

Tiia Paajanen

SOSIAALISEN MEDIAN VAIKUTUKSET NUORTEN AIKUISTEN KEHONKU- VAAN

Opinnäytetyö

Humanistisen alan ammattikorkeakoulututkinto

Yhteisöpedagogikoulutus

2023



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Yhteisöpedagogi (AMK)
Tekijä	Tiia Paajanen
Työn nimi	Sosiaalisen median vaikutukset nuorten aikuisten kehonkuvaan
Toimeksiantaja	Etelä-Savon hyvinvointialue, Ohjaamo Olkkari 2.0 -hanke
Vuosi	2023
Sivut	22 sivua, liitteitä 8 sivua
Työn ohjaaja	Katri Schadewitz

TIIVISTELMÄ

Sosiaalisen median aiheuttamia ulkonäköpaineita on tutkittu paljon, mutta nämä tutkimukset ovat kohdistuneet pääasiassa alle 18-vuotiaisiin lapsiin ja nuoriin. Myös sitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa yli 18-vuotiaiden kehon- ja minäkuvaan, on tutkittu hyvin vähän verrattuna lapsiin ja nuoriin. Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten aikuisten kehonkuvaan sekä miten viestintää aiheesta voisi tai tulisi mahdollisesti kehittää.

Opinnäytetyö toteutettiin hyödyntäen laadullista sekä määrällistä tutkimusotetta anonymilla kyselylomakkeella, jota levitettiin Ohjaamo Olkkarin sosiaalisessa mediassa sekä hyödynsin tässä myös omia verkostojani. Webropolissa. Kyselyyn vastasi yhteensä 80, mutta heistä karsiutui heti kyselyn alussa 6, käytännössä 74 niin sanottua käyttökelpoista vastausta. Vastauksista kävi ilmi, että sosiaalisen median aiheuttamat ulkonäköpaineet ovat varsin yleinen ilmiö myös yli 18-vuotiaiden keskuudessa, vaikka suurin osa vastaajista koki, että kokee niitä ainoastaan silloin tällöin. Eniten ulkonäköpaineita koettiin aiheutuvan Instagram- sekä Tiktok-sovelluksista.

Sen lisäksi, että kyselyssä pyrittiin selvittämään edellä mainitut asiat, halusin myös kartoittaa, minkälaista viestintää tai palveluita Ohjaamo Olkkari voisi tarjota sitä tarvitseville. Eniten vastausvaihtoehdoista kannatusta saivat erilaiset tietoiskut ja julkaisut sekä henkilökohtaiset tapaamiset aiheen tiimoilta. Suurin osa kuitenkin koki, ettei tarvitsisi henkilökohtaisesti neuvontaa tai tukea aiheesta, mutta kokee kuitenkin, että sitä olisi hyvä olla niille, jotka sitä tarvitsevat. Tulokset auttavat kehittämään Ohjaamo Olkkarin palveluita entistä paremmiksi. Tulosten perusteella voidaan todeta kyseessä olevan erittäin laaja ilmiö ja tutkimuksen toteutukselle oli selkeästi kysyntää. Tämän vuoksi jatkotutkimukset olisi hyvä toteuttaa 26 ikävuodesta eteenpäin aina 29-vuotiaisiin.

Asiasanat: sosiaalinen media, instagram, ulkonäkö, minäkuva, kehopositiivisuus

Degree title	Community educator
Author	Tiia Paajanen
Thesis title	The effects of social media to young adults' bodyimage
Commissioned by	Etelä-Savon hyvinvointialue, Ohjaamo Olkkari 2.0 -hanke
Time	2023
Pages	22 pages, 8 pages of appendices
Supervisor	Katri Schadewitz

ABSTRACT

There has been made several researches about the effects of social media but they have been mostly about teenagers and children under 18 years old. The effects to their bodyimages have been mostly unknown or there has been so little amount of information. The objective of the thesis was to find out: how has social media affected to young adult's bodyimage and how does the communication about the topic need to and could be improved.

The research was implemented made used with both qualitative and quantitative research methods in Webropol app and it was spread both in Ohjaamo Olkkari's and in my personal social media channels. The total amount of answers was 80 but six of them were disqualified in the beginning of the survey. The results show that the phenomenon is surprisingly extensive and the pressures about their appearances are quite common. However there isn't a significant need for the support services but they are still needed. The most of the appearance pressures seem to come from Instagram and the second from TikTok.

In addition of circumstances mentioned, I wanted to find out about if there should be made any improvements to Ohjaamo Olkkari's communication about the topic and what kind of services there could be offered for those who need it. The results says that there are most demand for different fact sheet posts on social media and personal meetings were also brought up in the answers. However majority of the answerers didn't seem to need any services but there was still some need for those and they also felt like there should be services available for those in need.

The research and the results help Ohjaamo Olkkari to improve their services. The results also give ground for further research about how does social media affect to young adults who are 26 years old or older.

Keywords: social media, Instagram, appearance, self-image, bodypositivity

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KESKEISET KÄSITTEET	6
2.1	Ulkonäköpaineet.....	6
2.2	Kehonkuva ja minäkuva.....	6
2.3	Dysforinen ruumiinkuvan häiriö.....	7
2.4	Kehopositiivisuus ja kehoneutraalius	8
2.5	Filtterit ja kuvien muokkaus	9
3	ILMIÖN KUVAUS.....	9
3.1	Mistä on kyse.....	9
3.2	Sosiaalisen median vaikutus nuoren aikuisen arkeen	10
3.3	Aiemmat tutkimukset	11
3.4	Toimeksiantajan esittely	13
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	13
4.1	Tutkimuskysymykset sekä kohderyhmä	13
4.2	Tutkimusote ja aineistonkeruumenetelmä	14
4.3	Aineiston analyysimenetelmä	15
4.4	Tutkimusprosessi ja kyselylomake.....	15
5	TULOKSET.....	17
5.1	Taustatiedot.....	17
5.2	Kokemukset ulkonäköpaineista	18
5.3	Ulkonäköpaineet sovelluksissa.....	21
5.4	Tukea sosiaalisen median aiheuttamiin ulkonäköpaineisiin	22
5.5	Jatkotutkimusehdotukset sekä pohdinta	24
	LÄHTEET.....	27
	LIITTEET	

Liite 1. Kyselylomake

1 JOHDANTO

Halusin lähteä tutkimaan sosiaalisen median vaikutusta erityisesti 18–25-vuotiaiden kehonkuvaan jo oman kiinnostuksen sekä kokemusten vuoksi, mutta myös siksi, että juuri tämän ikäisten kokemuksista aiheen tiimoilta on huomattavasti vähemmän kuin esimerkiksi peruskouluikäisten sekä toisella asteella opiskelevien kohdalla. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Etelä-Savon hyvinvointialue (ent. Etelä-Savon sosiaali- ja terveystalouden kuntayhtymä) yhdessä Ohjaamo Olkkari 2.0-hankkeen kanssa. Kyseinen hanke pyrkii kehittämään Ohjaamo Olkkarin talous-, asumis- sekä seksuaalivoukon palveluita (Ohjaamo s.a.), joista jälkimmäistä opinnäytetyöni tukee. Kehonkuva ja seksuaalisuus käsitteinä kulkevat pitkälti käsi kädessä keskenään, kun oma käsitys ja tunne kehosta ovat positiivisessa valossa, on myös omasta seksuaalisesta nauttiminen huomattavasti helpompaa (Väestöliitto 2020).

Koin, että tutkimukselle aiheesta oli ehdottomasti tarvetta, sillä kuten jo mainitsin, tietoa 18–25-vuotiaiden ajatuksista ja kokemuksista sosiaalisen median vaikutuksista kehonkuvaan ei ole juuri tutkittu. Joitakin satunnaisia tutkimuksia aiheesta toki oli jo olemassa, mutta tutkimukset olivat selkeästi tiiviimpään kohderyhmään rajattuja eivätkä näin ollen palvele aiheesta kiinnostuneita kunnolla. Toki tutkimustulokset antavat hyvää ennakkokäsitystä lähtötilanteesta.

Tiedon puutteeseen törmäsin suunnitellessani erästä opintojaksoa varten toteutetussa koulutuksessa, jossa luennoin aiheesta. Koulutuksessa jouduinkin lähestymään aihetta omien kokemusten pohjalta, minkä vuoksi halusin kysyä aiheesta heiltä itseltään. Toki esimerkiksi THL:n sivuilla löytyy tietoa puheeksi ottamisesta, mutta terveydenhuollon näkökulmasta (THL 2021).

Sosiaalinen media on ottanut suuren harppauksen viime vuosina ja näin ollen sen käyttö erityisesti nuorten keskuudessa on lisääntynyt ja jopa ongelmallistunut (Jyväskylän yliopisto 2021) ja tämä heijastuu hyvin vahvasti nuoren elämän eri osa-alueisiin, joista erityisesti kehonkuvaa sosiaalisen median vaikutuksesta keskitytään tässä tutkimuksessa tutkimaan.

Tavoitteena opinnäytetyölle on saada kerättyä mahdollisimman paljon dataa nuorilta aikuisilta itseltään, joiden pohjalta olisi mahdollista lähteä jatkoa ajatellen laatimaan esimerkiksi tietopakettia opinnäytetyön tulosten pohjalta. Tietoa oli siis tarkoitus kerätä kohderyhmälle (18–25-vuotiaat nuoret) suunnatulla nettikyselyllä, jonka pohjalta kokoon vastaukset yhteen ja niiden pohjalta on mahdollisuus lähteä kehittelemään esimerkiksi tietopakettia aiheesta tai vaihtoehtoisesti lähteä tekemään lisätutkimuksia.

2 KESKEISET KÄSITTEET

2.1 Ulkonäköpaineet

Ulkonäköpaineilla tarkoitetaan kaikenlaista ikävää ajattelua, kritiikkiä sekä siihen liittyvää epävarmuutta. Ulkonäköpaineita voidaan kokea oikeastaan mistä tahansa osasta omaa kehoa, mutta myös koko ulkonäkö voi aiheuttaa tämän kaltaisia ajatuksia. (Mattila 2022.) Ulkonäköpaineisiin liittyykin usein tietynlaisia vaatimuksia omasta ulkonäöstä ja nämä ovat usein saaneet vahvoja vaikutteita erityisesti sosiaalisen median eri alustoista (Helein s.a.).

2.2 Kehonkuva ja minäkuva

Kehonkuvalla tai kehoitsetunnolla tarkoitetaan henkilön käsitystä omasta kehostaan, toisin sanoen miten tämä ajattelee kehostaan. Kehonkuvaa, kuten mitä tahansa taitoa, pystyy kehittämään, kunhan sitä harjoittelee tarpeeksi. (Väestöliitto, s.a.). Mitä aikaisemmin sitä lähtee työstämään, sitä helpompi sitä on kehittää parempaan suuntaan.

Sosiaalisella medially on nykypäivänä yhä suurempi rooli nuoren kehonkuvan muodostumisessa sekä muokkautumisessa. Siksi on ensiarvoisen tärkeää, että sosiaalisessa mediassa näkyisi erilaisia kehoja eikä ainoastaan tietynlaisia, yleensä laihoja, sileäihoisia mies- tai naisoletettuja. (Vuorela s.a.) Somepersoonat Nelli Kenttä ja Katri Norrlin keräsivät Vitun ruma-kirjaansa kokemuksia nuorilta seuraajiltaan sosiaalisen median aiheuttamista ulkonäköpaineista.

Moni Norrlinin ja Kentän toteuttaman kyselyn vastaajista kertoi, että sosiaalinen media on vaikuttanut heidän kehonkuvaansa negatiivisesti ja

varsinkin yksi vastauksista erottui ikävästi joukosta: sosiaalinen media oli edistänyt hänen sairastumistaan syömishäiriöön. Myös oman kehon aiheuttamia negatiivisia tuntemuksia oli moni nostanut vastauksissaan esille (Kenttä & Norrlin 2021, 10.) mikä on erittäin huolestuttavaa ja tähän täytyisi kiinnittää ammattilaisen näkökulmasta enemmänkin huomiota niin sosiaalisessa mediassa kuin sen ulkopuolella.

Eniten kehoonsa tyytymättömiä ovat tytöt, jotka kehittyvät muita aikaisemmin sekä suhteessa muihin myöhässä kehittyvät pojat (Peltola 2020). Myös pojat ja miehet kärsivät ulkonäköpaineista, mutta tarkkaa lukemaa ei voida määrittellä, sillä miesten ja poikien ulkonäköpaineista sekä itsetunto-ongelmista vaietaan yhä tänäkin päivänä. Tätä voi selittää myös se, etteivät he välttämättä osaa tunnistaa kokemuksiaan ulkonäköpaineiksi tai kehonkuvaongelmiksi. (Heimolehto 2021.)

Minäkuvalle ei ole olemassa yhtä ainoaa määritelmää, sillä tämä on osittain tulkitsemiskysymys (Salmi & Sallinen. 2021). Kuitenkin tyypillisintä minäkuvalle on, että se antaa vastauksen siihen, kuka mina olen. Tämä kehittyy kokoajan ihmisen mukana eli esimerkiksi lapsena määrittynyt minäkuva ei vastaa todellista käsitystä itsestä aikuisena. (Vernerinet, 2014.) Kun tuntee ja tietää oman itsensä, eri tilanteissa on helpompi toimia ja tiedostaa se, miksi toimii miten toimii (Sanfeliciano 2022).

2.3 Dysforinen ruumiinkuvan häiriö

Dysforisella ruumiinkuvan häiriöllä eli BDD:llä tarkoitetaan henkilön vääristynyttä kehonkuvaa, jossa tämä ajattelee olevansa vastenmielinen, rumma tai vääränlainen. Tyypillisimmin tämä kehittyy joko teini-ikäisenä tai nuorena aikuisena ja pahimmillaan eskaloituu esimerkiksi mittaviin kauneusoperaatioihin, jotka voivat olla hyvin riskaabeleita. Usein tätä esiintyy henkilöillä, joilla on jo valmiiksi masennustaustaa tai psyykkisiä ongelmia. Syytä on kuitenkin muistaa, että mikäli huoli keskittyy ainoastaan omaan painoon, on tällöin kyse laihuus- tai muusta syömishäiriöstä. (Huttunen 2018.) Dysforinen ruumiinkuvan häiriö voi olla pahimmillaan, ettei henkilö kestä katsoa itseään edes peilistä ja pyrkii esimerkiksi peittämään kehonsa löysillä vaatteilla. Ilmiönä tämä ei ole ainoastaan tavallisten ihmisten keskuudessa, vaan jopa

julkisuuden henkilötkin kärsivät tästä. (Mts. 22) Sosiaalisessa mediassa tietynlainen kehotyyppi on se, jota nostetaan jalustalle ja unohdetaan kokonaan kehojen monimuotoisuus.

2.4 Kehoposiitivisuus ja kehoneutraalius

Kehoposiitivisuus alun perin tunnettiin nimellä *Fat acceptance*, joka koski suurimmaksi osaksi lähinnä ylipainoisten kehojen hyväksymistä. Termi muokkautui ajan saatossa niin, että nykyään sillä tarkoitetaan kaikkien kehojen arvostamista ja kunnioittamista riippumatta mistään ulkoisesta tekijästä. (Uusimaa 2020.) Perimmäisenä ideana kehoposiitivisuudessa on tuoda kaikenlaiset kehot tasa-arvoiseen asemaan eli terveydellisillä seikoilla ei tässä tapauksessa ole mitään merkitystä. Kehoposiitivisuus edelleen ymmärretään monesti niin, että se kannustaisi ihmisiä liikalihavuuden ihannointiin, vaikka totuus on aivan toinen. (Salminen 2021.)

Vuosien mittaan kehoposiitivisuus on työntänyt juuriaan myös sosiaaliseen mediaan ja muun muassa eri sosiaalisen median vaikuttajat, kuten Tinna Henriikka (Pehkonen s.a) sekä Tytti Shemeikka (Shemeikka s.a) ovat ottaneet aiheeseen kantaa ja pyrkineet omalla toiminnallaan murtamaan yhteiskunnan asettamia kehomuotteja. Tämä näkyy myös erilaisissa projekteissa, kuten lahtelaisen Krista Kohosen kuvapalvelu Instagramissa lanseeraaman Ihastu Kehoosi-projektissa, jonka ideana on tuoda esille erilaisia kehoja sosiaalisessa mediassa (Kohonen 2021). Kehoposiitivisuudessa nähdään kuitenkin ongelmana se, että ihminen voi helposti kokea painetta olla tyytyväinen omaan kehoonsa, vaikkei sitä välttämättä olisi yrittäen mahtua jonkinlaiseen muottiin (Hanhirova 2019).

Kehoneutraaliudella tarkoitetaan käytännössä sitä, että hyväksytään oma tilanne ja keho, muttei kuitenkaan välttämättä rakasta itseään (Jurvelin 2021). Kehoposiitivisuudessa korostuu juuri se, että jokainen on hyvä sellaisenaan kuin on, mutta tässä se ei korostu niinkään, vaan pyritään tilanteen hyväksymisen kautta tekemään muutosta vallitsevaan tilanteeseen. Kehoneutraaliudessa ei kuitenkaan keskitytä kehon ajatteluun (Vehmanen s.a).

2.5 Filtrit ja kuvien muokkaus

Filttereillä eli suodattimilla tarkoitetaan tässä yhteydessä ennalta asetettuja asetuksia, joilla voidaan luoda kuvaan täysin erilainen tunnelma esimerkiksi muokkaamalla värejä, terävyyttä, kontrastia ja muita asetuksia. Filtrereitä on saatavilla niin ilmaiseksi kuin ostettavina, usein kuitenkin sovelluksissa näitä on valmiina ja käyttäjät voivat luoda niitä myös itse. Filtrit voivat olla myös ulkonäköä muokkaavia tehosteita, joilla voidaan esimerkiksi silottaa ihoa, poistaa kuvasta ei toivottuja asioita ja jopa hoikentaa omaa tai toisen vartaloa. (Newspoint Institute s.a.)

Filtrit voivat olla myös muutakin kuin kasvoja muokkaavia tehosteita. Videopalvelu TikTokissa filtrit voivat olla myös sellaisia, jotka käyttäjän kasvojen tai muun asian perusteella määrittävät tästä jotakin, kuten mikä televisiosarjan hahmo on. Uusimpana trendinä on ilmestynyt filtri, joka käyttäjän kasvojen perusteella yrittää arvata, paljonko tämä painaa. Näissä kuitenkin tällainen filtri todennäköisesti ei kuitenkaan pysty varmaa tulosta antamaan, vaan satunnaisesti esittää jonkun lukeman tai kuvan. Joissakin tapauksissa filtrit voivat perustua myös tekoälyyn, mutta hyvin harvoin tässä tapauksessa. (Mt.)

Kuvien muokkaus on tehty nykypäivänä erittäin helpoksi, ehkä jopa liian helpoksi. Kuvien muokkaaminen ei vaadi juuri osaamista, sillä monissa sovelluksissa muokkaustoiminnot ovat lähes valmiissa muodossa ja riittää, kun tekee vain pieniä muutoksia. Lopputulos voi usein vaikuttaa hyvin todentuntuiselta eikä eroa alkuperäiseen välttämättä pystytäkään tai jopa haluta huomaamaan tai tiedostamaan. (Eronen 2017.)

3 ILMIÖN KUVAUS

3.1 Mistä on kyse

Koska tarkastelussa on sosiaalisen median vaikutuksia nuorten aikuisten kehonkuvaan, on sanomattakin selvää, että ilmiö on suhteessa muihin melko uusi, mutta itse ulkonäköpaineiden aiheuttamat vaikutukset eivät. Esimerkiksi 1990-luvulla sosiaalista mediaa ei ollut vielä olemassa, jolloin ulkonäköön vaikuttavat asiat tulivat yleensä muualta, esimerkiksi kouluista tai harrastuksista. Toki jo tällöin oli hyvin vahvat kauneushanteet ja näiden haittapuolet tulivat

esille aikaisemmin: 1960-luvulla havahduttiin siihen, että ulkonäköpaineet ja kauneushanteet saivat erityisesti nuoret tytöt ja naiset tarkkailemaan omia syömisiään. (Järvi ym. 2018.)

Sosiaalinen media on paikka, josta on helppo hakea sitä, mitä etsii. Esimerkiksi tiettyjen avainsanojen, sosiaalisessa mediassa hashtagit auttavat sen etsimisessä. Jos nuori haluaa esimerkiksi katsoa kuvia treenatuista kehoista, riittää vain, kun tietää oikeat hakusanat. Aina ei tarvitse kuitenkaan edes etsiä tietoisesti mitään sosiaalisessa mediassa, sillä algoritmit tuovat usein käyttäjälle sellaista sisältöä näkyviin, josta se uskoo tämän pitävän. Algoritmillla tarkoitetaan erilaisia sääntöjä tai määritelmiä, joiden mukaan se näyttää meille sisältöä (Mannerheimin Lastensuojeluliitto, 2021). Käytännössä tämä tarkoittaa, että suojautuminen ei toivotulta sisällöltä on hankalaa, mutta halutessaan käyttäjä voi rajoittaa tietynlaisen sisällön näkemistä, mikäli tämä sitä haluaa. Kaikki eivät kuitenkaan tästä mahdollisuudesta ole tietoisia tai haluavat ehkä kieltää ongelman olemassaolon.

3.2 Sosiaalisen median vaikutus nuoren aikuisen arkeen

Sosiaalisella medially tiedetään olevan vaikutuksia henkilön kehonkuvaan, varsinkin nuorten, jotka kuluttavat sosiaalista mediaa päivittäin. Sosiaalisen median käyttö on nykypäivänä lähes kiveen hakattu normi ja sen käyttö on lisääntynyt vuosien varrella huomattavasti muuttuen helposti ongelmalliseksi. Koululaistutkimuksen mukaan nuorista peräti yhdeksän prosenttia ovat sosiaalisen median ns. ongelmakäyttäjiä eli käyttävät sitä paljon. (Jyväskylän yliopisto, 2021.) Tällä on lähestulkoon väistämätön vaikutus nuoren elämään ja sitä kautta nuoren omaan kehonkuvaan.

Nuorten sekä nuorten aikuisten välisen vuorovaikutuksen helppous tuo esille myös varjopuolen: kuvia sekä videoita voidaan lähetellä toisille ja näin negatiivisen vertailun mahdollisuus lisääntyy, mikä on hyvin yleistä (Peltola 2020). Tätä esiintyy myös tutkittavien ikähaarukassa, joka on tullut ilmi vaihtamissani yksityisviesteissä kohderyhmään kuuluvien henkilöiden kanssa jo ennen opinnäytetyöprosessin aloittamista. Sosiaalinen media ei ole kaikesta huolimatta ole täysin paha, vaan sosiaalinen media on tuonut merkittävästi helpotusta ihmisten keskinäiseen yhteydenpitoon ja mahdollisuuden

luoda uusia ystävyys-suhteita niin kotimaassa kuin kansainvälisesti (Luukkonen & Lahtinen 2021). Monelle ystävyys antaa tilaisuuden olla oma itsensä sekä ylläpitää mielenterveyttä (Mieli ry). Sosiaalinen media tarjoaakin monipuoliset ja laajat mahdollisuudet pitää yllä omia kontakteja.

Nuorten suosimassa videopalvelu TikTokissa kiertää usein erilaisia haasteita eli ns. trendejä (Sundell 2019), joissa usein tehdään omalle ulkoiselle olemukselle jotakin, monesti omalle keholle. Olen vuosien saatossa tehnyt omia havaintoja koskien niin nuorten kuin nuorten aikuisten käyttäytymistä sosiaalisessa mediassa sekä kiinnittänyt huomiota heidän kehonkieleensä sekä puheisiin kehoistaan. TikTokissa monissa videoissa esiintyy kiusaamista ja pilkkaamista, jotka ovat kohdistettu usein videossa esiintyneen kehoon tai kasvoihin. Moni nuori ei välttämättä tiedä, miten kyseisessä tilanteessa kannattaisi toimia ja kommentit menevät pahimmassa tapauksessa voimakkaasti ihon alle. Nuorena saadut ikävät kommentit usein saattavat vaikuttaa vielä aikuisenakin.

Kasvoja tai kehoa jollakin tapaa muokkaavat suodattimet ovat esillä hyvin monessa videossa tai kuvassa. Näille saattaa helposti tulla sokeaksi eikä välttämättä tunnista enää, mikä on totta ja mikä ei (Kenttä & Norrlin 2021, 23). Myös aikuisena on yllättävän helppoa unohtaa todellisuus. Sosiaalisessa mediassa koko ajan pyritään ylläpitämään täydellisyyden kuvaa, liittyy se sitten omaan elämään tai ulkonäköön. Rankalla kädellä käsitellyt kuvat ja videot vaikuttavat enemmän tai vähemmän henkilön itsetuntoon – usein erittäin negatiivisesti. Filttereillä todennäköisesti pyritään siihen, että alkuperäinen ei enää riitä. (Dove 2021.)

3.3 Aiemmat tutkimukset

Sosiaalisen median vaikutuksista nuorten kehonkuvaan on tutkittu jonkin verran, mutta ei kovinkaan paljon ilmiön ollessa melko uusi. Vielä vähemmän ilmiötä on tutkittu nuorten aikuisten keskuudessa. Nekin tutkimukset ovat suurimmaksi osaksi toteutettu esimerkiksi Pro gradujen tai muiden tutkimuksellisten lopputöiden yhteydessä, myös eri verkkolehtien toteuttamia kyselyitä on toteutettu viime vuosina. Viimeisin kyseisestä aiheesta on vuodelta 2021, jos-

sa selvisi, että sosiaalisen median käyttö nuorten keskuudessa on tiheää ja vaikutukset kehonkuvaan negatiivisia (Hietaoja & Mäkinen 2021, 2).

Instagram tuli kaikkien internetin käyttäjien saataville vuonna 2012 (Hakonen 2014) mikä selittää osin ilmiön uutuuden. Tämän koettiin eniten aiheuttavan ulkonäköpaineita ja näin vaikuttaen hyvin vahvasti nuorten kehonkuvaan, Kentän ja Norrlinin teettämässä ky-selyssä (Kenttä & Norrlin 2021, 16) Kuitenkin ilmiön tiedetään olevan hyvin vahvasti sukupuolittunut: enemmistö ulkonäkönsä tyytymättömistä ovat tyttöoletettuja, pojat kokevat sosiaalisen median jopa positiivisena vaikutuksena heidän keho kuvaansa (Aatsinki & Heikkinen 2020, 2).

Ilmiön tiedetään kuitenkin olevan hyvin vahvasti sukupuolittunutta ja yleistä erityisesti tietyssä ikäryhmässä: Eniten sosiaalisen median aiheuttamia ulkonäköpaineita kokevat nuoret naiset (Åberg ym. 2020). Tämäkään ei välttämättä kerro koko totuutta, sillä miesten kokemista ulkonäköpaineista ei puhuta yhtä paljon ääneen eivätkä miehet välttämättä tiedosta, että heidän kokemansa ikävät ajatukset ovat ulkonäköpaineita. Kuitenkin on tutkittu myös, että naiset viihtyvät huomattavasti vähemmän kehoissaan verrattuna miehiin (Hanhirova 2019).

Myös sillä, kuinka paljon ystäviä ja seuraajia sosiaalisessa mediassa on, on huomattu olevan vaikutusta siihen, miten kokee oman itsensä (Åberg ym. 2020). Esimerkiksi seuraajien vähyys voi helposti aiheuttaa tunteen, ettei ole omana itsenään tarpeeksi kiinnostava tai kaunis. Tässä kohtaa huomaa, miten haitallinen vaikutus vertailulla lopulta on. Toisaalta myös sillä, että on paljon seuraajia, voi olla lähes yhtä haitallinen, ellei jopa haitallisempi vaikutus: kun on paljon seuraajia, täytyy näyttää aina hyvältä tai muuten seuraajat lakkaavat seuraamasta. (Mt.)

Vaikka sosiaalisessa mediassa saisi positiivisia kommentteja omasta ulkonäöstään, voi se olla osittain haitallista. On toki hienoa, että ihmiset kykenevät kehumään toisiaan myös sosiaalisessa mediassa, mutta jatkuva kehujen saaminen omasta ulkonäöstä voi aiheuttaa painetta olla jatkuvasti tietynlainen, sellainen, joka saa näitä kyseisiä kehuja ulkonäöstään. (Tiggemann & Barbato 2018).

Tässä tutkimuksessa ei keskitytä vastaajien sukupuoliin, vaan pikemminkin siihen, miten nuoret aikuiset haluaisivat, että ulkonäköpaineista puhuttaisiin sosiaalisessa mediassa ammattilaisten puolelta. Tästä ei tällä hetkellä ole tietoa juuri lainkaan, lähinnä puheeksi ottamisesta yleensä (Nyyti ry s.a). Tutkimustarve selittyy myös siten, että kaikki ammattilaiset eivät välttämättä käytä sosiaalista mediaa ollenkaan ja niin sanotun somemaailman ymmärtäminen on hyvin puutteellista.

3.4 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyön tilaajana toimii Ohjaamo Olkkari 2.0-hanke yhdessä Etelä-Savon hyvinvointialue (ent. Etelä-Savon sosiaali- ja terveystalveluiden kuntayhtymä) kanssa. Ohjaamo Olkkari on Mikkelissä sijaitseva matalan kynnyksen palvelupiste, joka toimii ikään kuin yhden luukun periaatteella: paikalla on saatavilla tukea ja neuvontaa arjen eri tilanteissa, kuten opiskelussa, työhön hakeutumisessa tai arjen askareissa yleensä. (Ohjaamo s.a.) Ohjaamo Olkkari 2.0 hankkeen keskeisin tavoite on laajentaa Ohjaamossa tarjolla olevia palveluita käyttäen apuna eri digitaalisia menetelmiä. Tämän lisäksi hankkeessa pyritään kehittämään ja luomaan yleisesti kaikkien kohderyhmään kuuluville saatavaksi arjen ja seksuaalisuuden neuvontaa. (Ohjaamo s.a.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tutkimuskysymykset sekä kohderyhmä

Valitsin seuraavat tutkimuskysymykset, joita lähden tutkimaan ja syventämään opinnäytetyössäni:

1. Minkälaisia vaikutuksia sosiaalisella medialla on ollut nuoren ulkonäköpaineiden syntymiseen?
2. Miten viestintää aiheen tiimoilta voisi tai tulisi kehittää?

Näiden pohjalta laadin lisäksi tarkentavat alakysymykset.

Alkuperäinen suunnitelma oli, että tutkittavat edustavat ikäryhmää 15–20-vuotiaat, mutta lopulta päädyin asettamaan rajauksen 18–25-vuotiaisiin. Tämä perustuu siten, että erityisesti tätä ikähaarukkaa edustavat ovat eläneet jo hie-

man ennen ensimmäisten sosiaalisen median kanavien syntyä, kuten Facebookia, joka perustettiin vuonna 2004 alun perin juuri opiskelijoita varten (Laari 2021), joita hyvin merkittävä osa tutkittavista todennäköisesti on. He siis muistavat aikaa sosiaalisen median olemassaolon molemmin puolin.

Sosiaalisen median vaikutuksista tiedetään jo jonkin verran, mutta puolestaan sitä, muuttuiko näiden nuorten kehonkuva suuntaan tai toiseen sosiaalisen median synnyn myötä. Tätä haluan tutkia erityisesti siksi, sillä esimerkiksi internetin keskustelupalstoilla sekä kommenttikentissä törmää monesti väittämään, että sosiaalisen median myötä kaikki meni pahempaan suuntaan. Halusin tietää, onko asia todella näin.

4.2 Tutkimusote ja aineistonkeruumenetelmä

Tutkimusotteeksi olen valinnut tutkimustani varten kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimusotteen. Kvantitatiivisella tutkimusotteella tarkoitetaan käytännössä, että tutkittavaa joukkoa analysoidaan numeroiden avulla (Jyväskylän yliopisto, 2015). Määrälliselle tutkimusotteelle yksi tyypillisimpiä menetelmiä on hyödyntää kyselylomaketta, jota tässä tapauksessa hyödynnettiin. Tutkimus toteutettiin survey-tutkimuksena. Kysely on sisällöltään vastaajasta riippumatta kaikille sama eli käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että kyseessä on vakioitu eli standardoitu kysely. (Vilka 2021, 76.) Menetelmänä kyselylomake ei ollut kuitenkaan täysin riskitön, sillä mahdollisena uhkana oli etukäteen tiedostettu alhainen vastausprosentti eli tutkimusaineiston kato (mts. 76), mutta tässä tapauksessa tätä ei lopulta tapahtunut ja vastauksia saatiin kerättyä melko kattava määrä.

Tutkimusmenetelmänä kyselylomakkeeseen liittyy sen sopivuudesta huolimatta ongelmia, kuten avovastausten väärinymmärtämisen riski sekä vaikka kyselylle on asetettu selkeä kohderyhmän rajaus, kyselyyn silti saattaa vastata siihen kuulumaton henkilö. Tässä kohtaa täytyy suhtautua tuloksiin hieman varauksella. Tätä pyrin ehkäisemään suunnittelemalla lomakkeen niin, että mikäli vastaaja vastaa kuuluvansa kohderyhmän ulkopuolelle, lomake ohjaisi tämän viimeiselle sivulle, mutta kuten mainitsin, tähänkään ei voi sataprosenttisesti luottaa.

Tiedostin etukäteen myös riskin siitä, että en välttämättä saa tarpeeksi laajaa otantaa karsimalla tutkimuksen kohderyhmää, mutta sen riskin olin valmis ottamaan. Olemassa oli myös riski, että vastaushetkellä vastaaja saattaa unohtaa jotakin oleellista. Nämä kaikki edellä mainitut asiat vaikuttavat tutkimuksen reliabiliteettiin eli luotettavuuteen. Nämä virheet ja ongelmat eivät kuitenkaan välttämättä aiheuta merkittäviä vaikutuksia tutkimuksen kannalta. (Vilkkä 2021, 154.)

4.3 Aineiston analyysimenetelmä

Kyselyn tulokset analysoin hyödyntäen Webropolin omaa raportointityökalua sekä Excel-taulukkoa, jonka tulokset koostin myös PDF-muotoon. Aineisto koostui vastaajien omista kokemuksista ja ajatuksista liittyen sosiaalisen median vaikutuksiin kehonkuvasta ja nämä vastaukset olivat oleellisia saada tietoon, jotta pystyn auttamaan Ohjaamo Olkkaria kehittämään palveluitaan. Hyödynnän siis analyysimenetelmänä määrällistä analyysia eli käytännössä pyrin sen avulla selvittämään numeroiden sekä tilastojen avulla minkälaisesta ilmiöstä on kyse (Jyväskylän yliopisto 2021).

Valmiit tulokset analysoin hyödyntäen itse kyselylomakkeen tuottamaa aineistoa sekä lähdeaineistoa. Koska tutkimusaineistoa tuli varsin kattavasti, päädyin sen analysointivaiheessa tiivistämään vastaukset niin, että yhdistän samankaltaiset vastaukset keskenään ja asetan ne nimettyjen kategorioiden alle. Tämä helpottaa oleellisen tiedon koostamista yhteen kuitenkin jättämättä mitään kokonaan ulkopuolelle. (Vilkkä 2021, 132.)

4.4 Tutkimusprosessi ja kyselylomake

Tutkimusprosessi alkoi tutkimussuunnitelman laatimisella sekä tutkimuslupahakemuksen täyttämällä. Tutkimuslupahakemus oli välttämätön, sillä tutkimuksessa tutkitaan oikeita ihmisiä ja jotta opinnäytetyön vastuullisuuden kriteerit täyttyisivät. (Näreaho ym. 2020.) Alun perin tarkoitus oli tutkia nuoria 15 ikävuodesta eteenpäin. Tutkimusprosessissa tapahtui merkittävä käänne: päätin lopulta rajata tutkimuksen kohderyhmän kokonaan uudestaan, jotta se palvelisi tutkimustani paremmin.

Tein jo ennen tutkimuksen aloitusta päätöksen, että aiemmin suunnitellusti toteutettavaa tietopakettia ei toteuteta, sillä opinnäytetyön alkuperäinen status tutkimuksellisenä opinnäytetyönä sekoittuisi liikaa kehittävään työotteeseen. Tutkimuskysymysten ja kohderyhmän rajausten selkiytyttyä lähdin työstämään kyselylomaketta, joka levitetään Ohjaamon kautta heidän asiakkailleen, jotka kohderyhmään kuuluvat sekä hyödynsin myös omia sosiaalisen median kanavien väyliä, joiden seuraajistani merkittävä osa kuuluu myös tutkimuksen kohderyhmään. Osana prosessia tutkimukseen kuului kyselylomakkeen testaus ennen varsinaista tutkimuksen suorittamista, sillä lomaketta käytettäessä osana tutkimusta, testausvaihe on välttämätön (Vilka 2021, 88).

Kun tämä oli tehty, saatiin lomake lopulta lähetettyä tilaajalle sekä jaoin lomaketta säännöllisesti omissa sosiaalisen median kanavissa. Kyselylle asetettiin vastausajaksi kaksi viikkoa ja kysely oli auki aikavälillä 18.1.2023-31.1.2023. Tämä aikaväli valikoitui siksi, että viikko olisi ollut todennäköisesti liian lyhyt aika, mutta yli kaksi viikkoa olisi ollut ehkä jopa liian pitkä. Kun kysely sulkeutui, alkoi kyselyn vastausten läpikäyminen ja edessä oli tässä vaiheessa vielä myös tulosten raportointi opinnäytetyön tilaajalle. Vastausten määrä ainakin osoitti, että aikaväli oli selkeästi riittävän pituinen.

Kysymyksillä pyrittiin kartoittamaan ilmiötä läpikotaisin, kuitenkin niin, että vastaajien anonymiteetti säilyy. Kyselyssä mm. esitettiin erilaisia väittämiä koskien sosiaalisen median vaikutuksia kehonkuvaan, kuten esimerkiksi kokevatko vastaajat loukkaavien kommenttien kehoistaan olleen enimmäkseen tuntemattomilta vai tutuilta ihmisiltä. Halusin myös kartoittaa tarkalleen, miksi vastaajat kokevat ulkonäköpaineita sosiaalisesta mediasta, mikäli kokevat. Vaikka olisi vastannut, ettei koe sosiaalisen median aiheuttavan ulkonäköpaineita, tarjosin mahdollisuuden olla vaikuttamassa siihen, minkälaisia tukipalveluita tai neuvontaa voisi olla tarjolla sitä tarvitseville.

Kyselylomakkeen alkuun kirjoitin kattavan, mutta tiiviin saatetekstin, jossa kerroin kaiken, mitä vastaajan tulisi tutkimuksesta ja kyselylomakkeesta tietää. Näitä asioita ovat: mistä tutkimus kertoo, ketkä ovat kohderyhmää, ketkä tutkimuksessa kerättäviä tietoja käsittelevät, mitä näille tiedoille tapahtuu niiden tultua hyödyttömiksi, keneltä asiasta saa tarvittaessa lisätietoa, kauanko tutkimus kestää sekä mitä tutkimuksella pyritään saavuttamaan. Nämä tiedot ovat

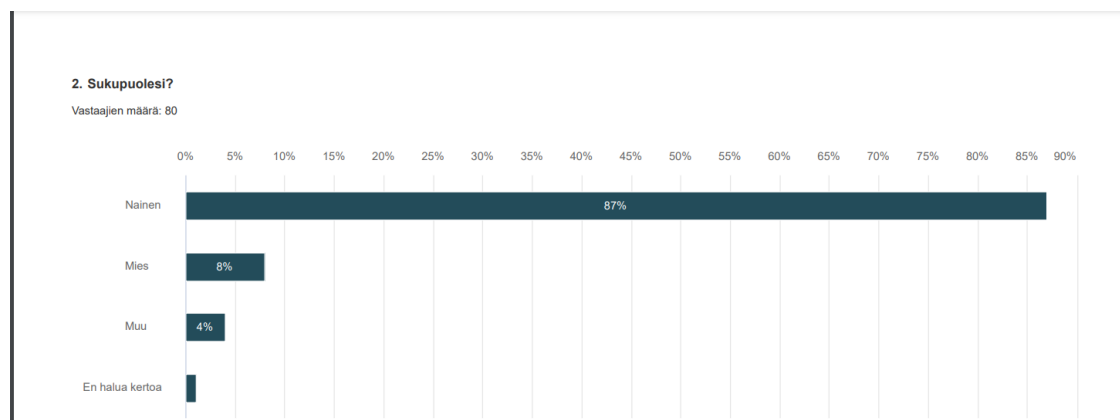
oleellisia asioita hyvän tieteellisen käytännön piirteiden täyttymiselle. (Vilka 2021, 150.)

5 TULOKSET

5.1 Taustatiedot

Kysely oli auki kaksi viikkoa, jonka aikana kyselyyn vastasi yhteensä 80 vastaajaa. Vastaajista kuusi karsiutui taustakysymysten jälkeen eli vastauksia tuli lopulta 74. Vastaajat avasivat kyselyn lähes 240 kertaa (n= 235), joista 139 aloitti vastaamisen. Kyselyä levitettiin Ohjaamo Olkkarin sosiaalisessa mediassa sekä omissa, henkilökohtaisissa sosiaalisen median kanavissa. Tämän siksi, että vastauksia tulisi varmemmin ja laajempi kokonaisotanta. Taktiikka osoittautui lopulta varsin toimivaksi.

Aluksi esitettiin muutama lämmittelykysymys, joilla pyrittiin kartoittamaan vastaajien taustatietoja sekä kohderyhmään kuuluminen. Vastaajista 92 % vastasi kuuluvansa kyselyn kohderyhmään ja loput puolestaan eivät. Tämän jälkeen kysyin vastaajien sukupuolen, jonka ajatuksena oli nähdä, kuinka sukupuolittunut ilmiö on kyseessä. Vastaajista suurin osa (87 %) on kyselyn mukaan naisia, miehiä puolestaan 8 %, muita 4 % sekä niitä, jotka eivät halunneet kertoa, oli yksi vastaus. (Kuva 1.) Tästä voidaan tehdä päätelmä, että ilmiö koskettaa enemmissä määrin naiseksi itsensä kokevia verrattuna miehiin sekä muihin.



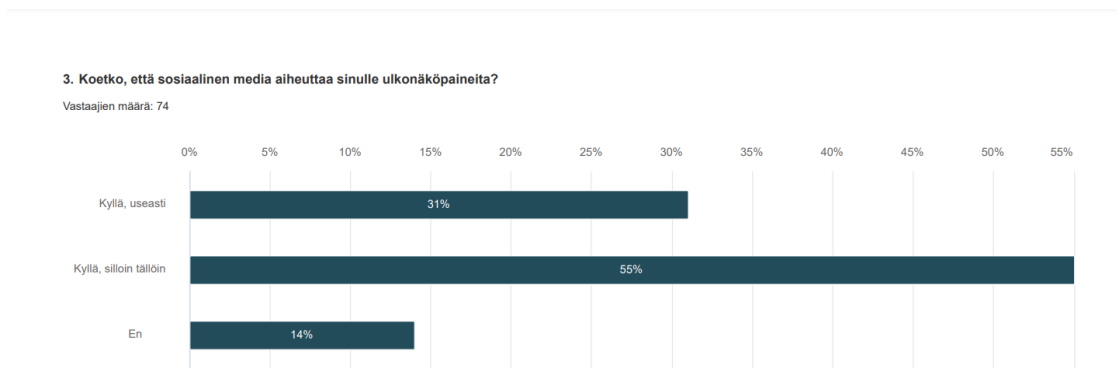
Kuva 1. Vastaajien sukupuoli (n= 80)

5.2 Kokemukset ulkonäköpaineista

Seuraavissa kysymyksissä kartoitan ulkonäköpaineiden kokemista: kokevatko vastaajat niitä ja kuinka usein niitä esiintyy sekä niihin vaikuttavia tekijöitä: mitkä asiat vaikuttavat niiden kokemiseen tai kokemattomuuteen.

Ensimmäinen tähän liittyvä kysymys oli kysymyksenä varsin merkittävä: potevatko vastaajat ulkonäköpaineita. Vastaajista liki 56% vastasi, että potee ulkonäköpaineita silloin tällöin (n=41), usein puolestaan 31,1% (n=23). Loput vastaajista, 13% (n=14%) eivät koe potevansa niitä ollenkaan. (Kuva 2.)

Vaikka olisi vastannut, ettei koe ulkonäköpaineita, ei se estänyt vastaamasta seuraaviin kysymyksiin.



Kuva 2. Kartoitus siitä, kokevatko vastaajat ulkonäköpaineita (n=74)

Seuraava kysymys käsitteli syitä, miksi vastaajat kokevat ulkonäköpaineita tai mistä ne oikeasti johtuvat. Kysymys oli avoin kysymys, johon vastaajat saivat omin sanoin kertoa ajatuksiaan aiheesta. Vastauksissa toistuivat pitkälti samat aiheet, joita ovat muun muassa sosiaalisen median siloitteleva kulttuuri, fitnessin ja hoikkien ihmisten jalustalle nostaminen, rajusti muokatut kuvat sekä tietynlaisen kauneushanteen ylläpitäminen.

“Somessa tuntuu välillä kelpaavan vain tietynlainen kroppa. Treennattu kroppa trendaa tällä hetkellä ja fitness on kovassa huudossa.”

”Tuntuu siltä, että pitäisi olla epärealistisen täydellinen. Täydelliset kasvot, täydelliset hampaat, hoikka vyötärö mutta isot tissit ja perse, ei ihokarvoja, meikkiä mutta ei liikaa yms.”

”Muiden kuvat, näytetään vaan siloteltu pinta eikä myös esim ilman meikkiä.”

Näiden lisäksi vastauksissa nousi esille kehopositiivisuus, joka vaikuttaa tarkoitusperistään huolimatta osaan vastaajista negatiivisesti aiheuttaen epävarmuutta omasta itsestään. Tämä oli havaintona mielenkiintoinen, sillä kuten aiemmin mainittu, kehopositiivisuuden tarkoitus on tuoda arvostusta ja kunnioitusta kaikenlaisille kehoille.

*” Kuvat laihoista naisista ja mainokset vaatteista, jotka on suunnattu laihoille vartaloille. Myös urheilupostaukset ja varsinkin tuttu-
jen postaukset aiheesta. Myös "kehopositiiviset" postaukset aiheuttavat ulkonäköpaineita, koska yhteiskunta usein hylkii niitä yksilöitä ja sen huomaa myös näiden postauksien kommenttikentästä.”*

” Instagrammallit tms. Myös jatkuva kehoposi sitä ja tätä tappelu luo paineita vaikka pohjimmiltaan tarkoitus ei olisi. Se saa jotenkin ajatuksiini resonoimaan että tämä keho on vain hyväksytty jos käytän tätä kehopositiivisuus #, joka postauksessa. - ristiriitaista mutta näin se vaan menee.”

Tämän lisäksi halusin selvittää sen, mitkä asiat ovat vaikuttaneet puolestaan siihen, että vastaaja ei koe sosiaalisen median aiheuttavan ulkonäköpaineita. Vastauksissa esille nousevat erityisesti ilmiön tiedostaminen, sosiaalisen median käytön vähentäminen sekä sellaisten tilien seuraaminen, mistä ei tule ikäviä ajatuksia itselle. Näiden lisäksi osa vastaajista kertoi käyttävänsä sellaisia sovelluksia, joissa pidetään ainoastaan yhteyttä muihin käyttäjiin, kuten Snapchat. Lisäksi omalla elämäntavalla koettiin olevan merkitystä ja kehopositiivisen sisällön seuraaminen on ollut osalle hyvä asia.

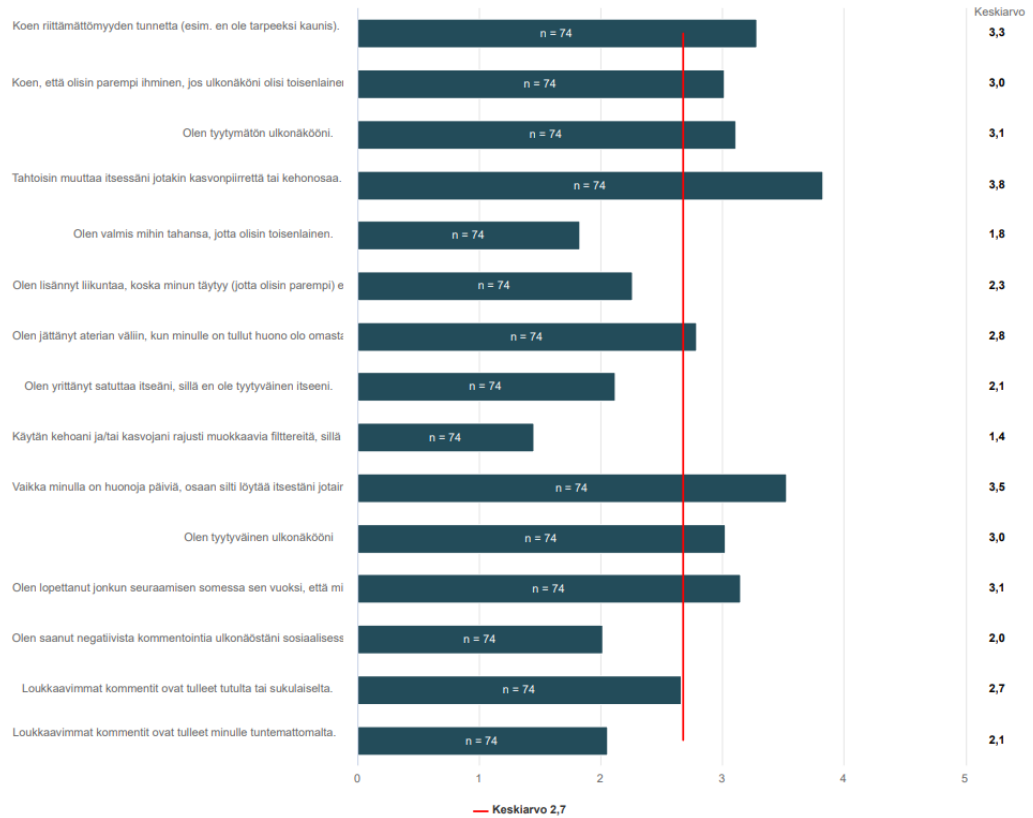
*”Kun tiedostaa että suurin osa(itseni mukaan lukien) laittaa so-
meen vain niitä parhaimpia kuvia. Myös itsetunnon vahvistuminen vaikuttaa siihen, ettei samalla tavalla koe ulkonäköpaineita kuin joskus aiemmin.”*

” Seuraan sellaisia tilejä jotka eivät aiheuta minulle huonoa oloa henkisesti. Jos sellainen tulee vastaan, kerron sovellukselle etten ole kiinnostunut vastaavanlaisesta sisällöstä.”

”Tiettyjen alustojen käyttö ainoastaan henkilökohtaisten yhteyksien ylläpitoon, esim. Snapchatissa on pelkästään tuttuja ihmisiä”

”Aloin seurata kehopositiivista sisältöä ja kiinnostumaan itse aihepiireistä, jotka eivät ole ulkonäkökeskeisiä”

Näiden kysymysten lisäksi olin koostanut erilaisista väittämistä kysymysmatriisin. Väittämässä käsiteltiin erilaisia ajatuksia ja tuntemuksia liittyen sosiaalisen median vaikutuksiin ja vastaajat saivat vastata niihin, kuinka paljon he kokivat väittämien koskevan heitä asteikolla 1–5. 1 tarkoitti, ettei ollenkaan ja 5 puolestaan täysin.



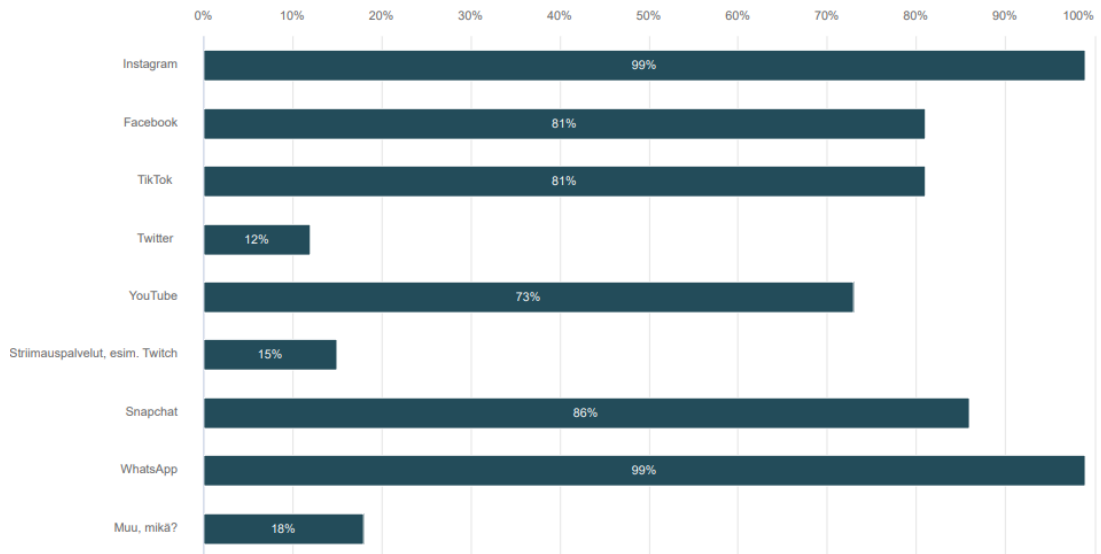
Kuva 3. Vastaajien kokemukset sosiaalisesta mediasta. (n= 74)

Kaikkien väittämien yhteenlaskettu mediaani eli keskiarvo oli 2,7, mikä käy ilmi kuvan keskellä olevasta punaisesta viivasta. Vastaukset koskettivat vastaajia käytännössä hyvin keskimääräisesti välimaastosta. Väittämiä, jotka jäivät vastausten keskiarvon alapuolelle, oli ainoastaan 6 viidestätoista väittämästä. Kyseiset väittämät käsittelevät, onko vastaaja valmis mihin tahansa ollakseen tyytyväinen itseensä, liikunnan lisäämistä oman kehonsa parantamiseksi, filtereiden käyttöä sekä ovatko loukkaavimmat kommentit tulleet tuntemattomilta.

Vastaajista suurin osa kokee, että haluaisi muuttaa itsessään jotakin, mutta kuitenkin kykenevät löytämään itsestään jotain hyvää. Huolestuttavaa oli havaita, että vaikka sosiaalisen median aiheuttama itsetuhoisuus oli vähäistä, sitä kuitenkin oli jonkin verran. Tämä herättää heti kysymyksen, miten tähän voisi puuttua tai vaikuttaa, että sitä ei olisi ollenkaan.

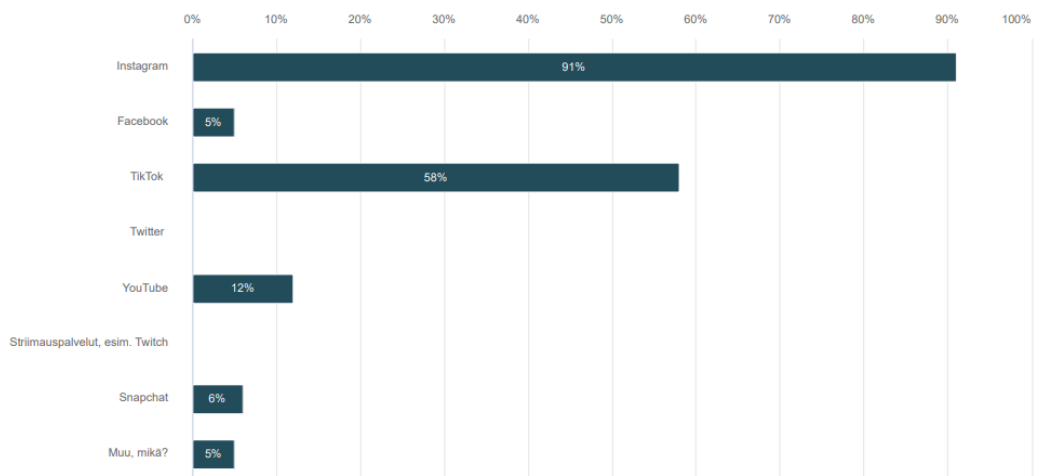
5.3 Ulkonäköpaineet sovelluksissa

Halusin kartoittaa edellämainittujen lisäksi sitä, missä sovelluksissa vastaajat viettävät eniten aikaa ja mitkä sovellukset aiheuttavat näin eniten ulkonäköpaineita. Eniten vastaajat vastasivat viettävänsä aikaa Instagramissa, Facebookissa, Tiktokissa sekä Youtubessa. Näiden lisäksi vastauksia keräsivät viestipalvelu Whatsapp ja Snapchat.



Kuva 4. Eniten käytetyt sovellukset vastaajien toimesta. (n= 74)

Eniten ulkonäköpaineita koettiin aiheuttavan ylivoimaisesti Instagramista sekä Tiktokista, joissa molemmissa filttäreiden käyttö on erittäin yleistä.



Kuva 5. Eniten ulkonäköpaineita aiheuttavat sovellukset. (n= 74)

Jatkokysymyksenä oli, että vastaajat perustelisivat hieman, miksi kyseiset sovellukset aiheuttavat ulkonäköpaineita. Vastauksissa nousi useaan otteeseen, että sosiaalinen media on täynnä vain kauniita ihmisiä eikä niin sanottuja aitoja, oikeita. Myös erilaiset trendit sekä algoritmin tuomat niin sanotut vääränlaiset, täydelliset kuvat ja videot korostuivat vastauksissa. Lisäksi filttareiden liikkakäytöllä koettiin olevan vaikutusta. Filttareillä sekä sillä, että näytetään vain tietynlaisia tunteita ja hetkiä, antaa herkästi sellaisen vaikutelman, että kaikilla on elämä kunnossa saaden näin ollen potemaan herkästi huonoa omatuntoa siitä, ettei oma elämä ole samanlaista.

“Alustoilla, joita käytän on eniten kuvia ja feediin ilmestyy usein ei niin toivottujakin kuvia kauniista ja 'elämä hallinnassa' -ihmisistä. Niistä tulee tunne, että itsekkin pitäisi olla sellainen.”

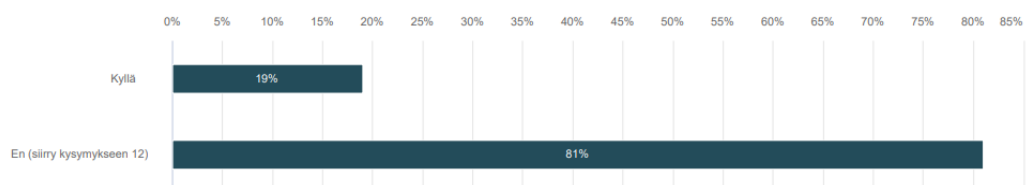
”Sisällöntuottajat, trendit”

”Instagramissa ja tiktokissa näkee eniten muokattuja ja treenattuja vartaloita, siloteltuja kasvoja jne”

5.4 Tukea sosiaalisen median aiheuttamiin ulkonäköpaineisiin

Yksi merkittävimmistä tavoitteista oli selvittää, että tarvitsevatko kohderyhmään kuuluvat tukea sosiaalisen median aiheuttamiin ulkonäköpaineisiin sekä minkälaisia tarjotut tukipalvelut voisivat olla.

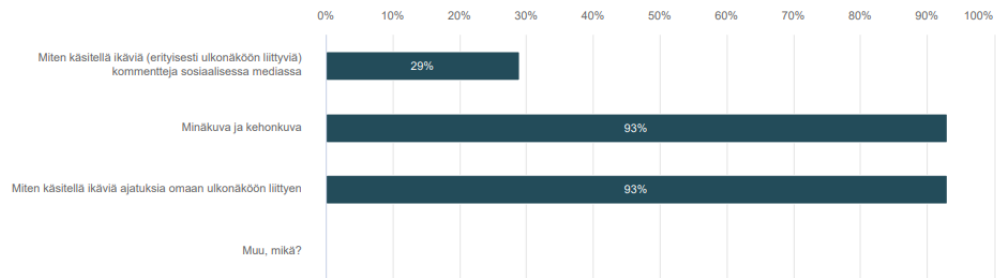
Suurin osa vastaajista (81%) koki, ettei tarvitse tukea, mutta 19% puolestaan koki tarvitsevansa.



Kuva 6. Vastaajien kokemukset tukipalveluiden tarvitsemisesta. (n= 74)

Tämän lisäksi halusin niiden osalta, jotka tukea tarvitsisivat, tarkentaa, että mihin osa-alueisiin erityisesti. Tarjosin valmiita vastausvaihtoehtoja kolme sekä vastaajat saivat halutessaan lisätä oman vaihtoehdon mikäli sellaista ei oltu

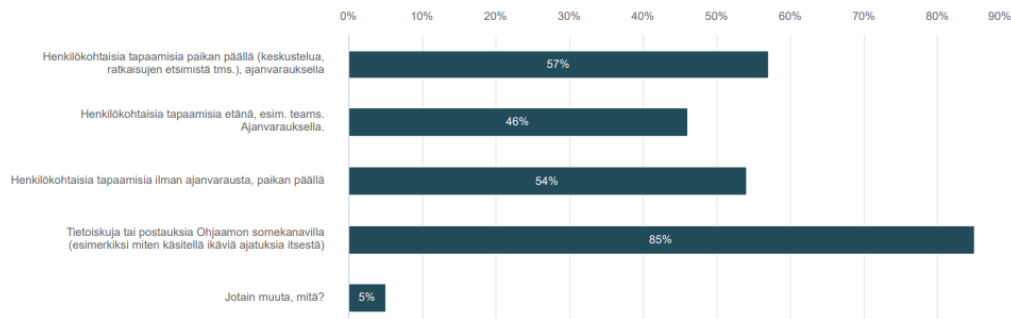
tarjottu. Tähän ei kuitenkaan vastauksia tullut. Eniten vastauksia keräsivät minä- ja kehonkuva (93%) sekä miten käsitellä ikäviä ajatuksia omaan ulkonäköön liittyen (93%). Näiden lisäksi tukea kaivattiin myös siihen, miten käsitellä ikäviä kommentteja, joita saa sosiaalisessa mediassa (29%).



Kuva 7. Mihin vastaajat tarvitsevat tukea? (n= 14)

Seuraavassa kysymyksessä pyrin kartoittamaan, minkälaisia tukipalveluita Ohjaamo Olkkari voisi aiheen tiimoilta tarjota. Tässäkin kysymyksessä tarjosin valmiita vastausvaihtoehtoja neljä sekä halutessaan vastaajat saivat lisätä oman ehdotuksen, mikäli sellaista ei tässä oltu esitetty.

Eniten kannatusta vaihtoehtoista saivat erilaiset tietoiskut ja postaukset Ohjaamo Olkkarin sosiaalisen median kanavissa (85%) sekä henkilökohtaiset tapaamiset paikan päällä ilman ajanvarausta (54%), henkilökohtaiset tapaamiset ajanvarauksella (57%) ja etänä toteutettavat henkilökohtaiset tapaamiset (46%). Lisäksi vastaajat ehdottivat, että tukipalveluita voisi tarjota tekstichatin ja kehopositiivisen sisällön muodossa sekä myös vinkkejä, kuinka ylläpitää tervettä suhdetta ruokaan ja liikuntaan.



Kuva 8. Vaihtoehtoja eri tukipalveluille. (n= 74)

5.5 Jatkotutkimusehdotukset sekä pohdinta

Aiheen valinta oli hyvin helppo sen vuoksi, että se on itselle tärkeä ja läheinen aihe. Teen itse ja seuraan sosiaalista mediaa aktiivisesti, joka mahdollisti vankan tietopohjan opinnäytetyölle. Aihe kuitenkin tuli esille niin sanotusti puolivahingossa ja tälle oli selkeästi myös hyvin paljon kysyntää jo vastaajien mielestä. Koin itse myös, että ilmiön kartoittaminen vanhempien nuorten keskuudessa oli aiheellista.

Pohdin aluksi tutkimuksen toteuttamista osittain tai jopa kokonaan haastatte- luina, mutta sen tuottama työmäärä osoittautui lopulta liian suureksi sekä riski siitä, ettei vastaajia olisi saatu kovin laajaa otantaa. Myös anonymiteetin säilyminen olisi ollut tässä tapauksessa hyvin hankalaa. Lopulta päätös toteut- taa tutkimus kyselylomakkeena oli oikea ja vastaajia tuli näin ollen laajempi otos sekä tämä mahdollisti myös sen, ettei vastaajan tarvinnut olla samalla paikkakunnalla kanssani.

Koska kyseessä on tutkimuksellinen opinnäytetyö, jouduin alussa tekemään rajauksen siihen, että ainoastaan tutkimus toteutetaan. Ideana syntyi aluksi ammattilaisille koottava opas tai tietopaketti, joka tarjoaisi vinkkejä ja neuvoja muille nuorten parissa toimiville. Tämän näkisin erittäin potentiaalisena kehity- sideana tulevaisuutta ajatellen.

Opinnäytetyön tuottama tieto tarjoaa myös muille alalla toimiville arvokasta tietoa sosiaalisen median vaikutuksista nuoren aikuisen kehonkuvaan, jota jokainen voi työssään käyttää. Tämä opinnäytetyö antaa siihen valmiin, tai ainakin osittaisen pohjan, jota lähteä jatkojalostamaan. Opinnäytetyön tulokset sekä saamani viestit ja kommentit osoittivat myös, että opinnäytteelle oli selkeästi kysyntää, jonka vuoksi näkisin itse jatkotutkimukset varteenotetta- vana jatkotoimenpiteenä oppaan tai tietopaketin lisäksi.

Tiesin entuudestaan, että aihe on laaja ja uskoin, että ilmiönä sosiaalinen me- dia sekä sen aiheuttamat ulkonäköpaineet koskettavat laajempaa väestöä, kuin mitä on aikaisemmin tutkittu. Tulokset vahvistivat lopulta omat en- nakkokäsitykseni ja antoivat hyvän pohjan opinnäytteelle. Tutkimus tuotti runsaasti tilaajalle sekä minulle arvokasta tietoa, joiden pohjalta on hyvä jat- kaa aiheen käsittelyä.

Opinnäytetyön tulokset sekä saamani viestit antavat kuitenkin aihetta pohtia, täytyisikö tutkimus toteuttaa myös nuorisolain piiriin kuuluvilla 26-29-vuotiailla nuorilla, sillä ilmiönä sosiaalisen median aiheuttamat ulkonäköpaineet nuorten keskuudessa on melko laaja. Olen itse tehnyt sivutoimisesti havaintoja aiheesta sosiaalisessa mediassa ja tätä näyttäisi jonkin verran esiintyvän myös aikuisemmassa väestössä. Tästä ei kuitenkaan ole näyttöä, minkä vuoksi näkisin itse potentiaalisena jatkotutkimukset myös esimerkiksi muille työssäkäyville aikuisille.

Törmään sosiaalisessa mediassa päivittäin siihen, kuinka paljon ulkonäkökeskeisyys ja -paineet ovat kietoutuneet osaksi arkeamme. On huolestuttavaa nähdä, miten paljon erilaiset kehoa sekä kasvoja muokkaavat filtrit ja äärimmäiset kauneusihanteet ovat sosiaalisessa mediassa näkyvissä. Uutena trendinä videopalvelu TikTokissa on alkanut leviämään filteri, joka käyttäjän kasvojen perusteella arvaa paljonko tämä painaa. Vaikka todennäköisesti kyseinen filteri satunnaisesti esittää jonkin lukeman, voi tämä silti aiheuttaa suurta epävarmuutta omasta kehosta ja altistaa esimerkiksi erilaisille ruumiinkuvanhäiriöille tai syömishäiriöille. On syytä pohtia, minkä vuoksi tällaisia filttäreitä edes julkaistaan ja mitä näillä pyritään saavuttamaan. Näihin ja oikeastaan kaikkeen, mitä sosiaalisessa mediassa näkee, tulisi suhtautua erittäin kriittisesti.

Filtrit herättävät muutenkin nykypäivänä paljon keskustelua sen osalta, ovatko ne todella niin pahoja kuin väitetään vai voiko niitä hyödyntää esimerkiksi itseilmaisussa luovuuden keinona. Näen itse tämän hieman kaksipiipuisena asiana tiedostaen niiden käytön positiiviset sekä negatiiviset puolet.

Niin kauan kuin henkilö käyttää filttäreitä edellämainitulla tavalla, ongelmaa ei ole, mutta mikäli filttäreitä käytetään sen vuoksi, ettei enää uskalla näyttäytyä sosiaalisessa mediassa ilman, näen tässä heti hälytysmerkkejä.

Tämä tyypillisesti kertoo siitä, että henkilöllä on ongelmia itsetuntonsa ja ulkonäkönsä suhteen. Jo pelkästään neljännes alle 18-vuotiaista ajattelee, ettei ole tarpeeksi kaunis tai riittävä postatakseen kuvia itsestään ilman muokkaavia filttäreitä (Dove 2021).

Tutkimukseni osoitti, että tätä ilmenee myös yli 18-vuotiaidenkin keskuudessa. Tämä puolestaan kertoo jo hyvin paljon siitä, kuinka laajasta ilmiöstä on

todella kyse. Tämän vuoksi näkisin erittäin tärkeänä selvittää, ilmeneekö tätä kuinka paljon yli 25-vuotiaissa nuorissa.

Tämä tutkimus osoitti lopulta oikeaksi ennakkokäsitykseni siitä, miten suuri merkitys sillä, mitä näkee sosiaalisessa mediassa, on. Sosiaalinen media on paikkana hyvin paljon tunteita vastaan ja puolesta herättävä eli sitä ei täysin voida tuomita. Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden hakea vertaistukea ja samaistuttavaa sisältöä, mutta tästä huolimatta on olemassa juuri tämä negatiivinen puoli.

Tämän vuoksi näen myös itse tärkeänä ammattilaisen roolin siinä, miten suhtautua näkemäänsä sosiaalisessa mediassa sekä miten käsitellä heränneitä, negatiivisia ajatuksia itsestä. Ongelma ei ole ainoastaan alaikäisten nuorten keskuudessa esiintyvä, vaan sitä ilmenee myös vanhemmilla nuorilla. Koska kyseessä on laaja ilmiö, ei sen muuttaminen tule tapahtumaan yhdessä yössä, vaan se tulee vaatimaan aikaa ja työtä, jos tämä edes on mahdollista. Voimme kuitenkin vaikuttaa omilla sanoilla ja teoilla siihen, minkälaisen jäljen jätämme sosiaaliseen median nykyisille ja tuleville sukupolville.

LÄHTEET

@ihastukehoosi. s.a. Lue tämä! Instagram -tarinoiden kohokohta. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.instagram.com/stories/high-lights/17902665328910286/> [viitattu 22.4.2022].

@kehorauhanturvaaja s.a. Instagram-tili. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.instagram.com/kehorauhanturvaaja/?hl=fi> [viitattu 22.4.2023].

@tinnahenriikka. s.a. Instagram -tili. Instagram -kuvapalvelu. Saatavissa: <https://www.instagram.com/tinnahenriikka/?hl=fi> [viitattu 14.2.2023].

@tyttishemeikka. s.a. Instagram -tili. Instagram -kuvapalvelu. Saatavissa: <https://www.instagram.com/tyttishemeikka/?hl=fi> [viitattu 14.2.2023].

Aatsinki, A. & Heikkinen, S. 2020. Sosiaalisen median merkitys osana nuorten kehonkuvan rakentumista. Lapin yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/64322/Gradu_anna_sara.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 13.3.2022].

Alalääkkölä, E. 2019. Miksi nuorilla on ulkonäköpaineita? - "Paras keino saada ulkonäköpaineet pois ajatuksista on joku kiva harrastus". Lapin Kansa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.lapinkansa.fi/miksi-nuorilla-on-ulkonakopaineita-paras-keino-saa/229935> [viitattu 13.3.2022].

Algoritmit ja mediankäyttö. 2021. Mannerheimin Lastensuojeluliitto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/hyvinvointia-digiajassa/algoritmit-ja-mediankaytto/> [viitattu 24.4.2022].

Do you use a filter everytime you post? s.a. Newport Institute. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.newportinstitute.com/resources/co-occurring-disorders/filters-mental-health/> [viitattu 11.3.2023].

Eronen, V. 2017. Sosiaalisen median valheelliset illuusiot täydellisyydestä. Blogi. Päivitetty 1.12.2017. Saatavissa: <http://syomishairiokeskus.blogspot.com/2017/12/sosiaalisen-median-valheelliset.html> [viitattu 7.4.2023].

Eroon ulkonäköpaineista – 5 vinkkiä. Blogi. Päivitetty 2018. Saatavissa: <https://helein.fi/blog/2018/05/25/eroon-ulkonakopaineista-5-vinkkia/> [viitattu 10.12.2022].

Hanhirova, E. 2019. Naiset kokevat miehiä enemmän ulkonäköpaineita, mutta asiantuntijat näkevät somessa paljon hyvää – ”Tämän hetken nuoret ovat kasvaneet kehopositiivisuuspuheeseen”. Blogi. Päivitetty 13.11.2019. Saatavissa: <https://moreenimedia.fi/2019/11/13/naiset-kokevat-miehia-enemman-ulkonakopaineita-mutta-asiantuntijat-nakevat-somessa-paljon-hyvaa-taman-hetken-nuoret-ovat-kasvaneet-kehopositiivisuuspuheeseen/> [viitattu 24.3.2023].

Heimolehto, K. 2021. Miesten ulkonäköpaineet tiedetään, mutta niistä ei puhuta – Tuure Boelius: ”Miehillä ei ole velvollisuutta tuntea siitä huonoa omatuntoa”. Yle.fi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-11987255> [viitattu 13.3.2023].

Hokkanen, H. 2021. Hyvä, paha some ja nuorten ulkonäköpaineet. Blogi. Päivitetty 10.5.2021. Saatavissa: <https://blogit.xamk.fi/sova/2021/05/10/hyva-paha-some-ja-nuorten-ulkonakopaineet/> [viitattu 13.3.2022].

Huttunen, M. 2018. Ruumiinkuvahäiriöt. (dysmorfinen ruumiinkuvanhäiriö). Lääkärikirja Duodecim. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.terveyskirjasto.fi/dlk00364> [viitattu 11.3.2023].

Identiteetti, minäkuva ja itsetunto. 2014. Vernerinet.net. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://verneri.net/yleis/identiteetti-minakuva-ja-itsetunto> [viitattu 13.2.2023].

Juhila, K. s.a. Kategoria-analyysi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvaliteoreettiset-metodologiset-viitekehukset/kategoria-analyysi/> [viitattu 22.4.2022].

Juhila, K. s.a. Koodaaminen. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvalianalyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/koodaaminen/> [viitattu 24.4.2022].

Jurvelin, P. 2021. Kehoneutraalius. Blogi. Päivitetty 4.7.2021. Saatavissa: <https://www.pirkkojurvelin.com/blogi/2021/07/04/38626> [viitattu 5.4.2023].

Kehotunne ja kehoitsetunto. s.a. Väestöliitto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.vaestoliitto.fi/ammattilaiset/lasten-kehotunnekasvatus/keho-ja-tunteet/kehotunne-ja-kehoitsetunto/> [viitattu 12.4.2022].

Kenttä, N. & Norrlin, K. 2021. Vitun ruma. Helsinki: Into Kustannus. E-kirja. Saatavissa: <https://www.nextory.fi/kirja/vitun-ruma-10992281/> [viitattu 13.3.2022].

Kukkonen, I. & Åberg, E. 2021. Oot niin #goals – Ulkonäköpaineita ja ulkonäön kommentointia sosiaalisessa mediassa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.verke.org/blogit/oot-niin-goals-ulkonakopaineita-ja-ulkonaon-komentointia-sosiaalisessa-mediassa/> [viitattu 12.4.2022].

Kyselyaineiston dokumentointi ja raportointi. 2010. KvantiMOTV. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/raportointi/raportointi.html> [viitattu 4.2.2023].

Laari, M. 2021. Facebookin keräämä data ja sen näkyvyys sovelluksen käyttäjille. Haaga Helia ammattikorkeakoulu. Tietojenkäsittelykoulutus. Opinnäyte. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/509625/Facebookin%20ker%C3%A4m%C3%A4m%C3%A4%20data%20ja%20sen%20n%C3%A4kyvyys%20sovelluksen%20k%C3%A4ytt%C3%A4jille.pdf?sequence=2> [viitattu 18.2.2023].

Luukkonen, J. & Lahtinen, K. 2021. Sosiaalinen media ja nuorten elintapavalinnat. Turun ammattikorkeakoulu. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://sunopix.turkuamk.fi/yleinen/sosiaalinen-media-ja-nuorten-elintapavalinnat/> [viitattu 11.5.2022].

Mannerheimin lastensuojeluliitto. 2019. 15–18-vuotiaan persoonallisuuden kehitys. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.mll.fi/vanhemmille/lapsen-kasvu-ja-kehitys/15-18-v/15-18-vuotiaan-persoonallisuuden-kehitys/> [viitattu 22.4.2022].

Mattila, L. 2022. Ulkonäköpaineet koskettavat myös poikia – Näin puhut ulkonäöstä lapsen kanssa. Pikkujätti -lasten ja nuorten lääkärikeskus. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://pikkujatti.fi/artikkelit-ja-tiedotteet/artikkelit/ulkonakopaineet-koskettavat-myos-poikia-nain-puhut-ulkonaosta-lapsen-kanssa/> [viitattu 10.12.2022].

Miksi puhumme rumasti sukulaisillemme? Asiantuntija neuvoo, miten selviät juhlapyhistä ilman möläytyksiä ja pahaa mieltä. s.a. Yle.fi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-10538811> [viitattu 4.2.2023].

Mustonen, V. 2020. Kehoposiitivisuusaktivistit ja somevaikuttajat kiistelevät kehoosiitivisuuden merkityksestä sosiaalisessa mediassa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.360journalismia.fi/kehoaktivistit-ja-somevaikuttajat-kiistelevat-kehoosiitivisuuden-merkityksesta-sosiaalisessa-mediassa/> [viitattu 11.3.2022].

Määrällinen analyysi. 2021. Jyväskylän yliopisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/maarallinen-analyysi> [viitattu 11.3.2023].

Näreaho, S. ym. 2020. Vastuullinen opinnäytetyö. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Arene. Power Point -esitys. Saatavissa: https://learn.xamk.fi/pluginfile.php/282834/mod_resource/content/1/Vastuullinen%20opinn%C3%A4ytety%C3%B6.pdf [viitattu 24.4.2022].

Ohjaamo Olkkari 2.0-hanke. s.a. Ohjaamo Olkkari. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://ohjaamot.fi/web/ohjaamo-olkkari-mikkeli/hankkeet> [viitattu 20.4.2022].

Ongelmallinen sosiaalisen median käyttö uhka koululaisten hyvinvoinnille. 2021. Jyväskylän yliopisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.jyu.fi/fi/ajankohtaista/arkisto/2021/02/ongelmallinen-sosiaalisen-median-kaytto-uhka-koululaisten-hyvinvoinnille> [viitattu 24.4.2022].

Palvelut. s.a. Ohjaamo Olkkari. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://ohjaamot.fi/web/ohjaamo-olkkari-mikkeli/palvelut> [viitattu 5.5.2022].

Peltola, A. 2020. Kehonkuva ”selfie”-kulttuurin keskellä – Puheenvuoro. Mediakasvatus seura. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://mediakasvatus.fi/puheenvuoro/2020/06/kehonkuva-selfie-kulttuurin-keskella/> [viitattu 11.5.2022].

Puheeksi ottaminen. s.a. Nyyti ry. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.nyyti.fi/opiskelijoille/opi-elamantaitoa/vuorovaikutustaidot/puheeksi-ottaminen/> [viitattu 24.4.2022].

Puheeksiotto ja mini-interventio. 2021. THL. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://thl.fi/fi/web/alkoholi-tupakka-ja-riippuvuudet/ehkaiseva-paihdetyo/alkoholinkayton-puheeksiotto-ja-mini-interventio> [viitattu 24.4.2022].

Rakas kehoni Seksuaalisuuden portaililla! 2020. Väestöliitto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.hyvakysymys.fi/artikkeli/rakas-kehoni-seksuaalisuuden-portaililla/> [viitattu 16.4.2022].

Salmi, H. & Sallinen, E. 2021. Sosiaalisen median vaikutus nuoriin aikuisiin. LAB-ammattikorkeakoulu. Terveystieteiden tutkimuskeskus. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/496832/Sosiaalisen%20median%20vaikutus%20nuoriin%20aikuisiin.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [viitattu 10.12.2022].

Salminen, M. 2021. Kehoposiitivisuus – mitä sinun tulee tietää? Kehossa coaching. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://kehossa.com/2021/05/27/mita-kehoposiitivisuus-on/> [viitattu 11.3.2023].

Sanfeliciano, A. 2022. Minäkuva: alkuperä ja määritelmä. Mielen ihmeet. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://mielenihmeet.fi/minakuva-alkupera-ja-maaritelma/> [viitattu 13.2.2023].

Sinivaara, K. s.a. Instagram -opas aloittelijoille. Blogi. Saatavissa: <https://www.kupli.fi/instagram-opas-aloittelijoille/> [viitattu 13.2.2023].

Sippel, K. 2021. Mikä kehonkuva? Blogi. Päivitetty 29.11.2021. Saatavissa: <https://syomishairioliitto.fi/blogi/mika-kehonkuva> [viitattu 16.4.2022].

Sosiaalinen media, filtrit ja selfiekeskustelu. 2021. Dove. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.dove.com/fi/itsetunto/help-for-parents/media-and-celebrities/social-media-filters.html> [viitattu 27.2.2022].

Tiggemann, M. & Barbato, I. 2018. “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144518302018?via%3Dihub> [viitattu 7.4.2023].

Tutkimus: sosiaalinen media lisää paineita, mutta siitä voi olla myös apua normien purkamisessa. 2020. Yle.fi: 23.2.2020. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11223585> [viitattu 11.3.2022].

Uusimaa, P. 2020. Julkinen keho on aina altis arvostelulle – mutta kuka antoi meille luvan kommentoida? Oulun ylioppilaslehti. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.oulunylioppilaslehti.fi/kehoposiitivisuus-julkinen-keho-on-aina-altis-arvostelulle/> [viitattu 12.3.2022].

Vehmanen, P. s.a. Opi hyväksymään kehosi ottamalla kehoneutraalius haltuun! WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.paulavehmanen.fi/opi-hyvaksymaan-kehosi-ottamalla-kehoneutraalius-haltuun/> [viitattu 5.4.2023].

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227023> [viitattu 30.1.2023].

Åberg, E., Koivula, A. & Kukkonen, I. 2020. A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites. ScienceDirect. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585319308111?via%3Dihub> [viitattu 7.4.2023].

Kyselylomake

1. Oletko 18-25-vuotias? *

Kyllä

En

2. Sukupuolesi? *

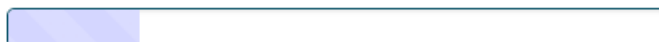
Nainen

Mies

Muu

En halua kertoa

Seuraava



3. Koetko, että sosiaalinen media aiheuttaa sinulle ulkonäköpaineita? *

- Kyllä, useasti
- Kyllä, silloin tällöin
- En

4. Mitkä asiat somessa aiheuttavat sinulle ulkonäköpaineita? Kerro tässä omin sanoin

20000 merkkiä jäljellä

5. Mitkä asiat ovat vaikuttaneet siihen, että et koe sosiaalisen median aiheuttaneen sinulle ulkonäköpaineita?

6. Miten seuraavat väittämät pitävät paikkaansa? (1= ei lainkaan, 5=täysin) *

	1	2	3	4	5
Koen riittämättömyyden tunnetta (esim. en ole tarpeeksi kaunis).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen, että olisin parempi ihminen, jos ulkonäköni olisi toisenlainen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen tyytymätön ulkonäkööni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tahtoisin muuttaa itsessäni jotakin kasvopiiirrettä tai kehonosaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen valmis mihin tahansa, jotta olisin toisenlainen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen lisännyt liikuntaa, koska minun täytyy (jotta olisin parempi) eikä siksi, että aidosti haluan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen jättänyt aterian väliin, kun minulle on tullut huono olo omasta ulkonäöstäni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen yrittänyt satuttaa itseäni, sillä en ole tyytyväinen itseäni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytän kehoani ja/tai kasvojani rajusti muokkaavia filttareita, sillä en pidä omistani.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaikka minulla on huonoja päiviä, osaan silti löytää itsestäni jotain hyvää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Olen tyytyväinen ulkonäkööni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen lopettanut jonkun seuraamisen somessa sen vuoksi, että minulle tulee huonompi olo itsestä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen saanut negatiivista kommentointia ulkonäöstäni sosiaalisessa mediassa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loukkaavimmat kommentit ovat tulleet tutulta tai sukulaiselta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Loukkaavimmat kommentit ovat tulleet minulle tuntemattomalta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mikäli aiheet herättivät sinussa ikäviä ajatuksia pintaan, ethän jää niiden kanssa yksin. Ohessa muutamia sivustoja, joista voi olla apua:

Syömishäiriöliitto: <https://syomishairioliitto.fi/>

Sekasinchat: <https://sekasin247.fi/>

Mieli ry: <https://mieli.fi/>

Edellinen

Seuraava



7. Mitä sosiaalisen median alustoja käytät? *

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter
- YouTube
- Striimauspalvelut, esim. Twitch
- Snapchat
- WhatsApp
- Muu, mikä?

8. Minkä sovellusten käyttö aiheuttaa sinulle ulkonäköpaineita? Valitse yksi tai useampi paikkaansapitävä.

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter
- YouTube
- Striimauspalvelut, esim. Twitch
- Snapchat
- Muu, mikä?

9. Perustele hieman, miksi. Mitkä asiat ovat vaikuttaneet siihen?



Edellinen

Seuraava



9. Perustele hieman, miksi. Mitkä asiat ovat vaikuttaneet siihen?



Edellinen

Seuraava



10. Koetko, että tarvitsisit tukea aiheen tiimoilta? Esim. neuvontaa tai ohjausta *

- Kyllä
- En (siirry kysymykseen 12)

11. Mihin osa-alueeseen erityisesti? (vastaa vain, jos vastasit myöntävästi edelliseen)

- Miten käsitellä ikäviä (erityisesti ulkonäköön liittyviä) kommentteja sosiaalisessa mediassa
- Minäkuva ja kehonkuva
- Miten käsitellä ikäviä ajatuksia omaan ulkonäköön liittyen
- Muu, mikä?

12. Miten Ohjaamon tuki- ja neuvontapalveluita liittyen ulkonäköpaineisiin voisi toteuttaa? Valitse yksi tai useampi. *

- Henkilökohtaisia tapaamisia paikan päällä (keskustelua, ratkaisujen etsimistä tms.), ajanvarauksella
- Henkilökohtaisia tapaamisia etänä, esim. teams. Ajanvarauksella.
- Henkilökohtaisia tapaamisia ilman ajanvarausta, paikan päällä
- Tietoiskuja tai postauksia Ohjaamon somekanavilla (esimerkiksi miten käsitellä ikäviä ajatuksia itsestä)
- Jotain muuta, mitä?

13. Vapaa sana, kommentoitavaa tms:

Edellinen

Lähetä