiaalinen media perustuu yhteisöllisyyteen. Yhteisöön kuuluminen ja tunne siitä erottui yhtenä mielialaa nostavista asioista tässä tutkimuksessa. Kertomusten mukaan tuntuu hyvältä, kun voi kokea olevansa osa jotakin yhteisöä ja tuntee kuuluvansa siihen. Yhteenkuuluvuuden tunne näyttäytyi siis yhtenä ilon suurena tuottajana ja osa-alueena.

Joukkoon kuuluminen näyttäytyi tämän tutkimuksen tarinoissa esimerkiksi niin, että itse pystyy tuntemaan olevansa osa tiettyä sosiaalisen median yhteisöä ja kuuluvansa siihen. Sosiaalisen median kautta ihminen pystyy rakentamaan sosiaalisen yhteyden toisiin ja olla osa virtuaalista yhteisöä.

Kuura voi kokea olevansa nyt osa jotain yhteisöä. Kenties hänen ystävängin käyttävät tätä samaa sosiaalisen median palvelua, ja ajatus tästä luo Kuuralle yhteisöllisyyden tunnetta. (Kertomus 24)

Kertomus 24 osoittaa sen, että henkilö voi sosiaalisen mediaan liittymisen kautta kokea olevansa osa nimenomaista yhteisöä. Kertomuksen kirjoittaja on iloinen, koska hän on mukana yhteisössä, jossa hänen kaverinsakin ovat. Kirjoittaja kokee tärkeänä sen, että hän on osa yhteisöä, jossa on omia kavereita. Yhteisöllisyyden tunne tulee esille siis nimenomaan sitä kautta, että omat kaverit ovat osa yhteisöä.

Tarinoissa tuli esille siis nimenomaan se, että omat kaverit ovat tärkeitä yhteisöllisyyden luoja. Mielenkiintoisena voi pitää sitä, että kertomuksissa ei tullut esille, että nuoret olisivat osa jotakin sellaista yhteisöä, missä on paljon tuntemattomia. Sosiaalinen media yhdistää kuitenkin paljon myös tuntemattomia toisiinsa esimerkiksi mielenkiinnon kohteiden kautta. Kertomuksissa ei kuitenkaan tullut esille tällainen yhteisöllisyyden muoto. Sosiaalinen media nähdään liittyvän tämän tutkimuksen mukaan enemmän kavereiden kanssa yhteydenpitoon ja yhteisöllisyyden luomiseen, kuin tuntemattomien kanssa yhteisöllisyyden luomiseen.

Toisaalta joukkoon kuulumisen tuli esille myös siinä, että sosiaalisen median sovelluksen kautta pystyy kokemaan olevansa myös osa jotakin reaali maailman yhteisöä. Sen lisäksi, että kokee kuuluvansa joukkoon sosiaalisessa mediassa, sosiaalinen media voi luoda tunnetta siitä, että reaali maailmassakin on osa jotakin yhteisöä, esimerkiksi kavერიpiiriä. Vaikka sillä hetkellä olisi yksin ruudun äärellä, odottaa muualla yhteisö, johon voi jollakin tapaa kokea kuuluvansa. Näin on kirjoittanut esimerkiksi seuraava vastaaja:

Kuuran vanha ystävä, jonka kanssa ei ole pitkään aikaan jutellut, on julkaissut Facebookiin kuvan. Kuvassa on kyseinen ystävä ja monia muita Kuuran hyviä ystäviä vanhoilta ajoilta. Kuvasta löytyy myös hymyilevä Kuura. Vanha ystävä on pistänyt kuvaan tekstin ”Tärkeitä ihmisiä, tärkeitä muistoja”. Kuuran valtaa lämmin hyvä tunne. Kuura kommentoi kuvaan ”Muistan tän päivän vieläkin niin hyvin, oli ihana ilma ulkona ja oltiin nuoria ja villejä”. Kommenteissa ihmiset iloitsevat ihanaa hetkeä. (Kertomus 12)

Kertomuksesta voi huomata hyvin sen, että Facebook yhdistää vanhat kaverit yhteen. Lainauksesta voi huomata myös, että kyseinen henkilö kokee olevansa osa tätä nimenomaista kaveripiiriä. Huolimatta siitä, että he eivät ole nähneet pitkään aikaan, voi hän silti kokea kuuluvansa tähän nimenomaiseen joukkoon. Kirjoittaja voi kokea olevansa osa tätä kyseistä yhteisöä niin sosiaalisen median välityksellä, kuin myös reaali maailmassakin. Toisaalta myös positiivinen kommentointi, joka kertomuksessa näkyy voi olla yhteydessä henkilön hyvään mielialaan.

Myönteisistä kertomuksista tuli ilmi, että sosiaalinen media voi olla positiivisesti yhteydessä hyvinvointiin monella eri tapaa. Joissakin kertomuksissa oli myös merkkejä useasta eri teeman kuuluvasta myönteisestä asiasta eli kertomukset myös sisältävät osittain samoja elementtejä. Kertomusten mukaan sosiaalisesta mediasta löytyy paljon hyvää. Mieliala voi nousta monella eri tapaa sosiaalisen median avulla, kuten kertomuksista tuli esille.

5.2 Hyvinvoinnin kannalta kielteiset kokemukset sosiaalisessa mediassa

Hyvinvoinnin kannalta kielteisinä kokemuksina sosiaalisessa mediassa mainittiin vertailu, kateus, masentava huoli- ja vihapuhe sekä yksin jäämisen tunne. Vertailu ja kateus oli suurimmat aineistossa mainitut teemat. Masentava huoli- ja vihapuhe oli myös yllättävän suuri lukumäärältään.

5.2.1 Vertailu

Ehdottomasti suurin huonon mielialan syy tarinoissa oli vertailu ja kadehtiminen. Sosiaalissa mediassa ihmiset jakavat vain osan elämästään ja yleisesti kuvat ja julkaisut, joita sosiaaliseen mediaan jaetaan ovat positiivisia. Esimerkiksi Bockin (2017) mukaan puolet ihmisistä haluaa julkaista optimistisia asioita sosiaaliseen mediaan kuten esimerkiksi asioita, jotka saavat heidät hymyilemään. Se johtaa helposti siihen, että omaa elämää aletaan vertailemaan muiden ”kiiltokuvaelämään”. Totuus on se, että sosiaaliseen mediaan harvemmin päivitetään asioita kaikista huonoimmista hetkistä. Helposti siis oma sen hetkinen elämä saattaa näyttytyä huonolta, jos sitä vertaa sosiaalisen median pintapuoliseen ja muokattuun kuvaan elämästä.

Tarinoissa tuli esille esimerkiksi se, että vertaillaan omia kuvia, tykkäysmääriä, kauneutta ja suosiota toisiin. Esimerkiksi tykkäysmäärät näyttytyivät tärkeinä ja helppona vertailun kohteena tarinoissa. Oma itseä näytti myös olevan helppo vertailla toisiin ja kokea alemmuudentunnetta toisten kuvien edessä. Vertailu tulee esille hyvin esimerkiksi seuraavassa tarinassa:

Kuura huomaa, ettei hänen juuri postaamaansa selfieeseensä ole tullut paljoa tykkäyksiä eikä kukaan hänen lähimmistä ystävistään ole kommentoinut sitä, vaikka he ovat kommentoineet erään toisen tytön kuvaan kaikkea mukavaa. Lisäksi häntä ärsyttää koska hänen ihastuksensa tykännyt tämän toisen tytön kuvasta muttei hänen kuvastaan. Hän tuntee itsensä epäsuosituksi ja rumaksi. (Kertomus 6)

Kyseisessä kertomuksessa tulee esille se, että oman kuvan tykkäysmäärästä ja kommentteista ollaan todella kiinnostuneita ja niitä vertaillaan keskenään muiden määriin ja laatuun. Kertomuksen kirjoittajaa selkeästi kiinnostaa kuka hänen kuvastaan tykkää, tärkeimpänä lähimmät ystävät ja hänen ihastuksensa. Kirjoittaja myös kaipaa tykkäyksiä omaan kuvaansa. Hän on jopa tarkkaillut, mistä ja kenen kuvista hänen läheisensä ovat tykänneet. Kaikki ei ole mennyt niin hyvin, kuin henkilö on odottanut, joten hän tuntee itsensä ärtyneeksi sekä epäsuosituksi ja rumaksi. Totuus tämän kaiken takana voi olla

kuitenkin kaikkea muuta. Kirjoittaja on luonut todennäköisesti itselleen liian kovat paineet omaa kuvaa kohtaan ja siksi olo tuntuu huonolta. Todellisuudessa tykkäysten ja kommenttien määrä ei kerro koko totuutta arkielämästä.

Vertailua tehtiin kertomusten perusteella paljon. Sosiaalinen media voi olla todella raa-ka alusta ja aiheuttaa ikäviäkin seurauksia siellä koettujen asioiden takia. Esimerkiksi seuraava kertomus kertoo siitä, kuinka oman itsen vertailu toisten sosiaalisen median kuviin voi johtaa jopa surullisiin lopputuloksiin.

Hän on selaillut Instagramia ja nähnyt todella hienoja kuvia ja alkanut vertaamaan itseään ja omia kuviaan muihin. Hän kokee olevansa huono ja ulkonäöltään ruma, hänen pitäisi olla laihempi, meikata niin kuin muut, omistaa merkki vaatteita ja esineitä. Hän on myös lisännyt omalle tililleen kuvan ja ei ole tyytyväinen saamaansa tykkäys ja kommentti määrään. Hän vertaa niitä muiden määriin ja ajattelee sen kertovan omasta asemastaan ja siitä kuinka suosittu hän on. Hän kokee olevansa riittämätön ja muille kelpaamaton. (Kertomus 27)

Kertomuksessa 27 tulee esille raadollisesti se, kuinka tärkeänä tykkäys ja kommenttimäärät sekä toisten kuvien ulkonäkö voivat joillekin ihmisille näyttäytyä. Henkilö kokee olevansa ruma nimenomaan siksi, koska on vertaillut omia kuviaan toisten kuviin ja ei ole itse saanut omasta mielestään tarpeeksi tykkäyksiä. Toisten julkaisemat kuvat ovat aiheuttaneet painetta ja epävarmuutta tarinan kirjoittajaa itseään kohtaan. Hän kokee, että hänen tulisi käyttäytyä niin kuin muut ja omistaa tiettyjä tavaroita, jotta hän riittäisi muille. Kun hän katsoo toisten kuvia, hän kokee olevansa riittämätön.

Kertomuksesta voi kuitenkin päätellä, että sosiaalinen media on jollakin tapaa sokaissut kyseisen henkilön ajatusmaailman. Oikeassa elämässä asiat voivat olla aivan eri tavoin, eikä sosiaalisen median suosio kerro totuutta esimerkiksi normaalin elämän suosiosta. Sosiaalisessa mediassa tulee olla siis tarkkana mihin itseään vertaa.

Joissakin tarinoissa ajattelua on viety pidemmälle ja on tiedostettu se, että sosiaalisessa mediassa voi olla myös esimerkiksi muokattuja kuvia. Aina kaikki ei ole ihan niin to-

dellista, mikä voi aiheuttaa entistä enemmän paineita ja epävarmuutta julkaista esimerkiksi tietynlaisia kuvia. Sosiaalisesta mediasta löytyy paljon muokattuja kuvia ja kuvista valitaan useasti julkaistaviksi vain ne, jotka näyttävät vain ihmisen parhaimmat puolet. Jos ihminen ei osaa tiedostaa sitä, että kaikki ei ole aina siltä, miltä näyttää voi se tuottaa ongelmia kuten edellisessä kertomuksessa 27. Seuraavassa kertomuksessa 20 asia on kuitenkin tiedostettu, mutta vertailua jatketaan kuitenkin.

Kuura on nähnyt muiden julkaisemia kuvia ja päivityksiä. Näitä hän vertaa itseensä ja kokee, että hänen elämässään on vaikeuksia ja muilla ei. Hän vertaa myös muiden muokattuja persoonakuvia itseensä ja kokee olevansa rumempi. (kertomus 20)

Kyseinen lainaus osoittaa sen, että henkilö tiedostaa, että sosiaalisessa mediassa voi olla muokattuja kuvia. Vaikka hän tiedostaa asian, hän silti vertaa omia kuviaan muokattuihin kuviin ja kokee olevansa rumempi. Pelkkä asian tiedostaminen ei siis riitä, koska kirjoittaja kokee olevansa rumempi huolimatta siitä, että tiedostaa kuvien epäaitouden. Asian tiedostamisen lisäksi olisi hyvä, että myös toiminta olisi sen mukaista. On kuitenkin hyvä alku, että ihmiset tiedostavat oman vertailun ja sen, mistä se saattaa johtua. Tiedostamisen lisäksi olisi hyvä, jos se johtaisi myös toimiin.

Kertomuksesta 20 tulee esille myös se, että kirjoittaja kokee itsellään olevan vaikeuksia, mutta muilla ei. Tässäkin tapauksessa kyseessä saattaa olla vain kuvitelma, koska ihmiset eivät välttämättä halua paljastaa sosiaaliseen mediaan kaikkia vaikeuksiaan. Päivitysten takana voi olla kaikkea, mitä emme tiedä. Olisi tärkeää tiedostaa, että se mihin itseään vertaa ei ole koko totuus, vaan sen alla voi olla muutakin.

Sosiaalinen media voi aiheuttaa selkeästi paineita ja epävarmuutta itseä kohtaan, joten joissakin tapauksissa jopa kyseisen sovelluksen poistaminen voi olla hyvä keino välttyä tällaisilta tunteilta. Esimerkiksi seuraavassa lainauksessa omaa ajattelua on tiedostettu ja viety asiaa eteenpäin. Henkilö vertailee itseään muihin ja kokee suurta pahoinvoinnin tunnetta. Hän kuitenkin tiedostaa hyvin omat tunteensa ja osaa tehdä päätöksen poistaa pahoinvointia aiheuttava sovellus.

Mielestäni Kuura selkeästi vertaa itseään muihin ihmisiin, sekä hän vertailee omaa elämäänsä muiden elämiin. kuuran pahoinvoinnin itseensä tyytymättömyyden tunteet ovat niin suuria, että hän voi jopa poistaa pahoinvointia aiheuttaman sovelluksen (kertomus 6)

Osassa tarinoista tiedostettiin siis oma vertailu ja se, että kaikki mitä sosiaaliseen mediaan julkaistaan ei ole todellista elämää. Esimerkiksi sosiaalisen median luoman kuvan takana ei ole välttämättä juuri sellainen elämä, kuin voisi luulla. Se, millaisen kuvan sosiaalinen media antaa voi olla kaukanakin henkilön normaalista arjesta ja arkielämästä. Tarinoista kuitenkin välittyi se, että suurin osa jatkoi siitä huolimatta vertailua, vaikka tiedostivat kuvien vertailun aiheuttavan itselle vain huonoa oloa. Asialle tulisi selkeästi tehdä jotakin ja kiinnittää huomiota siihen. Kertomusten perusteella teema on suuri ja monet tekevät vertailua ehkä jopa tiedostamattaankin.

5.2.2 Kateus

Vertailun lisäksi tarinoissa mainittiin useasti se, että koettiin kateutta jostakin, mitä toinen on tehnyt ja julkaissut sosiaalisessa mediassa. Kateuden aiheita tarinoissa mainittiin olevan esimerkiksi toisten lomareissut, toisten ”upea” elämä ja toisten ulkonäkö. Ihmiset siis kadehtivat sitä, mitä toisilla on, mutta itsellä ei esimerkiksi juuri sillä hetkellä ole. Kadehdittavat asiat olivat kuitenkin useasti sellaisia, että jossain elämäntilanteessa myös itsellä voisi olla tilaisuus samanlaiseen toimintaan tai ainakin tilaisuus vaikuttaa omaan toimintaan. Esimerkiksi seuraava lainaus osoittaa hyvin sen, kuinka toisten ulkonäkö ja suosio aiheuttavat kateuden tunnetta.

Kuura katsoo luokkansa kauniimman ja suosituimman tytön Instagramia. Aino on kaunis ja vaihtaa poikaystävävä lennosta joka viikko. Jos osaisni tehdä meikkini yhtä kauniisti, kuin Aino, olisinko yhtä suosittu? (kertomus 16)

Kyseinen lainaus on hyvä esimerkki kateudesta toista ihmistä kohtaan. Kirjoittaja kokee kateutta luokkansa suosituinta tyttöä kohtaan. Hän vertaa itseään toisen tytön Instagramiin ja kokee olevansa rumempi ja epäsuositumpi. Tässäkin kertomuksessa totuus voi olla toisenlainen. Instagramin kuvat voivat olla tarkoin harkittuja ja jopa muokattuja. Instagramin täydelliseltä vaikuttavan profiilin takana voi olla kaikkea muuta, mitä harvemmin tulee siinä hetkessä edes ajateltua.

Kateutta koettiin tarinoiden perusteella myös paljon esimerkiksi toisten täydellisen arjen takia. Vastaajia esimerkiksi ärsytti, kun toinen on päässyt lomalle tai saavuttanut jotakin tärkeää. Oma elämä saattaa sillä hetkellä tuntua merkityksettömältä ja tylsältä, kun näkee toisen viettävän esimerkiksi lomaa ja itse on vain kotona. Juuri tällainen tilanne näyttäytyy seuraavassa kertomuksessa:

Hän on nähnyt, kun hänen hyvä ystävänsä on lomamatkalla, saanut työsään ylennyksen, tai sitten hän vain muuten esittelee täydellistä arkeaan. Kuura kokee kateellisuutta ystävänsä kohtaan. Toisaalta jos hän on seurannut sosiaalista mediaa pitempään ja tuntee hyvin ystävänsä, niin hän tietää, että todellisuus ja arki voivat olla kuitenkin vähemmän hohdokasta. (Kertomus 31)

Yllä oleva kertomus on hyvä esimerkki siitä, mitä monissa muissakin teeman kertomuksissa pohdittiin. Henkilö kokee kateutta, koska toisen arki tuntuu ”täydelliseltä” omaan verrattuna. Toisaalta kirjoittaja tiedostaa sen, että kaikki, mitä sosiaaliseen mediaan jakaa ei kerro koko totuutta ihmisen elämästä. Kertomuksessa tulee siis esille ristiriita. Monet nuoret tiedostivat sen, että todellisuus on erilainen kuin sosiaaliseen mediaan luotu kuva itsestä, mutta silti he olivat kateellisia toisille. Aina ihminen ei siis ajattele loogisesti, vaan kateutta koetaan, vaikka tiedostetaan ettei se ole järkevää. On kuitenkin hyvä alku, että asia tiedostetaan, jolloin siihen voidaan puuttua. Myös seuraava lainaus osoittaa sen, että toisten iloiset päivitykset voivat aiheuttaa kateutta.

Kuura näkee muiden ihmisten postaamia kuvia ja tekstejä, jotka ovat vain positiivisia. Kuuralle tulee olo, että hänen elämänsä ei ole riittävän jännittävää tai mielenkiintoista, muilla ihmisillä menee paremmin kuin hänellä. Kuura on iloinen ystäviensä päivityksistä, mutta samalla ristiriitaisesti kateellinen ja ärsyyntynyt. Negatiiviset tunteet peittävät positiiviset. (kertomus 12)

Kertomus 12 osoittaa sen, että sosiaalisen median päivitykset ovat usein positiivisia, jonka takia kirjoittajalle tulee olo, että hänen elämänsä ei ole tarpeeksi hyvää. Vastaaja kokee iloa, koska ystävillä näyttää olevan kivaa, mutta samalla hän kokee kateutta. Oma elämä näyttää ruudun välityksellä olevan huonompaa, vaikka todellisuudessa elämä voi olla ihan yhtä hyvää kuin toisilla. Sosiaalinen media vaan luo kuvan siitä, että toisten elämä olisi hohdokasta. ”Someidentiteetin” takana voi olla kuitenkin kaikkea muuta, mitä ei sosiaaliseen mediaan haluta näyttää.

Kadehtiminen on nähty olevan myös yksi suuri syy suruun muissakin tutkimuksissa. Esimerkiksi Bockin (2017) mukaan 57% tutkimukseen osallistuneista koki, että sosiaaliseen mediaan menemisen jälkeen tuntui siltä, että jollakin toisella on parempi elämä, kuin heillä itsellään. Tulos on suuri ja se kertoo raadollista kieltä nimenomaan siitä, että ihminen kadehtii ja kokee paineita omasta elämästä verrattuna toisten elämiin. Toisten elämät voivat sosiaalisen median kautta tuntua todella erityisiltä ja ihmeellisiltä, mutta totuus voi olla aivan toinen.

Tämänkin tutkimuksen perusteella opiskelijat kokivat olevansa kateellisia toisten saavutuksista ja sillä hetkellä oma elämä saattaa tuntua huonommalta kuin sen hetkinen oma elämä. Yllättävän monissa tarinoissa kuitenkin tiedostettiin se, että sosiaalinen media ja arki voivat olla aivan eri asia. Kaikissa tarinoissa näin ei kuitenkaan ollut. Huolimatta siitä, että henkilöt tiedostivat sosiaalisen median olevan eri asia, kuin arki se ei vaikuttanut heidän käyttökseen. Tarinoissa kadehdittiin muiden elämiä, vaikka samalla tiedostettiin se, että se, mitä sosiaalisen median kautta näkee ei ole se perinteinen arki ja kuvien takana on paljon muutakin.

5.2.3 Masentava huoli- ja vihapuhe

Sosiaalinen media ei aina ole täynnä iloa vaan, siellä voi törmätä välillä myös negatiivisiin aihealueisiin ja negatiivisiin keskusteluihin sekä kiusaamiseen. Jotkut aihealueet ovat sellaisia, että ne voivat aiheuttaa jopa todella suurta huolta. Yksi todella suurista huolista, joka sosiaalisessa mediassa tällä hetkellä esiintyy, näytti kertomusten perusteella olevan ympäristöhuoli. Nuoret näyttivät ottavan sosiaalisessa mediassa käydyt keskustelut todella vakavasti ja olivat huolissaan esimerkiksi ympäristön tilasta ja siitä mihin se on tällä hetkellä muuttumassa.

Kertomuksista huomaa, että aineistonkeruun aikaan uutisissa ja sosiaalisessa mediassa on ollut paljon puhetta ilmastonmuutoksesta esimerkiksi Amazonin metsäpaloista ja Greta Thunbergin ilmastoliikkeestä sekä Donald Trumpista. Ympäristöhuolta sisältävät kertomukset koskivat nimenomaan näitä kolmea aihetta. YK:n ilmastokokous järjestettiin New Yorkissa suunnilleen aineistonkeruun aikaan. Sen voi nähdä vaikuttavan kertomuksiin ajankohtaisella tavalla. Teeman tarinat pohjautuivatkin ajankohtaisuuteen kaikista teemoista eniten.

Kuuran avattua sosiaalisen median hän näkee ensimmäisenä joukon kuvia ja uutisartikkeleita Amazonin metsäpaloista, Trumpin edesottamuksista, Greta Thunbergin mollausta ja kasan tyhjiä selfieitä some”vaikuttajilta”, jotka puhuvat mieluummin omasta päivästänsä, kuin maailmaa piinaavista asioista. Vaikka hän ymmärtääkin tyhjänpäiväisten sometähtien arvon maailmantuhon ja ympäristöahdistuksen ns lieventäjinä, häntä vituttaa. (kertomus 2)

Kuura on nähnyt uutisia Brazilian metsäpaloista. Ihmisten toimeettomuus saa hänet kiehumaan raivosta, eikä tilannetta auta se, että seuraavaksi lävähtää ruudulle Trumpin twiitti siitä, kuinka tämä kaikki on luonnonvalintaa ja että ilmastonmuutos on fake news! Muutenkin uutiset ilmastonmuutoksesta sekä global warming saa ahdistuksen aikaan. Kuura kokee itsen-

sä pelkäksi ympäristön tuhoajaksi ja merikilpikonnien murhaajaksi omilla elämäntavoillaan. (kertomus 11)

Edellä olevat kertomukset tiivistävät hyvin sen, mistä tässä teemassa on kyse. Kertomukset ottavat aika vahvastikin kantaa maailman nykyiseen tilaan sekä ilmastonmuutokseen. Nuoret myös kokevat jopa suurta ahdistusta ja huolta liittyen ympäristökysymyksiin. Kertomuksissa tulee esille se, että nuoret ovat pettyneitä maailman nykyiseen tilaan ja toimiin ilmastonmuutosta vastaan. Nuorten kertomusten perusteella yhteiskunnan pitäisi ottaa ilmastonmuutos vakavammin ja tehdä sen eteen jotakin toimia. Nuorten mielestä päättäjät eivät ole ottaneet tarpeeksi kantaa ilmastonmuutokseen ja ilmastonmuutosta jopa vähätellään monesti sosiaalisessa mediassa.

Kertomusten perusteella nuoret kokivat myös, että heidän tulisi itse tehdä enemmän toimia ilmastonmuutoksen eteen. Oma elämäntapa tuntuu esimerkiksi kertomuksessa 11 jollakin tapaa väärältä, koska sosiaalinen media on nostanut esille huolen ja ahdistuksen ympäristöä kohtaan. Henkilö kokee, että hänen tulisi tehdä vielä jotakin lisätoimia ympäristön eteen. Sosiaalinen media on nostanut esille huolen ja ahdistuksen.

Kertomuksista huomaa sen, että ilmastonmuutoksesta puhutaan sosiaalisessa mediassa, mutta sävy on sellainen, että se saa mielialan laskemaan ja aiheuttaa huolta. Ympäristöhuoli mainittiin nimenomaan negatiivisissa tarinoissa useasti. Vain yhdessä myönteisessä tarinassa tuli esille se, että sosiaalisesta mediasta voi myös löytää positiivista uutisointia ilmastonmuutoksesta. Näyttää siis siltä, että uutisointia tapahtuu enemmän silloin, kun jotakin negatiivista tapahtuu. Positiivisista toimista ilmastonmuutosta vastaan ei niinkään. Ehkä kyse on siitä, että negatiivisia asioita tapahtuu enemmän tai positiivisista ei uutisoida niin mielellään. Negatiiviset uutiset herättävät myös paljon mielenkiintoa ja selkeästi nostattavat tunteita pintaan.

Sen lisäksi, että ilmastonmuutoksesta puhuminen aiheutti nuorta huolta, kertomuksissa oli myös merkkejä siitä, että ympäristökysymykset voivat aiheuttaa kiusaamista ja vihapuhetta. Esimerkiksi seuraavissa kertomuksissa tulee esille kiusaaminen sekä vihapuhe:

Kuura sulkee uutisen ja selaa jälleen alaspäin ja Greta Thunbergistä on tehty taas uusi ja inhottava meemi. Kuuralla nousee verenpaine ”Miksi tätä ei oteta vakavasti?!?” Typerä meemi jää taakse ja uusi uutisotsikko tulee esille bittiavaruudesta, aivan yhtä typerää sontaa (kertomus 9)

Toinen ärtymystä ja pettymystä aiheuttava asia on suhtautuminen ilmastomuutokseen, sen vähättely, tiettyjen ihmisten kiusaaminen ilmastomuutoksen hidastamista ajaessa yms. Kuuran ärtymys ja suru siis pitkälti kumpuaa ihmisistä, joilla on erilaisia näkemyksiä, jotka ovat radikaalisti eroavia Kuuran omista. (kertomus 29)

Edelliset kertomukset ovat hyviä esimerkkejä siitä, kuinka ympäristökysymyksistä puhuminen ja keskusteleminen voivat aiheuttaa kiusaamista. Ympäristökysymykset jakavat paljon mielipiteitä. Esimerkiksi Greta Thunberg on tehnyt paljon hyvää ympäristön eteen, mutta saanut samalla paljon myös negatiivista palautetta ja ihmiset ovat hyökänneet häntä vastaan sosiaalisessa mediassa. Erilaisille keskustelupalstoille voi kerääntyä ihmisiä hyvinkin erilaisista lähtökohdista käsin. On siis luonnollista, että näkemykset saattavat erota radikaalistikin toisistaan. Erilaiset vihapuhetta sisältävät palstat ovat myös usein sellaisia, joissa on mahdollisuus anonyymiin keskusteluun. Anonyymisti raaempiakin asioita on helppo sanoa ääneen, koska ei tarvitse esiintyä omalla kuvalla.

Kertomusten perusteella nuoret olivat kokeneet vihapuhetta ja törmänneet siihen sosiaalisessa mediassa. Vihapuheen myös koettiin vaikuttavan omaan mielialaan negatiivisella tavalla. Nuoret kokivat huolta esimerkiksi toisten kiusaamisesta. Sosiaalisen median sisältö aiheutti nuorille myös joissakin tapauksissa vihaa ja surua. Sosiaalisen median sisältö on joissakin tapauksissa myös ei niin toivuttua, mikä voi saada mielialan laskemaan ja aikaan jopa vihaa tai surua.

Kertomuksissa tuli myös esille, että vihapuhetta ja kiusaamista löytyi myös muihin aihealueisiin liitettynä, vaikka suurin osa kertomusten vihapuheesta pohjautuikin nimenomaan ympäristökysymyksiin ja niistä aiheutuvaan huoleen. Seuraava lainaus osoittaa sen, että vihapuhetta ja kiusaamista voi esiintyä sosiaalisessa mediassa monin tavoin.

Kuura meni Facebookiin ja huomasi ensimmäiseksi ryhmäkeskustelun, jota ylläpito ei ollut vielä ehtinyt poistaa. Keskustelussa haukuttiin Kuuran läheisiä ihmisiä todella epärealistisella tavalla. Kuura meni mukaan keskusteluun ja yritti puolustaa läheisiään, mutta tuli samalla itsekkin haukuttuksi.(kertomus 17)

Kyseisestä kertomuksesta huomaa sen, että sosiaalisessa mediassa löytyy paljon keskustelua, jossa toisia ihmisiä haukutaan. Kaikki tieto ei myöskään ole välttämättä totta, koska puheen alkuperäistä totuudenmukaista lähdettä ei pystytä välttämättä jäljittämään. Kertomuksen kirjoittanut henkilö on itse yrittänyt puuttua vihapuheeseen ja kertoa oikeaa totuutta, mutta on itsekkin joutunut vain haukuttuksi. Kertomus osoittaa sen, että kaikenlainen kiusaaminen ja vihapuhe voi saada aikaan huonoa mieltä ja surua. Jo pienikin kommentti voi aiheuttaa paljon surua ja vihaa.

Sosiaalisen median yksi haittapuolista näyttäisi kertomusten mukaan olevan siis ei toivottu sisältö ja nimenomaan masentava huoli- ja vihapuhe. Sosiaaliseen mediaan mennään yleensä siksi, että sieltä löytyisi jotakin positiivista, mutta välillä siellä törmää myös ei niin toivottuun sisältöön, kuten kertomuksissa tuli ilmi. Tällainen ei toivottu sisältö voi aiheuttaa henkilöille esimerkiksi huolta, surua ja vihaa.

5.2.4 Yksin jäämisen tunne

Sosiaalisen median avulla ihmiset voivat verkostoitua toisiinsa helposti ja ystäviä voi olla kaukanakin. Aina sosiaalinen media ei kuitenkaan tuo mukanaan uusia ystäviä tai tunnetta, että kuuluu joukkoon. Jossain määrin sosiaalisen median käyttö voi johtaa myös vastakkaiseen, kielteiseen ilmiöön. Ihminen voi sosiaalisen median takia kokea olevansa yksinäisempi, mitä todellisuudessa on. Kertomuksissa tuli esille nimenomaan tämä ilmiö. Sosiaalisen median käytön kautta yksinäisyyden tunne korostui entisestään. Henkilöillä vaikutti oikeasti olevan ystäviä, mutta sosiaalinen media nosti vain yksinäisyyden tunteet pintaan.

Teeman kertomukset voi jakaa karkeasti kahteen osaan. Toisaalta tarinoissa koettiin yksinäisyyttä, koska sosiaalisen median kautta näki kavereiden pitävän hauskaa ja itseä ei ollut esimerkiksi kutsuttu mukaan. Toisaalta yksinäisyyttä koettiin siksi, että nuoret olivat jääneet ilman vastauksia, esimerkiksi omaan viestiin ei ollut vastattu ja se oli jätetty huomioimatta.

Kuura huomaa, että instagramissa on paljon opiskelijakavereiden jakamia kuvia juhlista joihin häntä ei kutsuttu (kertomus 13)

Ystävät ovat myös julkaisseet ryhmäkuvia toistensa kanssa ja Kuura kokee olevansa ulkopuolinen. Hänellä ei ole yhtä paljon kuvia ystäviensä kanssa. Ystävien elämä näyttää olevan ihanaa, mutta Kuuran elämä ei ole. (kertomus 32)

Kyseiset lainaukset ovat hyvä esimerkki siitä, että sosiaalinen media tuo helposti esille sen, jos ihmiset pitävät hauskaa keskenään. Esimerkiksi juhlista halutaan useasti päivittää ja julkaista kuvia sosiaaliseen mediaan. Vaikeaksi tilanteen tekee se, jos kuvat tai päivitykset näkee henkilö, jota ei ole kutsuttu juhliin. Kertomuksista välittyy tunne, että nuoret kokivat olevansa yksinäisiä ja ulkopuolisia, koska olivat nähneet muiden kuvia sosiaalisen median kautta. Juuri tällainen tunne välittyi yllättävän monessa kertomuksessa. Itseä ei ollut kutsuttu juhliin ja sosiaalinen media paljasti kuvia kyseisistä juhlista. Kutsumattomuus aiheutti itselle tunteen siitä, että on yksinäinen.

Sosiaalinen media on siis tuonut uuden ongelman esille. Ennen sosiaalista mediaa kuvat juhlista eivät levinneet samalla tapaa kuin nykyään. Esimerkiksi jos henkilöä ei ole kutsuttu juhliin, hän ei välttämättä entisaikaan eli ennen sosiaalista mediaa saanut tietää juhlista. Nykyään tiedot juhlista voivat levitä sosiaalisen median kautta laajallekin yleisölle. Ennen sosiaalista mediaa saattoi istua tyytyväisenä kotona, koska ei tiennyt paremmasta. Nykyään, jos istuu yksin kotona ja näkee toisten esimerkiksi pitävän hauskaa keskenään, voi toisten ilo tuntua itsestä todella pahalta. Erityisen pahalta se voi tuntua silloin, jos näkee kuvia juhlista, joihin ei ole saanut kutsua. Tunne ei todennäköisesti olisi niin suuri, jos juhlista ei näkisi ainuttakaan kuvaa tai tietäisi niistä mitään.

Toisten hauskanpidon näkemisen lisäksi tarinoissa tuli esille viesteihin vastaamattomuus. Henkilöt kokivat yksinäisyyden tunnetta, koska eivät olleet saaneet toivomaansa kontaktia sosiaalisen median kautta. Viestejä oli selkeästi odotettu, mutta jos niitä ei saanutkaan kokivat nuoret olevansa yksinäisiä.

Kuura ei ollut saanut toivomaansa kontaktia sosiaalisen median kautta, vaan hän jäi ilman vastauksia. Samainen henkilö on estänyt hänet jo muutamassa kanavassa, ilman päteviä perusteita (Kertomus 26)

Kuura kurkisti sosiaaliseen mediaan ja huomasi, että hän ei ollut saanut yhtäkään ilmoitusta. Kuuralle tuli tyhjä ja ontto olo. Hän oli odottanut vastausta viestiinsä, jonka oli lähettänyt kaverilleen ja kommentteja uuteen kuvaan, jonka hän oli postannut. Hänelle tuli surullinen olo koska kukaan ei tuntunut huomaavan häntä. (Kertomus 10)

Yllä olevat kertomukset tuovat esille sen, että sosiaalinen media näyttyy tärkeänä viestinnän välineenä nuorille. Nuorien mieliala on laskenut, koska he eivät ole saaneet toivomaansa vastausta viesteihinsä tai julkaisuihinsa. He tuntevat olonsa täten yksinäiseksi, vaikka heillä todennäköisesti todellisuudessa on ystäviä. Esimerkiksi yksin kotona ollessa nuoret kaipaavat kontaktia ja jos sitä ei saa toivomallaan tavalla, mieliala laskee. Vielä enemmän pahaa mieltä näytti tuottavan se, jos on odottanut kontaktia, mutta jostain syystä sitä ei saa.

Missään kertomuksissa ei tullut esille se, että vastaajat olisivat oikeasti yksinäisiä. Tarinoissa näyttäytyi lähinnä tunne siitä, että ei kuulu joukkoon ja kokee olevansa yksinäinen. Vastaajilla vaikuttaa olevan kavereita niin sosiaalisessa mediassa kuin oikeassa elämässäkin, vaikka aina ei siltä tunnu. Kertomuksen 10 loppu tiivistää hyvin sen, että nuorella vaikuttaa olevan kavereita, mutta juuri sillä hetkellä tuntuu yksinäiseltä, koska kukaan ei tunnu huomaavan itseä silloin, kun sitä kaipaisi. Sosiaalinen media voi nostaa helposti esille sen, että välillä on hetkiä, jolloin on yksin. Sillä hetkellä voi tuntua yksinäiseltä, mutta kuten tarinoista tuli esille, monet muutkin kokevat samaa tunnetta.

Kuuraa ärsyttää, sillä hän huomaa, että muut ystävät pitävät hauskaa. Kuuraa ei ole pyydetty mukaan, vaikka hän olisi halunnut. Kuuran ystävät ovat päivittäneet paljon hienoja kuvia someen jolloin Kuura huomaa muiden pitävän hauskaa ilman häntä. Mielialan laskuun vaikuttaa myös se, ettei Kuuran ystävä ole vastannut Kuuran viestiin, vaikka ystävä on huomannut Kuuran yhteydenoton. (Kertomus 18)

Yllä oleva lainaus kiteyttää hyvin sen, mistä tässä teemassa on kyse. Yksinäisyyttä voi kokea sen takia, että näkee toisten pitävän hauskaa keskenään. Toisaalta yksinäisyyttä voi tuntea myös siksi, että ei ole saanut vastausta toivomaansa viestiin. Kertomus osoittaa kuitenkin sen, että nuoret eivät oikeasti olleet yksinäisiä, vaan heiltä löytyy ystäviä. Nuorista vain tuntuu yksinäiseltä, kun ei kutsuta juhliin tai saa toivomaansa viestiä.

Sosiaalinen media voi olla yhteydessä hyvinvointiin monella eri negatiivisella tavalla. Kertomuksista tuli esille hyviä esimerkkejä siitä, miten sosiaalinen media voi olla yhteydessä hyvinvointiimme negatiivisella tavalla. Negatiivinen yhteys näyttäytyi olevan eniten sosiaalisen median sisällöillä. Se, millaista sisältöä sosiaalisesta mediasta löytyi, näytti vaikuttavan nuorten mielialaan suuresti. Nuoret kokivat esimerkiksi kateutta, vihaa ja yksinäisyyttä.

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Kertomuksista tuli esille se, että sosiaalinen media voi olla yhteydessä hyvinvointiimme monella tapaa sekä positiivisesti että negatiivisesti. Positiivisessa mielessä eniten mainittuja asioita olivat muilta käyttäjiltä saatu myönteinen palaute, henkilökohtaiset viestit, hauskat julkaisut, ilo toisten puolesta ja joukkoon kuuluminen. Negatiivisessa mielessä mainittiin vertailu, kateus, masentava huoli- ja vihapuhe sekä yksinäisyyden tunne. Teemoista löytyy myös paljon yhtäläisyyksiä toisiinsa, eivätkä kertomukset liity vain suoraan positiivisiin tai negatiivisiin tarinoihin. Kertomuksista löytyy siis monia puolia.

Tarkemmin tuloksia katsellessa teemoista alkoi muodostua niin sanottuja vastinpareja. Positiivisista ja negatiivisista tarinoista muodostui siis analysoinnin jälkeen vastakohtia. Olen muodostanut teemoista taulukon, josta selkenee hyvin myönteisten ja kielteisten kokemusten suhde toisiinsa (kts. taulukko 1).

Myönteiset kokemukset	Kielteiset kokemukset
yhteenkuuluvuuden tunne	yksinjäämisen tunne
ilo toisten puolesta	kateus
myönteinen palaute	vertailu
hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt	masentava huoli- ja vihapuhe

Taulukko 1 Myönteisten ja kielteisten kokemusten suhde toisiinsa

6.1 Yhteenkuuluvuuden tunne – Yksinjäämisen tunne

Taulukosta voi huomata hyvin sen, että tarinoissa on koettu sekä yhteenkuuluvuuden, että yksinjäämisen tunnetta. Toisaalta sosiaalisen median on koettu vahvistavan sitä tunnetta, että on osa jotakin yhteisöä ja tuntee kuulevansa joukkoon mukaan. Toisaalta taas sosiaalisen median on koettu vahvistavan yksinjäämisen tunnetta, koska sosiaalinen media voi tehdä näkyväksi esimerkiksi toisten ihmisten viettävän aikaa yhdessä.

Sosiaalisen median kautta voi siis kokea, että kuuluu joukkoon tai vastaavasti, että ei kuulu joukkoon. Tarinoissa tuli esille nämä molemmat puolet. Tarinoissa koettiin sekä yhteenkuuluvuuden iloa, että yksinäisyyden surua. Myös Weinsteinin (2018, 3612) tutkimuksen mukaan sosiaalisen median käytön nähtiin tukevan nuorten läheisyyttä, mutta toisaalta vahvistavan sitä tunnetta, ettei kuulu joukkoon. Hänen tutkimuksensa mukaan on mukavaa, kun kaverit ovat koko ajan tavoitettavissa sosiaalisen median kautta, vaikka he eivät olisi fyysisesti lähettyvillä. Toisaalta voi kokea ulkopuolisuuden tunnetta, koska näkee esimerkiksi toisten pitävän hauskaa yhdessä ilman itseä. (Weinstein 2018, 3613-3614.) Kyseisen tutkimuksen tulos on samansuuntainen, kuin tämä tutkimus. Sosiaalinen media voi siis myötävaikuttaa yhteisöllisyyden kokemiseen joko negatiivisella tai positiivisella tavoin.

Ihmiset käyttävät monesti samoja sovelluksia ja verkostoituvat siellä erilaisiin ryhmiin kiinnostuksen mukaan. Suosituimmaksi sosiaalisen median palveluiksi mainitaan eri lähteiden perusteella esimerkiksi WhatsApp, YouTube, Instagram ja Facebook. Palveluiden käyttö ja suosio vaihtelevat kuitenkin hiukan eri ikäryhmien ja lähteiden mukaan. (Ebrand Group 2019; Nepa 2019; Tilastokeskus 2017). Käyttö on myös erittäin suurta ja samoja sovelluksia käyttävät monet, joten ihmisten on helppo kokea yhteenkuuluvuutta. Toisaalta kun kaikki käyttävät samoja sovelluksia ja tieto on julkista, on helppo nähdä se, mitä toiset tekevät. Tarinoissa tuli esille monesti se, että on kivaa, kun voi olla yhteydessä kavereihin, mutta sosiaalinen media paljasti henkilöille myös sen, että heitä ei ollut kutsuttu juhliin. Sosiaalisella medialla voi siis olla kääntöpuolensa.

Primack ym. (2017) on tutkinut 1787 USA:n aikuisen sosiaalisen median käyttöä. Heidän tutkimuksensa mukaan he, jotka käyttivät sosiaalista mediaa eniten, tunsivat myös eniten sosiaalista eristäytyneisyyttä. Tällaisesta eristäytyneisyydestä ei kuitenkaan tässä tutkimuksessa ollut kyse. Tutkimuksen kertomukset keskittyivät lähinnä siihen, että sosiaalisen median kautta saa helposti yhteyden kavereihin. Sosiaalisesta eristäytyneisyydestä ei kertomuksissa ollut puhetta. Yksinjäämisen tunnetta koettiin lähinnä silloin, jos näkee toisten pitävän hauskaa ilman itseä tai ei saa vastauksia viesteihinsä.

Kertomuksissa ei tullut esille myöskään se, että sosiaalista mediaa käytettäisiin liikaa. Ainoastaan yhdessä kertomuksessa oman sosiaalisen median ajan käyttö nähtiin liian suurena ja addiktoivana. Vaikuttaa siis siltä, että nuoret osaavat huolehtia omasta sosi-

aalisen median ajan käytöstään ja jättävät aikaa myös tavallisille sosiaaliselle kontakteille. Nuorilla vaikutti olevan kavereita, vaikka he kokivat välillä olevansa yksinäisiä nimenomaan, koska olivat nähneet muiden pitävän hauskaa sosiaalisen median kautta.

Karpersky Labin (2017) tuottaman tutkimuksen vastaajista 59% oli onnettomia, jos he näkivät kuvia, joihin eivät itse osallistuneet (Bock, 2017). Tässä tutkimuksessa tällainen onnettomuus tuli esille nimenomaan yksinäisyyden tunteen kautta. Nuoret kokivat olonsa yksinäiseksi, kun näkivät sosiaalisessa media kuvia toisista tai juhlista, joihin heitä itseä ei ollut kutsuttu. Sosiaalinen media tekee siis näkyväksi sen, jos jollakin toisella on hauskaa ja silloin oma sen hetkinen arki voi tuntua huonolta.

Yhteenkuuluvuuteen liittyy myös viestit niin myönteisessä kuin kielteisessäkin näkökulmassa. Sosiaalinen media näyttäytyi olevan nuorille erityisen tärkeä viestinnän väline. Kun nuoret saivat henkilökohtaisia viestejä, kokivat he yhteenkuuluvuuden tunnetta, mutta kun he eivät jostain syystä niitä saaneet kokivat he olonsa yksinäiseksi. Viestit näyttivät olevan nuorille yksi tärkeimmistä yhteisöllisyyden merkeistä. Myös Uusiautinin ja Määtän (2014, 7) mukaan sosiaalisuus näytti olevan kaikista tärkein sosiaalisen median hyöty yliopisto-opiskelijoiden mielestä. Sosiaalista mediaa käytetään paljon nimenomaan siksi, että se tuo ihmisiä yhteen ja he voivat näin kokea yhteenkuuluvuutta.

Yhteydenpito toisiin ja yhteisöllisyys nähdään tärkeänä myös muissa tutkimuksissa. Esimerkiksi Ebrand Groupin (2019) kyselyn perusteella nuoret näkivät yhteisöllisyyden omien kavereiden kanssa erittäin tärkeänä. Myös tässä tutkimuksessa nimenomaan yhteisöllisyys omien kavereiden kanssa nähtiin todella tärkeänä. Yhteisöllisyys muiden kuin omien kavereiden kanssa ei näyttänyt olevan tärkeää. Nuoret kaipaavat sosiaalisesta mediasta selkeästi omia kavereita ja sitä kautta yhteisöllisyyttä.

Kertomusten perusteella vaikuttaa siltä, että nuoret eivät käytä sosiaalista mediaa niinkään verkostoituakseen uusiin ihmisiin, vaan lähinnä he kokivat yhteenkuuluvuutta koska kaverit käyttävät samoja sosiaalisen median palveluja. Yhteenkuuluvuuden näkökulmasta tärkeää on nimenomaan se, että omat ystävät ovat mukana samoissa sovelluksissa, jota käytetään. Omille kavereille voi esimerkiksi lähettää viestejä ja nähdä mitä heille kuuluu. Tärkeää on jatkaa yhteisöllisyyttä omien kavereiden kanssa myös sosiaalisen median välityksellä.

6.2 Ilo toisten puolesta – Kateus

Toinen esiin noussut vastinpari, joka löytyy taulukosta, on ilo toisten puolesta ja sen vastakohta kateus. Sosiaalisen median kautta kerrotaan paljon positiivisia asioita ja omista saavutuksista halutaan kertoa sosiaaliseen mediaan. Jos ihminen on kokenut jostain iloista tai hän on saavuttanut jotakin merkittävää, siitä herkemmin päivitetään sosiaaliseen mediaan kuin jostakin negatiivisesta asiasta. Esimerkiksi Bockin (2017) mukaan eniten sosiaaliseen mediaan julkaistaan jotakin, mikä on tehnyt itsen iloiseksi (61% vastaajista) ja vain 22% julkaisee jotakin, mikä on tehnyt itsen surulliseksi. Sosiaalisen median julkaisut ovat siis suurelta osin positiivissävytteisiä.

Tutkimuksen tuloksissa tuli esille toisten saavutuksiin ja iloon reagoiminen monella eri tapaa. Myönteisissä tarinoissa henkilö oli aidosti iloinen siitä, kun hän huomasi kaverilleen tapahtuneen jotakin mukavaa. Toisaalta negatiivisissa tarinoissa tuli esille kateus ja vertailu omiin saavutuksiin nähden. Ihmiset olivat selvästi kateellisia siitä, kun kaveri oli päivittänyt sosiaaliseen mediaan jotakin mukavaa ja iloista. Toisten saavutuksia myös vertailtiin herkästi itsen ja koettiin alemmuuden tunnetta, jos ei itse ollut saavuttanut jotakin merkittävää.

Toisen iloon voi siis suhtautua monella tapaa. Haluatko olla esimerkiksi iloinen, jos toinen on päässyt matkalle vai haluatko olla kateellinen siitä, että hän on matkalla, mutta oma arkesi on tällä hetkellä tylsää. Kaikki riippuu paljon omasta asenteesta. Toisen saavutuksiin voi suhtautua joko ilon tai kateuden kautta. Aina kyse ei ole myöskään juuri siitä hetkestä, ikinä ei voi olla varma, kuinka paljon esimerkiksi toinen on tehnyt töitä palkitakseen itsensä lomamatkalla. Sosiaaliseen median päivitysten takana voi olla siis kaikkea muutakin, mikä ei näy päällepäin. Monesti tällaisia asioita ei tule ajatelleeksi sosiaalista mediaa käytettäessä ja siksi saattaa kokea herkästi kateuden tunnetta.

Bockin (2017) mukaan ystävien iloinen lomakuva oli 45% mukaan negatiivisen mielialan syy. Oma iloinen lomakuva, jonka itse julkaisee saattaa siis vaikuttaa negatiivisesti yllättävän moneen ihmiseen. Usein oman lomakuvan julkaisemisen tarkoituksena ei ole aiheuttaa pahaa mieltä toisille vaan iloita omasta lomasta. On harmillista, että positiivisella mielellä tehty julkaisu saa monien mielialan myös laskemaan. Samanlai-

nen tulos tuli esille myös tässä tutkimuksessa. Kertomuksissa oli merkkejä siitä, että oma mieliala muuttui huonoksi, koska toinen on julkaissut lomakuvan sosiaaliseen mediaan. Vastaajat olivat jopa todella harmissaan siitä, kun kaveri on päässyt matkalle ja itse ei. Kertomuksissa oli myös merkkejä siitä, että osa vastaajista ymmärsi kuitenkin tilanteen taustan ja oli jopa ristiriitaisesti sekä iloisia kaverin puolesta, että kateellisia hänelle.

Toisaalta tarinoissa tuli esille se, että aina ei voi olla iloinen toisen puolesta. Esimerkiksi, jos sosiaalinen media on täynnä toisten iloisia parisuhdepäivityksiä silloin, kun itse on juuri eronnut, voi niihin olla sillä hetkellä vaikea tarttua positiivisuuden kautta. On luonnollista, että aina ei voi iloita toisten puolesta ja välillä saa myös olla kateellinen. Tärkeää olisi kuitenkin ymmärtää se, mitä kaikkea kuvan taustalla on. Monet nuorista olivatkin huomioineet myös sen.

Kaspersky Labin (2017) tuottaman tutkimuksen osallistuneista 57% oli sitä mieltä, että syy omaan huonoon mielialaan voi olla se, että toisilla on parempi elämä kuin itsellä. Toiset voivat olla esimerkiksi naimissa, heillä voi olla lapsia, he voivat olla lomalla tai matkalla. (Bock, 2017). Yli puolet siis vertailee omaa elämäänsä toisten elämään ja kaidehtii toisia siitä, mitä he ovat saavuttaneet tai mitä heillä on sillä hetkellä. Sama tulos tuli esille myös Choun ja Edgen (2012) tutkimuksessa. Heidän mukaansa, mitä enemmän henkilöt käyttivät Facebookia, sitä enemmän he olivat sitä mieltä, että toisilla on parempi elämä kuin heillä itsellään, ja elämä ei ole reilua. Iloiset kuvat voivat antaa kuvan siitä, että toiset ovat aina iloisia ja oma elämä ei sitä kuitenkaan ole. (Chou & Edge 2012, 19.)

Tässä tutkimuksessa tuli esille myös tällainen kateus. Nuoret olivat monissa kertomuksissa kateellisia toisille johtuen nimenomaan siitä, että oma elämä tuntuu huonommalta kuin toisten elämä. Meidän tulisi kuitenkin pohtia sitä, mitä sosiaalisessa mediassa näytetään eli ”täydellisen some-elämän” takana voi olla mitä vain. Rosenbergin ja Ekbergin (2011) mukaan sosiaalisen median käyttäjät voivat helposti valikoida, mitä he jakavat itsestään sosiaaliseen mediaan. Ihminen pystyy siis muodostamaan sosiaaliseen mediaan itsestä mahdollisimman ihanteellisen kuvan (Rosenberg & Ekberg, 2011). Näin ollen sosiaalisen median kuva ei ole välttämättä se todellinen kuva ihmisestä. Oli ilo huomata, että tässä tutkimuksessa tällainen sosiaalisen median pintapuolisuus kuitenkin mo-

nesti ymmärrettiin. Huolimatta ymmärryksestä esimerkiksi kadehtimista ja vertailua kuitenkin jatkettiin.

Vertailusta ja kadehtimisesta oli tarinoissa enemmän mainintaa, kuin ilosta toisen puolesta, joten tarvitsemme enemmän harjoitusta tässä asiassa. Ihminen voi olla iloinen toisen puolesta, mutta myös ärtynyt samaan aikaan. Sillä hetkellä ei osaa välttämättä ajatella asiaa niin, että itselläkin on joskus kivaa. Esimerkiksi jos töissä ollessaan näkee päivityksiä lomalta, voi olla vaikea ajatella sitä hetkeä, kun itsekin on ollut lomalla. Ajatus harhailee vain nykyhetkessä.

6.3 Myönteinen palaute – Vertailu

Kolmas vastinpari taulukossa on myönteinen palaute sekä vertailu. Esimerkiksi tykkäykset näyttäytyivät olevan sekä ilon aihe, että toisaalta myös kateuden ja vertailun kohde. Kertomuksissa koettiin iloa siitä, että oli saanut tykkäyksiä. Suuremmassa osiossa näyttäytyi kuitenkin tykkäykset negatiivisessa mielessä. Negatiivissa kertomuksissa tykkäyksiä katsottiin ja vertailtiin muihin. Jos ei ollut omasta mielestään saanut tarpeeksi tykkäyksiä omaan kuvaansa, oli oma mieli maassa ja oma ulkonäkö saatettiin kokea esimerkiksi rumaksi. Tykkäyksillä ja niiden määrällä nähtiin siis tutkimuksen perusteella olevan isokin yhteys hyvinvoinnin kokemiseen.

Sosiaalinen media on hyvä palsta vertailla toisia. Vogel (2014, 207) mukaan sosiaalisen median käyttäjät voivat oman harkinnan kautta jakaa tietoja itsestään sosiaaliseen mediaan ja näin ollen tiedot voivat tehdä heistä joko ylös tai alaspäin vertailtavaa. Esimerkiksi suuret tykkäys- tai kommenttimäärät voivat olla ylöspäin vertailtava kohde. (Vogel 2014, 207). Näin näytti olevan myös tässä tutkimuksessa, jossa tykkäys- ja kommenttimäärät näyttivät olevan vertailun kohteena monissa kertomuksissa.

Voisi ajatella, että tykkäyksistä koetaan paljon iloa, jos niitä saa paljon. Ilo omien tykkäysten määrästä näyttäytyi tässä tutkimuksessa yhtenä osa-alueena, mutta vielä suurempi merkitys tykkäyksillä oli nimenomaan negatiivissävytteisesti. Kertomuksissa tykkäysmääriä tarkasteltiin todella tarkasti ja tykkäysten alhaisesta määrästä verrattuna toisten tykkäysmääriin seurasi jopa epäsuosion ja rumuuden kokemuksia.

Myös Weinsteinin (2018, 3611) tutkimuksen mukaan tykkäykset merkitsevät suurta roolia joillekin. Hänen tutkimuksessaan tuli ilmi, että kuvia voidaan jopa poistaa, jos ne eivät täytä tiettyä itserakennettua tykkäysmäärän kynnystä. Postauksia myös mietitään todella tarkasti, jotta saadaan kuvasta mahdollisimman hienon näköinen. (Weinstein 2018, 3612.) Tykkäyksiä siis pohditaan paljon, jo ennen kuin kuvaa on edes julkaistu. Tässä tutkimuksessa tuli esille tykkäyksistä murehtiminen, mutta missään kertomuksessa ei tullut esille omien kuvien poisto. Niin pitkälle tämän tutkimuksen nuoret eivät menneet. Weinsteinin (2018, 3601) tutkimuksen henkilöt olivat keskimäärin 15-vuotiaita, joten tämä ilmiö saattaa olla suurempi nimenomaan teini-ikäisillä kuin yliopisto-opiskelijoilla. Molemmissa ikäluokissa tykkäyksiä kuitenkin vertailtiin yhtä lailla.

Bockin (2017) mukaan suurin osa haluaa, että omista julkaisuista tykätään ja monet myös vaivautuvat, jos eivät saa niin paljon tykkäyksiä, kuin haluavat. Sama ilmiö tuli esille myös tämän tutkimuksen kertomuksissa. Nuoret selkeästi toivoivat, että omista julkaisuista tykätään ja jos niin ei käynyt, olivat he surullisia ja pohtivat sitä, mistä se johtuu. Monet kokivat olevansa esimerkiksi rumia tai tyytymättömiä itseän, jos eivät saaneet niin paljon tykkäyksiä kuin toivoivat.

Instagram on vuoden 2019 aikana päättänyt aloittaa kokeilun, jonka tarkoituksena on poistaa osalta käyttäjistä tykkäysten lukumäärät. Instagramin mukaan uudistuksen tarkoituksena on poistaa käyttäjiltä paineita siitä, kuinka paljon tykkäyksiä heidän omat julkaisunsa saavat. Henkilöt voivat nyt ladata palveluun kuvia entistä enemmän välittämättä niin paljoa siitä, miltä kuvat näyttävät. Uudistuksen tavoitteena on, että ihmiset voisivat keskittyä enemmän itseän, eikä toisiin. Kokeilu vaikuttaa pieneltä muutokselta, mutta Instagramin mukaan vaikutukset voisivat olla huomattavat. (Kaskinen, 2019.)

Kokeilu on uusi, joten sen vaikutuksista ei ole saatu vielä tieteellistä tutkimustietoa. Kyseessä on vasta testiryhmä, jonka perusteella Instagram tekee päätöksiä tulevaisuuden suhteen. Onko tykkäysten määrän poistamisella yhteyttä käyttäjien kokemuksiin paineisiin vai ei? Se nähdään tulevaisuudessa testin jälkeen.

Tämän tutkimuksen perusteella kokeilu vaikuttaa olevan hyvä, koska sen verran monet kertomukset kertoivat omalta osaltaan siitä, että tykkäyksistä ja niiden määrästä ollaan erittäin kiinnostuneita ja niiden tavoittelu voi olla jopa erittäin negatiivisella tavalla yh-

teydessä käyttäjien hyvinvointiin ja sen kokemiseen. Ehkä tykkäysten poistaminen voi vähentää paineita luoda tietynlainen profiili juuri tykkäysten määrän maksimoimiseksi. Ehkä ihmiset laittavat palveluun entistä enemmän kuvia, joista tykkäävät aidosti eikä vain sen takia, että saisivat mahdollisimman paljon tykkäyksiä kuviinsa. Tykkäysten poistaminen poistaisi myös niiden vertailun keskenään.

Monesti sosiaalisen median tutkimuksissa painotetaan nimenomaan tykkäysten määriä. Tässä tutkimuksessa tuli kuitenkin esille vielä suurempana teemana positiivinen kommentointi. Positiivinen kommentointi nähtiin kertomuksissa yhtenä isona teemana. Kommenteilla nähtiin olevan suuri yhteys mielialan kokemiseen niin positiivisesti kuin negatiivisestikin. Varsinkin positiivisten kommenttien nähtiin olevan suuresti yhteydessä positiiviseen hyvinvointiin. Tarinoista huomasi sen, että kommenteilla voi olla todella suuri merkitys jopa henkilön koko päivän mielialaan. Positiivinen kommentointi oli yksi suurimmista teemoista. Sen myös nähtiin olevan yhteydessä omaan mielialaan suurella voimalla. Tulosten perusteella voi todeta, että aina, kun kommentoi jotakin, olisi hyvä miettiä sen vaikutuksia eteenpäin. Kommentoinnin vaikutus voi olla jopa yllättävän suuri niin negatiivisesti kuin positiivisestikin. Myönteisten kertomuksien perusteella voi todeta, että hyvällä positiivisella kommentilla voi olla jopa koko päivän mielialaan positiivinen vaikutus.

Osassa kertomuksista ymmärrettiin kommenttien vaikutus mielialaan ja muutamassa kertomuksessa jopa tehtiin jotakin toimenpiteitä oman ja toisten mielialan parantamiseksi. Omalla toiminnallaan voi tuottaa toisille iloa, ja sitä kautta saa myös itselle iloa. Positiivinen kommentointi voi myös levitä ja jos sitä saa itse, voi sitä myös levittää muille.

Positiivisia kommentteja myös vertailtiin toisiin herkästi kertomuksissa. Nuoret olivat kiinnostuneita siitä, millaisia kommentteja olivat itse saaneet, mutta myös kiinnostuneita siitä, millaisia kommentteja toiset olivat saaneet. Omia kommentteja vertailtiin herkästi toisten saamiin kommentteihin. Jos esimerkiksi omaan kuvaan ei kommentoitu yhtä paljon tai yhtä kivoja kommentteja nuoret kokivat itsensä huonommiksi ihmisiksi kuin toiset. Näin siis alun perin kivoiksi tarkoitettut kommentit aiheuttavat myös huonoa mieltä.

Negatiivisilla kommentteilla voisi ajatella olevan suuri merkitys mielialaan, mutta tässä tutkimuksessa nimenomaan positiivinen kommentointi näytti olevan suuressa roolissa ihmisen hyvinvoinnin kannalta. Kertomuksissa mainittiin positiivinen kommentointi todella paljon useammin kuin negatiivinen kommentointi. Negatiivinen kommentointi liittyi myös vahvasti esimerkiksi ympäristöhuoleen ja vihapuheeseen.

6.4 Hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt – Masentava huoli- ja vihapuhe

Neljäs vastinpari taulukossa on hauskuus ja huumoripitoiset sisällöt, sekä masentava huoli- ja vihapuhe. Bockin (2017) mukaan 60% menee sosiaaliseen mediaan nähdäkseen jotakin viihtyisää tai huvittavaa. Haemme siis sosiaalisesta mediasta iloa ja toivomme sosiaalisen median vaikuttavan positiivisesti mielialaamme. Sosiaalinen media sisältää myös paljon varjopuolia, eikä siellä ole vain sellaista sisältöä, jota siellä toivoisi olevan ja löytävän. Sieltä löytyy myös paljon vihapuhetta ja masentavia asioita. Negatiivisissa kertomuksissa tuli esille esimerkiksi ympäristöhuolta ja vihapuhetta. Sosiaalinen media sisältää näin ollen monenlaista sisältöä.

Tässäkin tutkimuksessa yksi iso positiivisen mielialan syy näytti olevan huumoripitoiset sisällöt. Ne ovat sellaisia, joita ihmiset toivovat sosiaalisesta mediasta löytyvän. Samalla ne voivat tuottaa iloa itselle, mikä tuli esille myönteisissä kertomuksissa. Sosiaalisen median sisällöllä voidaan nähdä olevan merkitystä ihmisten kokemaan mielialaan positiivisessa mielessä esimerkiksi nimenomaan huumoripitoisten sisältöjen kautta.

Toisaalta kielteisissä kertomuksissa tuli esille toisenlainen sisältö, joka aiheutti nuorille esimerkiksi huolta ja ahdistusta. Esimerkiksi ympäristökysymyksistä puhutaan paljon negatiivissävytteisesti, mikä aiheutti nuorille huolta ja surua. Ympäristöhuolta sisältävissä kertomuksissa tuli esille se, että sosiaalisen median kautta ei aina voi luottaa siihen tietoon, joka tulee vastaan. Mistä se tieto, joka on päätynyt sosiaaliseen mediaan, on peräisin? Esimerkiksi Trump on Yhdysvaltojen ja maailman yksi vaikutusvaltaisimmista ihmisistä tällä hetkellä. Voisi siis luulla, että hänen sanaansa voisi luottaa. Ympäristöhuolta sisältävissä kertomuksissa esille tuli se, että näin ei ole. Lähdekritiikin merkitys on siis suuri.

Sosiaalisen median avulla esimerkiksi valeuutiset leviävät helpommin kuin ennen, koska kuka tahansa voi käytännössä luoda ja levittää informaatiota eteenpäin. (Tuomola 2018, 74). Erilaisten uutisten ja muiden tietojen alkuperästä ei voi sosiaalisessa mediasa olla aivan varma. Esimerkiksi Trump twiittaa asioista totena, vaikka niillä ei ole tieteellistä faktapohjaa. Kertomuksista huomasin sen, että nuoret ymmärtävät, että kaikki sosiaalisessa mediassa esiintyvä asia ei ole aina se aito totuus. Ympäristöasiat ovat aihealue, joka herättää monenlaisia kantoja. On siis tärkeää katsoa lähde, mihin asiansa pohjaa. Sosiaalisessa mediassa liikkuu paljon myös väärää tietoa. Lähdekritiikki on siis tärkeä muistaa.

Sosiaalisen median sisällöt voivat siis herättää ihmisissä monenlaisia tunteita niin negatiivisessa, kuin positiivisessa mielessä. Esimerkiksi ympäristöön liittyvät sisällöt aiheuttivat nuorille paljon huolta ja ahdistusta. Sosiaalisessa mediassa ilmastonmuutos näytetään pitkälti negatiivisessa valossa ja uutisten yleinen teema on negatiivisuus. Harvemmin päivitetään uutisiin aiheita, joissa asiat ovat menneet hyvin. Sosiaalisen median sisältö on siis moninaista eikä aina sitä mitä haluaa. Oma mieliala voi muuttua sosiaalisen median kautta niin myönteisesti kuin kielteisestikin, koska sisältö voi olla joko toivottua tai ei toivottua.

Sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteys on tämän tutkimuksen mukaan moninainen. Nuoret kertoivat sekä positiivisia, että negatiivisia kokemuksia sosiaalisesta mediasta. Osa tarinoista liittyy ja linkittyy myös jollain tapaa toisiin teemoihin, esimerkiksi nuori voi olla yksinäinen ja samaan aikaan kokea kateutta. Joissakin kertomuksissa koettiin myös ristiriitaisia tuntemuksia. Henkilöt olisivat esimerkiksi halunneet olla iloisia toisten saavutusten puolesta, mutta jostain syystä he kokivat samanaikaisesti kateutta.

Hyvinvoinnin ja sosiaalisen median suhde ei ole siis selkeä, vaan monimuotoinen ilmiö. Kuten on jo aiemmin todettu, ei voi sanoa, onko sosiaalista mediasta enemmän hyötyä vai haittaa, tai löytyykö enemmän positiivisia vai negatiivisia puolia. Todellisuudessa niitä löytyy molempia. Vastaajien kokemukset jakautuivat vielä selkeästi nimenomaan vastakohdiksi eli samasta asiasta voi olla monta puolta ja montaa mieltä.

Aiemmat tutkimukset osoittavat, että nuorien verkkokokemukset voivat heijastaa heidän normaalielämän vahvuuksia ja heikkouksiaan (George and Odgers, 2015). Normaalielämämme on yhteydessä sosiaaliseen median monella tapaa, samoin kuin sosiaalinen

media on yhteydessä normaalielämään. Toisaalta normaalielämä vaikuttaa sosiaalisen median käyttäytymiseen, mutta sosiaalisessa mediassa koetut kokemukset voivat myös vaikuttaa omaan itseen ja omaan henkilökohtaiseen kokemukseen omasta itsestä, kuten tutkimuksessa tuli ilmi.

7 Pohdinta

Sosiaalisesta mediasta löytyy paljon sekä negatiivisia että positiivisia puolia, joita olen tutkimuksessa tutkinut. En halunnut rajata näkökulmaa vain joko positiiviseen tai negatiiviseen näkökulmaan, mikä osoittautui hyväksi valinnaksi. Tutkimuksesta voi huomata, että sosiaalisen median ja hyvinvoinnin yhteys on moninainen. Oli siis tärkeä tutkia aihealuetta kummastakin näkökulmasta käsin.

Eläytymismenetelmällä kerätty aineisto osoittautui hyväksi tavaksi kerätä aineistoa tällaiseen aihealueeseen liittyen. Tarinoiden jakautuminen puoliksi on hyvä esimerkki siitä, että sekä positiivisia että negatiivisia puolia löytyy. Oli mielenkiintoista huomata, että negatiivisten ja positiivisten tarinoiden suhde oli todella tasainen. Yhtenä aineistonkeruun pelkona itselläni näytti olevan juuri se, että paljon tarinoita saan kerättyä ja mikä on positiivisten ja negatiivisten tarinoiden suhde toisiinsa. Lopulta kävi todella hyvin ja sain kerättyä runsaan aineiston. Yleensä eläytymismenetelmässä määrätään kumpaan vaihtoehtoon vastaaja vastaa. Tämän tutkimuksen perusteella kuitenkin myös mahdollisuus valita kahden kehyskertomuksen väliltä osoittautui hyväksi. Se, että sai valita juuri oman mielenkiinnon mukaisen kertomuksen, saattoi vaikuttaa siihen, että aineistosta tuli niin runsas. Valintaa voi siis suositella muihinkin tutkimuksiin.

Onnistuin luomaan kehyskertomuksesta sellaisen, että siihen oli selkeästi helppo samaistua ja tarinat tempaisivat mukaan. Yksi syy siihen saattoi olla nimenomaan se, että vastaajat saivat valita kummasta kertomuksesta he haluavat kirjoittaa. Aineiston keräämistä myös täydestä luentosalista voi suositella muihin tutkimuksiin.

Tutkimus antoi hiukan uutta näkökulmaa aiheeseen liittyen. Tuloksista löytyy samoja piirteitä kuin muistakin aiemmista tutkimuksista, mutta tutkimus antaa myös uudenlaisen tarkastelunäkökulman sosiaalisen median ja hyvinvoinnin väliselle yhteydelle nuorten kertoman avulla. Samoja piirteitä aiempiin tutkimuksiin verrattuna löytyi esimerkiksi se, että ihmiset ovat kiinnostuneita omien julkaisujensa tykkäysmääristä ja muiden reaktioista julkaisua kohtaan. Reaktioista voidaan iloita, mutta myös olla huolissaan. Tässä tutkimuksessa varsinkin iloitseminen positiivisista kommentteista näyttäytyi suurena osa-alueena. Toisaalta negatiivinen tykkäysmäärien seuraaminen näyttäytyi olevan

yksi merkittävä huolen aihe. Jos ihminen ei saanut toivomaansa tykkäysmäärää, hän saattoi tuntea itsensä esimerkiksi huonommaksi ihmiseksi tai rumemmaksi, kuin muut. Positiivisten tykkäysmäärien iloitseminen ei taas nähty olevan niin suuri asia, vaan enemmän iloa näytti tuottavan nimenomaan positiiviset kommentit.

Tutkimuksessa kateus ja vertailu näyttäytyivät olevan laajasti yhteydessä kielteisiin kokemuksiin. Tulos on samansuuntainen kuin aiemmissa tutkimuksissa, koska kateus ja vertailu ovat yleisesti tunnistettuja negatiivisia sosiaalisen median haittapuolia. Muista tutkimuksista poiketen ilmastoahuoli näyttäytyi yhtenä suurena teemana tässä tutkimuksessa. Ilmastonmuutos ja ympäristön tila ovat aiheita, jotka ovat tällä hetkellä todella pinnalla sosiaalisessa mediassa. Ympäristökysymykset aiheuttivat nimenomaan negatiivista huolta ja jopa ahdistusta.

Ei voi siis sanoa sosiaalisen median olevan hyvä tai huono asia hyvinvoinnin kannalta. Sosiaalinen media sisältää monenlaisia piirteitä, jotka ovat yhteydessä hyvinvointiimme niin negatiivisella kuin positiivisella tavalla. Ne korostuvat eri tilanteissa. Ihmiset esimerkiksi suhtautuvat eri tavoin sosiaalisessa mediassa näkemäänsä, se tuottaako hyvän tekeminen, onnistumiset tai tuttavien matkailu iloa, kateutta vai pahaa mieltä, riippuu aina katsojasta ja hänen tilanteestaan.

Monet nuoret näyttivät kertomuksissa ymmärtävän sosiaalisen median haittapuolia ja yrittivät selittää, miksi he toimivat huonolla tavalla. Oma tietoisuus sosiaalisen median haittapuolista ei kuitenkaan näyttänyt vaikuttavan omaan toimintaan kovin suurella merkityksellä, vaan nuoret jatkoivat siitä huolimatta esimerkiksi vertailua ja kadehtimista. Joissakin tarinoissa kadehtiminen ja vertailu oli viety jopa todella pitkälle. Asialle tulisi tehdä jotakin.

Tutkimusten tulokset osoittivat, että mediakasvatus on tärkeää. Nuorille tulisi opettaa se, kuinka monella tavoin sosiaalinen media voi olla yhteydessä hyvinvointiimme. Lapsille tulee tehdä selväksi se, että sosiaalisen median kuvat eivät aina vastaa totuutta. Merilammen (2014, 35) mukaan lasten esi- ja alkuopetuksen mediakasvatukseen on kiinnitetty yhä enemmän huomiota. On hyvä, että jo lapsia opetetaan vastuullisiksi median käyttäjiksi, koska median käyttö alkaa monilla ja todella nuorina. Jo pienten lasten olisi hyvä ymmärtää millaisia sisältöjä sosiaalisessa mediassa on, ja miten niihin tulisi suhtautua.

Eläytymismenetelmä vaikutti sopivan aiheen tutkimiseen hyvin. Olisi mielenkiintoista esimerkiksi laajentaa kohderyhmää ikäihmisiin. Rønningin ja Sølbergin (2017) mukaan sosiaalinen media voi vaikuttaa ikäihmisten jokapäiväiseen elämään monin tavoin. Heidän tutkimuksessaan ikäihmiset kuvailevat sosiaalisen median kokemusten olevan positiivisia. Sosiaalisen median avulla he voivat esimerkiksi pitää yhteyttä perheeseen ja saada uusia ystäviä. Toisaalta he tarvitsevat vielä hiukan apua, jotta osaavat käyttää teknologiaa parhaalla tavalla. (Rønning & Sølberg, 2017) Olisi mielenkiintoista siis laajentaa tutkimusta koskemaan ikäihmisten hyvinvointia. Millainen yhteys hyvinvoinnilla ja sosiaalisen medialla näyttäytyy esimerkiksi ikäihmisten elämässä? Tästä voisi saada mielenkiintoista tietoa ikäihmisten näkökulmasta.

Nuorilla on selkeästi erilainen suhde sosiaaliseen mediaan, joten ikäihmisiä voisi olla mielenkiintoista tutkia. Nuoret esimerkiksi käyttävät sosiaalista mediaa enemmän kuin ikäihmiset. Monesti myös nuorten tietoisuus sosiaalisesta mediasta voi olla erilainen. Kyseisten syitten takia ikäihmiset voisivat olla mielenkiintoinen tutkimuksen kohde. Toisaalta tutkimusta voisi kohdentaa nimenomaan johonkin tulosten teemaan ja saada lisätietoa sitä kautta spesifimmästä näkökulmasta.

Sosiaalinen media ja hyvinvointi on todella iso teema, joten tutkimusta voisi käytännössä tehdä todella monella eri tavoin ja monesta lähtökohdasta käsin. Tämä tutkimus on lähestynyt aihetta vain yhdestä näkökulmasta käsin, mutta mahdollisuuksia tutkia tätä teemaa löytyy paljon muitakin. Tutkimusta on tehty jo paljon, mutta aina on tilaa myös uusille tutkimuksille, koska hyvinvoinnin ja sosiaalisen median suhde on ristiriitainen. Sosiaalinen media myös kehittyy koko ajan, joten ajankohtaista tutkimusta uusista näkökulmista tarvitaan.

Lähteet

Allardt, Erik. 1993. Having, loving, being: an alternative to the Swedish model of welfare research. Teoksessa: Nussbaum & Sen (toim.) The Quality of Life. Clarendon Press, Oxford.

Best, Paul, Mankletow, Roger & Taylor, Brian. 2014. Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. Children and Youth Services Review 41, 27-36.

Bock, Rainer. 2017. How Social Media Threatens Real-life Communication. Kaspersky Lab. Saatavilla [www-muodossa: https://usa.kaspersky.com/about/press-releases/2017_kaspersky-lab-study-shows-how-social-media-threatens-real-life-communication](https://usa.kaspersky.com/about/press-releases/2017_kaspersky-lab-study-shows-how-social-media-threatens-real-life-communication) (luettu 14.11.2019.)

Bruner, Jerome. 1987. Life as narrative. Social research vol 71 no 3, 2004, 691-710.

Clemet, J. 2019. Facebook: number of monthly active users worldwide 2008-2019. Saatavilla [www-muodossa: https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/](https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/). (luettu 14.11.2019.)

Clemet, J. 2020. Global social network penetration rate as of January 2020, by region. Saatavilla [www-muodossa. https://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/](https://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/) (luettu 7.2.2020).

Chou, Hui-Tzu Grace & Edge, Nicholas. 2012. "They are happier and having better lives than I am": the impact of using Facebook on Perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, Volume 15 number 2, 117-121.

DOI: 10.1089/cyber.2011.0324

Diener, Ed. 1984. Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, Vol 95, No 3, 542-575.

Diener, Ed & Seligman Martin E.P. 2002. Very happy people. *Psychological science* Vol 13 No 1, 81-84.

Diener, Ed & Tov, William. 2012. National Accounts of Well-Being. Teoksessa K.C. Land, A.C, Michalos & M. J. Sirgy (toim.) *Handbook of social indicators and quality of life research*. New York, Ny: Springer, 137-156

Gable, Shelly L & Haidt, Jonas. 2005. What (and Why) Is Positive Psychology?. *Review of General Psychology* Vol. 9. No 2, 103-111.

George, Madeleine J. & Odgers, Candice L. 2015. Seven fears and the science of how mobile technologies may be influencing adolescents in the digital age. *Perspectives on Psychological Science*. Vol 10(6), 832-851.

Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys ja kulttuuripalvelut. 2019. Suomessa asuvien 13-29 vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Saatavilla [www-muodossa https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/](https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/) (luettu 8.10.2019.)

Eskola, Jari, Mäenpää, Tiina & Wallin, Anna. 2017. Digitalisoituva ja monikielistyvä eläytymismenetelmä aikamme muutosten tutkimusvälineenä. Teoksessa Jari Eskola, Tiina Mäenpää & Anna Wallin (toim.) Eläytymismenetelmä 2017: Perusteema ja 11 muunnelmaa. Tampere: Tampere University Press, 6-14.

Eskola, Jari, Karayilan, Sanna, Kaski, Terhi, Lehtola, Tiina, Mäenpää, Tiina, Nishimura-Sahi, Oshie, Oede, Anu Maarit, Rantanen, Mari, Saarinen, Sirkku, Toivikko, Päivi, Valtonen, Marianna & Wallin, Anna. 2017. Eläytymismenetelmä 2017. Ohjeita ja kokemuksia menetelmästä kiinnostuneille. Teoksessa Jari Eskola, Tiina Mäenpää & Anna Wallin (toim.) Eläytymismenetelmä 2017: Perusteema ja 11 muunnelmaa. Tampere: Tampere University Press, 266-293.

Eskola, Jari & Nikanto, Ilona. 2018. Näin käytät eläytymismenetelmää: hyvät käytännöt ja kiperät kysymykset. Teoksessa Jari Eskola, Ilona Nikanto & Virtanen Satu (toim.) Aikamme kasvatus: vain muutos on pysyvää? -14 eläytymismenetelmätutkimusta. Tampere: Kopio Niini Oy, 385-397.

Eskola, Jari, Nikanto, Ilona, Virtanen, Satu. 2018. Eläytymismenetelmäaineistojen muuttuva luonne? Teoksessa Jari Eskola, Ilona Nikanto & Virtanen Satu (toim.) Aikamme kasvatus: vain muutos on pysyvää? -14 eläytymismenetelmätutkimusta. Tampere: Kopio Niini Oy, 9-20.

Eskola, Jari, Nikanto, Ilona & Wallin, Anna. 2018. Eläytymismenetelmä 2000-2017-systemaattinen kirjallisuushaku. Teoksessa Jari Eskola, Ilona Nikanto & Virtanen Satu (toim.) Aikamme kasvatus: vain muutos on pysyvää? -14 eläytymismenetelmätutkimusta. Tampere: Kopio Niini Oy, 398-404.

Hantula, Kirsi & Korkman, Oskar. 2018. Tutkimusmatka teknolandiaan eli miten internet, älypuhelin ja henkilöauto ovat muuttaneet ihmissuhteitasi ja elämääsi. Helsinki: Nordprint.

Heikkinen, Hannu L.T. 2015. Kerronnallinen tutkimus. Teoksessa Raine, Valli & Juhani Aaltola (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2 näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS kustannus, 149-167.

Hoffman, Christian R. 2017. Log in: Introducing the pragmatics of social media. Teoksessa Christian R. Hoffman & Wolfram Bublitz (toim.) Pragmatics of social media. Berliini: Walter de Gruyter GmbH, 1-30.

Hänninen, Vilma 2015. Narratiivisen tutkimuksen käytäntöjä. Teoksessa Raine, Valli & Juhani Aaltola (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2 näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS kustannus, 168-184.

Kaskinen, Miikka. 2019. Tykkäykset piiloon – Instagram haluaa vähentää käyttäjien paineita sekä riittämättömyyden tunnetta. YLE, 18.7.2019. Saatavilla www-muodossa: <https://yle.fi/uutiset/3-10884372> (luettu 10.02.2020.)

Kestilä, Laura & Karvonen, Sakari. 2019. Johdanto. Teoksessa Laura Kestilä & Sakari Karvonen (toim.) Suomalaisen hyvinvointi 2018. Helsinki: THL, 9-25.

Kross, Ethan, Verduyn, Philippe, Demiralp Emre, Park, Jiyoung, Seungjae Lee, David, Lin Natalie, Shablack Holly, Jonides, John & Ybarra, Oscar. 2013. Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. PLoS ONE 8(8): e69841. Doi:10.1371/journal.pone.0069841.

Lietsala, Katri & Sirkkunen, Esa. 2008. Social media introduction to the tools and processes of participatory economy. Tampere: Tampereen yliopisto.

Merilampi, Ritva-Sini. 2014. Mediakasvatuksen perusteet. Helsinki: BTJ Finland Oy.

Merriam-Webster. 2020. Definition of social media. Saatavilla [www-muodossa: https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media](https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media). (luettu 31.3.2020.)

Määttä, Kaarina. 2014. Kandidaatintutkielma- mikä se on ja miten se voidaan tehdä. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Nepa. 2019. Tutkimus: Digitaalinen yhdenvertaisuus Suomessa. Saatavilla [www-muodossa: https://docplayer.fi/149119088-Tutkimus-digitaalinen-yhdenvertaisuus-suomessa.html](https://docplayer.fi/149119088-Tutkimus-digitaalinen-yhdenvertaisuus-suomessa.html) (luettu 3.2.2020.)

O'Brien, Pamela, C. 2013. Introduction: Social media history and use. Teoksessa Kehmuba Langmia, Tia C.M Tyree, Pamela Obrien & Ingrid Sturgis (toim.) Social media: Pedagogy and practice. Lanhan, Maryland: University Press of America Inc, 9-21.

O'Reilly, Michelle, Dogra, Nisha, Whiteman, Natasha, Hughes, Jason, Eruyar, Seyda, Reilly, Paul. 2018. Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. Clinical Child Psychology and Psychiatry 23(4), 601-613.

Pantic, Igor. 2014. Online Social Networking and Mental Health. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, volume 17 number 10, 652-657. DOI: 10.1089/cyber.2014.0070.

Primack, Brian A, Shensa, Ariel, Sidani Jaime E, Whaite Erin O, Lin Liu yi, Rosen Daniel, Colditz, Jason B, Radovic, Ana & Miller Elizabeth. 2017. Social media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S.. *American Journal of Preventive Medicine* 2017;54(1),1-8.

Pesonen, Pirkko. 2013. *Sosiaalisen median lait*. Helsinki: Lakimiesliiton kustannus.

Pönkä, Harto. 2014. *Sosiaalisen median käsikirja*. Jyväskylä: Docendo Oy.

Rønning, Wenche M. & Sølvsberg Astrid M. 2017. Older Adults' Coping with the Digital Everyday Life. *Seminar.net Media, Technology & Lifelong Learning*.

Rosenberg, Jenny & Egbert, Nichole. 2011. Online impression management: personality traits and concerns for secondary Goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 1-18. doi:10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x.

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna. 2006a. *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto, Eläytymismenetelmä*. Tampere: yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Saatavilla [www-muodossa:](http://www.muodossa.fi) https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_5.html (luettu 8.11.2019.)

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna. 2006b. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto, Narratiiviset tarkastelutavat. Tampere: yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla [www-muodossa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_4.html](http://www.muodossa:https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_4.html) (luettu 5.3.2020.)

Salmela, Mari & Uusiautti, Satu. 2017. How to implement the narrative approach in different phases of a positive psychological research? A four-dimensional analysis. *International Journal of Research Studies in Psychology*. Volume 6, Number 1, 43-55. DOI: 10.5861/ijrsp.2017.1704.

Shakya, Holly B. & Christakis, Nicholas A. 2016. Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study. *American Journal of Epistemology*. Vol. 185 (3), 203-211.

Suomen virallinen tilasto. 2018. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 1. Suomalaisen internetin käyttö 2018 – viestintää, asiointia, tiedonhakua ja medioiden seuraamista. Helsinki: Tilastokeskus. saatavavilla [www-muodossa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_kat_001_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_kat_001_fi.html) (luettu 6.11.2019.)

Suomen virallinen tilasto 2017. Vapaa-ajan osallistuminen. Helsinki: Tilastokeskus. saatavavilla [www-muodossa: http://www.stat.fi/til/vpa/tau.htm](http://www.stat.fi/til/vpa/tau.htm) (luettu 12.2.)

Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK). 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsittely Suomessa. Saatavilla [www-muodossa https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf) (luettu 28.11.2019.)

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2016. Hyvinvoinnin mittaaminen. Saatavilla www-muodossa <https://thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/hyvinvointi/hyvinvoinnin-mittaaminen> (luettu 30.01.2020.)

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. (toim.) 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tuomola, Salla. 2018. Vaihtoehtoiset totuudet osana mediakulttuuria. Teoksessa: Veera Willman. (toim.) Mediakasvatuksen käsikirja. Eu: Unipress, 55-63.

Uusiautti, Satu & Määttä, Kaarina. 2014. I am no longer alone -How do university students perceive the possibilities of social media? International Journal of Adolescence and Youth. <http://dx.doi.org/10.1080/02673843.2014.919600>.

Vaarama, Marja, Moisio, Pasi & Karvonen, Sakari. 2010. Johdanto. Teoksessa Marja Vaarama, Pasi Moisio & Sakari Karvonen (toim.) Suomalaisten hyvinvointi 2010. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 10-19.

Viestintäliiga. 2017. Nuorten sometutkimus. Turku: Viestintäliiga. Saatavilla www-muodossa: <http://viestintaliiga.fi/wp-content/uploads/2017/12/sometutkimus2017.pdf> (luettu 5.11.2019.)

Vogel, Erin A, Rose Jason P, Roberts, Lindsay R & Eckles Katheryn. 2014. Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. Psychology of Popular Media Culture Vol 3, No 4, 206-222.

Wilska, Terhi-Anna. 2018. Median muovaamat sukupolvet. Teoksessa: Veera Willman. (toim.) Mediakasvatuksen käsikirja. Eu: Unipress, 35-51.

Weinstein, Emily. 2018. The social media see-saw: Positive and negative influences on adolescents' affective well-being. *New media & Society* 2018, Vol. 20(10), 3597 – 3623. DOI: 10.1177/1461444818755634.



Sosiaalinen media ja hyvinvointi korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa

Hei! Olen Emilia Matsi, viidennen vuoden mediakasvatuksen opiskelija. Teen gradua aiheenani sosiaalinen media ja hyvinvointi korkeakouluopiskelijoiden keskuudessa. Tutkimustani ohjaa professori Satu Uusiautti.

Kerään tutkimukseeni aineistoa eläytymismenetelmän avulla. Eläytymismenetelmässä vastaajan tulee kuvitella itsensä kertomuksen tilanteeseen ja jatkaa tarinaa joko kuvitteellisesti tai omiin kokemuksiin perustuen. En kerää vastaajilta minkäänlaisia taustatietoja, joten keräämäni aineisto on täysin anonyymia ja vastaaminen on näin turvallista.

Tutkimukseen osallistuminen on nopeaa ja helppoa, osallistuminen vie aikaa vain noin 10 minuuttia. Kaikki vastaukset merkitsevät todella paljon.

Lämmin kiitos osallistumisestasi jo etukäteen! Annan mielelläni lisätietoja (yhteystiedot alla)

Emilia Matsi
emilia.matsi@gmail.com

Eläytymistarinat

Alla on esiteltynä kaksi eläytymistarinaa. Voit valita niistä toisen (A tai B), jota jatkat. Kirjoita kertomus siitä, miten tilanne jatkuu joko kuvitteellisesti tai omiin kokemuksiisi perustuen. Kertomuksella ei ole ylä- tai alarajaa, mutta pyydän kuitenkin kuvailemaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti tilanteen jatkoa. Kirjoitettua klikkaa Lähetä-painiketta.

A) Kuura avaa sosiaalisen median tilin ja viettää sosiaalisessa mediassa hetken aikaa. Pienen hetken päästä Kuura kokee olevansa onnellinen ja iloinen. Kuvittele mitä ja millaisia asioita Kuura on sosiaalisen median kautta kokenut, että hänen mielialansa on yhtäkkiä noussut.

Oma vastauksesi

B) Kuura avaa sosiaalisen median tilin ja viettää sosiaalisessa mediassa hetken aikaa. Pienen hetken päästä Kuura kokee olevansa surullinen ja ärtynyt. Kuvittele mitä ja millaisia asioita Kuura on sosiaalisen median kautta kokenut, että hänen mielialansa on yhtäkkiä laskenut.

Oma vastauksesi
