

SOSIAALISEN MEDIAN YHTEYS MIESTEN KEHONKUVAAN

Karoliina Uusitalo

Terveyskasvatuksen kandidaatin -tutkielma

Liikuntatieteellinen tiedekunta

Jyväskylän yliopisto

Kevät 2022

TIIVISTELMÄ

Uusitalo, K. 2022. Sosiaalisen median yhteys miesten kehonkuvaan. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, terveystieteiden kandidaatin tutkielma, 36 s, 1 liite.

Kehonkuvalla tarkoitetaan sitä mielikuvaa, mikä meillä on omasta kehostamme, eli täysin subjektiivista kokemusta omasta fyysisestä itsestä. Kehonkuvaongelmat ovat lisääntyneet runsaasti viime vuosina ja siihen yhtenä merkittävänä syynä pidetään sosiaalista mediaa. Kehotyytymättömyydellä on havaittu olevan vakavia seuraamuksia, kuten yhteyttä monien psyykkisten ja fyysisten terveysongelmien syntyyn, joten on oleellista tunnistaa ne riskiryhmät, joilla on kohonnut riski alentuneeseen kehotyytyväisyyteen.

Sosiaaliselle medialle löytyy moninaisia määritelmiä. Yleisesti sillä kuitenkin tarkoitetaan verkkoviestintäympäristöjä ja siellä esiintyviä yhteisöjä, joissa käyttäjistä tulee aktiivisia viestijöitä sekä sisällöntuottajia tiedon vastaanottamisen lisäksi. Ihmisten välinen vuorovaikutus toimii sosiaalisen median perustana. Tämä vuorovaikutus on kokenut suuren mullistuksen sosiaalisen median tarjoamien mahdollisuuksien myötä. Sosiaalisen median käytön kielteisinä vaikutuksina voidaan pitää muun muassa sen aiheuttamaa vertailua muihin henkilöihin sekä ulkonäköihanteisiin, jotka vaikuttavat laskevasti hyvinvointiin sekä sen aiheuttamaa riippuvuutta.

Tämän systemaattisen kirjallisuuskatsauksen tarkoituksena oli selvittää sosiaalisen median yhteyttä miesten kehonkuvaan. Tämän lisäksi tarkasteltiin, esiintyykö tuloksissa joitain eroavaisuuksia miesten ja naisten välillä. Katsaukseen valikoitui kuusi vuosina 2015-2021 julkaistua tutkimusta, joista viisi oli poikkileikkaustutkimuksia ja yksi pitkittäistutkimus. Näistä jokaisessa havaittiin tilastollisesti merkitsevä yhteys sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä. Viidessä tutkimuksessa yhteys esiintyi positiivisena kehotyytymättömyyden ja sosiaalisen median välillä ja yhdessä yhteys esiintyi positiivisena kehotyytyväisyyden ja sosiaalisen median välillä. Sukupuolen ei havaittu vaikuttavan yhteyteen yhdessäkään tutkimuksesta.

Katsauksen tulokset tukevat aikaisempaa tutkimusta perinteisen median ja kehonkuvan yhteydestä miehillä. Tämän lisäksi tulokset ovat samankaltaisia, kuin tutkimuksissa, joissa on tutkittu sosiaalisen median ja kehonkuvan yhteyttä naisilla. Katsaus osoittaa, että myös miesten kehonkuvaan liittyvät huolet tulee ottaa tosissaan ja niitä ei saa verhota vain naisten ongelmaksi. Sosiaalisen median ja kehonkuvan välistä yhteyttä tulisi myös tutkia miehillä lisää, jotta muun muassa yhteyden laajuus ja sen selittävät mallit avautuisivat paremmin.

Asiasanat: kehonkuva, kehotyytymättömyys, sosiaalinen media, miehet

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO.....	1
2 KEHONKUVA.....	3
2.1 Kehonkuvan tutkimus.....	3
2.2 Negatiivinen ja positiivinen kehonkuva	4
2.3 Miesten kehonkuva ja syömishäiriöt	5
3 SOSIAALINEN MEDIA.....	8
3.1 Sosiaalisen median käyttö	8
3.2 Sosiaalinen media ja siellä tapahtuva vertailu.....	9
4 TUTKIMUSKYSYMYKSET	11
5 MENETELMÄT.....	12
6 TULOKSET	13
6.1 Kirjallisuushaku.....	13
6.2 Laadunarviointi.....	14
6.3 Valitut tutkimukset	15
6.4 Käytetyt mittarit.....	18
6.5 Kehonkuvan ja sosiaalisen median yhteys	22
6.6 Sukupuolittaiset eroavaisuudet	23
7 POHDINTA.....	25
7.1 Kehonkuvan ja sosiaalisen median yhteys	25
7.2 Sukupuolittaiset eroavaisuudet	26
7.3 Kirjallisuuskatsauksen luotettavuus	28
7.4 Yhteenveto.....	28
LÄHTEET	31
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median käyttö on nykypäivänä luonnollinen osa ihmisten arkea ja sen, erityisesti Instagramin, kuvakeskeisen luonteen seurauksena on syntynyt tarve tutkia kehonkuvan ja sosiaalisen median välistä yhteyttä (Holland & Tiggemann 2016; Matikainen 2011). Kuitenkin miesten kehonkuvaa ja etenkin sen yhteyttä sosiaaliseen mediaan on tutkittu varsin vähän, joten ilmiöstä on vain hiukan olemassa olevaa tutkimustietoa (Tiggemann & Anderberg 2020). Kehonkuvalla (body image) tarkoitetaan niitä ajatuksia, odotuksia ja tunteita, mitä meillä on omasta kehostamme (Healey 2014). Kehonkuva on jatkuvasti muovautuva subjektiivinen kokemus, johon vaikuttaa useat eri tekijät (Grogan 2017; Healey 2014). Kehonkuvaongelmat ovat lisääntyneet runsaasti viime vuosina ja siihen yhtenä merkittävänä syynä pidetäänkin juuri sosiaalista mediaa (Fardouly & Vartanian 2016). Kehotyytymättömyydellä on havaittu olevan vakavia seurauksia, kuten yhteyttä monien psyykkisten ja fyysisten terveysongelmien syntyyn. Tästä syystä on oleellista tunnistaa ne riskiryhmät, joilla on kohonnut riski alentuneeseen kehotyytymättömyyteen (Frederick & Essayli 2016).

Tämä katsaus tarkastelee sosiaalisen median ja kehonkuvan välistä yhteyttä. Sosiaalisen median ja kehonkuvan välisellä yhteydellä tarkoitetaan tässä katsauksessa sosiaalisen median käytön mahdollisia vaikutuksia kehonkuvaan. Sosiaalisen median käytön kielteisinä vaikutuksina voidaan pitää muun muassa sen aiheuttamaa riippuvuutta ja ulkonäkövertailua muihin henkilöihin sekä ulkonäköihanteisiin (Paakkari ym. 2021; Weinstein 2017). Sosiaalisen ulkonäkövertailun merkitys on hyvä huomioida sosiaalisen median ja kehotyytyväisyyden yhteyttä tutkiessa, sillä sosiaalinen media toimii ihanteellisena alustana vertailulle (Vogel ym. 2015). On kuitenkin hyvä huomata myös toinen näkökulma, eli sosiaalisen median käytön positiiviset vaikutukset kehonkuvaan. Myönteisinä vaikutuksina voidaan nähdä terveyteen ja itseilmaisuuksiin liittyvät vinkit, sosiaalisen median mahdollistama vertaistuki käyttäjien välillä sekä mahdollisuus löytää uusia ystäviä ja ylläpitää sosiaalisia suhteita (Paakkari ym. 2021; Weinstein 2017).

Sosiaalisen median ja miesten kehonkuvan välisen yhteyden selvittämisen lisäksi tässä katsauksessa tarkastellaan, ovatko tulokset miesten osalta saman suuntaisia kuin naisten ja eroavatko näin tulokset jotenkin sukupuolten välillä. Jos tarkastellaan vastaavia tutkimuksia naisista, yhteys on ollut havaittavissa kehotyytymättömyyden ja sosiaalisen median välillä (Sherlock & Wagstaff 2018). Miesten kehonkuvan yhteydestä perinteiseen mediaan on jonkin

verran tutkimusnäyttöä ja näyttäisi, että siellä positiivinen yhteys kehityttymättömyyteen on myös löydettävissä (Ricciardelli 2012).

2 KEHONKUVA

Kehonkuvalla tarkoitetaan henkilön subjektiivista käsitystä omasta kehostaan, eli fyysisestä itsestään. Se on mielikuva, mitä meillä on mielessämme omasta kehostamme (Greene 2011; Healey 2014). Tärkeää ovat ajatukset ja tunteet, joita henkilö kokee käsityksensä seurauksena. Omaan kehonkuvaan liittyvät tunteet voivat olla positiivisia, negatiivisia tai näiden molempien yhdistelmiä, ja näihin käsityksiin omasta kehosta vaikuttaa sekä ympäristö- että yksilötekijät (Healey 2014). Naisten kehonkuvaa on tutkittu enemmän, mutta tutkimusta myös miesten kehonkuvasta löytyy nykyään jonkin verran. Tämä on kuitenkin tapahtunut lähinnä naisten kehonkuvatutkimuksen kautta (Hargreaves ym. 2004).

2.1 Kehonkuvan tutkimus

Kiinnostus tutkia kehonkuvaa on lisääntynyt merkittävästi viimeisimpinä vuosikymmeninä ja nykyään sitä tutkitaan monella eri alalla, kun ennen sitä tutkittiin lähinnä psykologian tutkimuksen alla (Cash 2004; Grogan 2017). Ensimmäinen määritelmä, joka vastaa nykyistä käsitystämme kehonkuvasta on kuitenkin jo vuodelta 1950 (Schilder 1950). Ennen Schilderin (1950) tekemää tutkimustyötä, kehonkuvaa oli tarkasteltu ainoastaan aivovaurion aiheuttamina vääristyneinä kehon havaintoina (Cash 2004). Nyt lisääntyneeseen kehonkuvan tutkimukseen on nähty syinä muun muassa yleistynyt kauneuskirurgia, huoli epäterveellisestä ruokavaliosta sekä laihdutuslääkkeiden lisääntynyt käyttö. Tämän lisäksi etenkin miehet havittelevat entistä lihaksikkaampaa ulkonäköä, joten myös anabolisten steroidien lisääntynyt käyttö on herättänyt huolta ja näin lisännyt tutkimuksen tarvetta (Grogan 2017).

1980-luvulle asti kehonkuvan tutkimus koski vain nuoria naisia ja käsitteli ainoastaan huolenaiheita kehon painosta sekä muodosta (Grogan 2017). Vasta tämän jälkeen on ymmärretty, että kehonkuva ja sen seuraukset ovat tärkeitä niin kaiken ikäisille naisille kuin miehillekin. On myös ymmärretty, että käsite on monipuolinen rakennelma sisältäen muutakin, kuin vain huolen kehon muodosta ja painosta (Grogan 2017). 2000-luvulta alkaen myös ihmisten kiinnostus kehonkuvaa kohtaan on lisääntynyt ja on alettu kyseenalaistamaan median luomaa kuvaa ihannevaltaloista, sillä on ymmärretty seuraukset, mitä negatiivisella kehonkuvalla voi olla terveydelle (Grogan 2017; Healey 2014).

2.2 Negatiivinen ja positiivinen kehonkuva

Kun ihmisellä esiintyy kielteisiä ajatuksia ja tunteita omasta kehostaan, puhutaan yleensä tyytymättömyydestä omaan kehoonsa (body dissatisfaction), eli toisin sanoen negatiivisesta kehonkuvasta (Healey 2014). Healey (2014) käyttävät myös negatiivisesta kehonkuvasta puhuttaessa termiä; epäterveellinen kehonkuva. Negatiivisen kehonkuvan muodostumisen syyt ovat moniulotteiset ja usein monen tekijän summa (Grogan 2017). Riski tyytymättömyyteen kasvaa etenkin, jos henkilö saa negatiivista palautetta ulkonäöstään tai hän elää erityisen ulkonäkökeskeisessä yhteiskunnassa. Nykypäivänä sosiaalisen median rooli korostuu ulkonäköpaineita luovana tekijänä (Healey 2014). Tyytymättömyys omaan kehoonsa liittyy usein kehon koon, muodon, lihaksikkuuden tai painon negatiiviseen arviointiin ja siihen yleensä liittyy havaittu ristiriita oman kehon arvioinnin ja ihannevartalon välillä (Grogan 2017).

Niin psyykinen kuin fyysinenkin terveys kärsii kehotyytymättömyydestä. Kehotyytymättömyys voikin johtaa epäterveellisten elämäntapojen harjoittamiseen, kuten epäterveellisiin ruoka- ja liikuntasuhteisiin, päihteiden väärinkäyttöön sekä sosiaalisen toiminnan vähentymiseen (Healey 2014). Seurauksena voi olla syömishäiriöitä tai muita mielenterveysongelmia (Sippel 2021). Paxton ym. (2010) mukaan pitkällä aikavälillä kehon tyytymättömyys on mahdollinen riskitekijä masentuneelle mielialalle ja alhaiselle itsetunnolle. Jos tähän terveydelle haitalliseen kehonkuvaan ei puututa ja sitä yritetä korjata, voi kehotyytymättömyys jatkua läpi elämän (Healey 2014).

Positiivisen kehonkuvan on osoitettu olevan monitahoinen, kokonaisvaltainen sekä muovautuva kokonaisuus, eikä sitä tule nähdä vain vastakohtana negatiiviselle kehonkuvalle (Grogan 2017; Tylka ym. 2011a). Positiivinen kehonkuva tarkoittaa myönteistä mielipidettä kehosta sen todellisesta ulkonäöstä riippumatta sekä kehon hyväksymistä huolimatta painosta ja epätäydellisyydestä. Se on myös vartalon kunnioittamista harjoittamalla keholle terveellistä käyttäytymistä ja sen tarpeisiin vastaamista (Grogan 2017). On myös taitoa osata sulkea ulkopuolelle muun muassa mediassa esillä olevat epärealistiset kuvat vartaloista ja näin suojella itseään ja kehoaan. On kuitenkin tärkeää huomata, että positiivinen kehonkuva ei tarkoita ainaista täydellistä tyytyväisyyttä kaikkiin kehon osa-alueisiin, eikä se myöskään aina suojaa kaikilta uhilta, joita kehonkuvaan kohdistuu (Grogan 2017).

Positiivisen kehonkuvan omaavat ihmiset ovat usein fyysisesti ja psyykkisesti terveempiä (Healey 2014; Tylka ym. 2015). Heidän itsetuntonsa, joka kertoo, miten hyvin henkilö tuntee itsensä, on parempi. Mitä korkeampi itsetunto on, sitä helpompaa on pysyä mukana arjessa ja ylläpitää sosiaalisia suhteita (Healey 2014). Positiivinen kehonkuva auttaa itsensä hyväksymisessä sekä se auttaa tuntemaan olonsa mukavaksi omassa kehossaan ja olemaan tyytyväinen omaan ulkonäköönsä (Healey 2014). Positiivinen kehonkuva edesauttaa tasapainoista elämää, joka pitää sisällään terveellisen suhtautumisen ruokaan ja liikuntaan. Nämä tekijät lisäävät onnellisuutta ja hyvinvointia, jolloin henkinen- ja fyysinen hyvinvointi paranee (Healey 2014).

Kehonkuva on jatkuvassa muutoksessa, eikä se pysy muuttumattomana läpi elämän, vaan se on joustava ja avoin muuttumaan uuden tiedon myötä (Greene 2011; Grogan 2017). On luonnollista, että toisina päivinä kokee kehonkuvansa positiivisemmaksi kuin toisina, vaihdellen mielialan ja tunteiden mukana (Greene 2011; Grogan 2017). Perinteisen median jakamille kuville altistumisen on havaittu olevan yksi kehonkuvaan vaikuttava tekijä. On todennäköistä, että jotkut ovat toisia herkempiä tällaisille vihjeille ja näin myös kehonkuva muuttuu herkemmin negatiivisempaan suuntaan (Grogan 2017). Erityisesti nuoria pidetään haavoittuvina näille median luomille epärealistisille odotuksille ihannevertalosta (Grogan 2017, Healey 2014). Healey (2014) mukaan myös sukupuoli vaikuttaa herkkyyteen tyttöjen ollessa poikia alttiimpia kehotytyymättömyyteen. Healey (2014) kuitenkin lisää, että miesten kehotytyymättömyyden määrä lähestyy nopeasti naisten tasoa. Näiden tekijöiden lisäksi muun muassa kehon suurempi koko, miehillä seksuaaliseen vähemmistöön kuuluminen sekä perfektionismiin taipuva persoonallisuus ovat riskitekijöitä kehotytyymättömyydelle (Healey 2014).

2.3 Miesten kehonkuva ja syömishäiriöt

Tytyymättömyyttä omaan kehoonsa pidetään edelleen naisilla yleisempänä kuin miehillä, mutta ero sukupuolten välillä on pienenevässä (Healey 2014). Miesten kehonkuvaongelmat ovatkin yleistyneet runsaasti viime vuosikymmenellä median alkaessa levittää luomaansa kuvaa lihaksikkaasta miesvertalosta (Ricciardelli 2012). Kuitenkin jo evoluution näkökulmasta miesten kehon lihaksikkuuteen liittyville fyysisille ominaisuuksille on asetettu paljon painoarvoa (Ricciardelli 2012). Merkittävä osa miehistä on tyytymätön johonkin omassa kehossaan, mutta he usein kokevat olonsa epämukavaksi puhuessaan siitä (Healey 2014; Ricciardelli 2012). Useat miehet ovat tyytymättömiä sekä kehonsa rasvapitoisuuteen, että lihasmassansa määrään (Frederick ym.

2007, Gray & Frederick 2012). Noin puolet miehistä tavoittelevat suurempaa lihasmassaa. Puolet sen sijaan havittelevat laihempaa kehoa. Tämä eroaa naisista, heidän tavoitellessa lähes aina laihempaa kehoa (Healey 2014). Länsimaissa ihannoidaan miehillä hoikkaa, kiinteää ja lihaksikasta kehoa (Healey 2014), joka näkyikin siinä, että miehillä korostuu kehon muokkauksessa lihaksikkuuden tavoittelu ja alhainen kehon rasvapitoisuus (Frederick & Essayli 2016). Miehillä yleisiä kohteita, joihin he kiinnittävät huomiota kehossaan ovat muun muassa vatsalihasten erottuvuus, hartia- ja hauislihasten koko, rintakehä, jalkalihasten koko ja muoto sekä yleinen lihaserottuvuus ja kehon kiinteys (Raevuori & Keski-Rahkonen 2007; Ricciardelli 2012). Miehillä keskittyminen on usein myös kehon toiminnallisuudessa, esteettisyyden sijaan (Ricciardelli 2012). Näitä toimintoja on muun muassa voima, kestävyys, nopeus, koko, kunto sekä pituus (Ricciardelli 2012).

Kehoonsa tyytymättömät miehet raportoivat kehoonsa tyytyväisiä miehiä todennäköisemmin masennusoireista, vääristyneistä syömismalleista, henkisestä kärsimyksestä sekä alentuneesta itsetunnosta (Bergeron & Tylka 2007; Tylka 2011b; Wilson ym. 2013). Miessukupuoli ei siis suojaa syömishäiriöltä, eikä psyykkiseltä pahoinvoinnilta ulkonäkö- ja kehopaineiden seurauksena (Rekilä 2020). Tästä huolimatta miesten syömishäiriöiden esiintymistä on yhä tutkittu paljon naisia vähemmän (Rekilä 2020).

Syömishäiriöiden hoitoon pääsyn yhtenä ongelmana on miesten viivyttely apua hakiessa, jolloin oireet ehtivät vakavoitua ja hoidosta tulee haasteellisempaa (Dearden & Mulgrew 2013; Räisänen & Hunt 2014). Tähän merkittävänä syynä on miesten syömishäiriöiden ympärillä edelleen esiintyvä sosiaalinen ja kulttuurinen stigma, joka näkyy hoitoon hakeutumisen lisäksi myös hoitoon pääsemisessä, sillä miesten syömishäiriöt edelleen usein diagnosoidaan virheellisesti (Lyons ym. 2019; MacCaughelty ym. 2016; Räisänen & Hunt 2014). Näiden tekijöiden seurauksena ilmenee myös haasteellisuus saada tarkkaa tietoa miesten syömishäiriöiden yleisyydestä, mutta on arvioitu, että miesten todellinen osuus syömishäiriötä sairastavista on 10–20 % (Dearden & Mulgrew 2013; Isomaa 2020; Räisänen & Hunt 2014). Sairauden tunnistamisen haasteellisuuden vuoksi kuitenkin ainoastaan noin 5 % syömishäiriödiagnoosipotilaista on miehiä (Isomaa 2020).

Miesten syömishäiriöt myös oireilevat usein eri tavalla kuin naisten syömishäiriöt. Tämä onkin yksi syy siihen, miksi miesten syömishäiriöitä ei aina tunnisteta (Rekilä 2020). Syömishäiriöoireilu voi ilmetä miehillä esimerkiksi äärimmäisenä treenaamisena sekä ruokavalion tarkkana

suunnitteluna, tavoitteena saavuttaa lihaksikas ja urheilullinen keho (Rekilä 2020). Vaarana on myös turvautuminen sallittujen lisäravinteiden lisäksi kiellettyihin aineisiin, kuten anabolisiin steroideihin (Rekilä 2020). Siinä vaiheessa, kun treenaamisesta ja syömisestä tulee niin joustamatonta, että se vaikuttaa muuhun elämään, kuten sosiaalisiin suhteisiin ja arjen valintoihin, voidaan puhua syömishäiriöstä (Rekilä 2020). Rekilän (2020) mukaan joskus on haasteellista tunnistaa, mikä on syömishäiriökäyttäytymistä ja mikä sen sijaan ”terveellistä” oman kehon muokkaamista. Yllä mainittujen syömishäiriömuotojen lisäksi miehillä esiintyy erilaisia ahmimishäiriötä, jotka usein unohtuvat syömishäiriöistä puhuttaessa (Rekilä 2020). Arnow ym. (2017) mukaan ahmimishäiriöt ovat kuitenkin itseasiassa yleisin syömishäiriömuoto miehillä.

3 SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaaliselle medialle löytyy moninaisia määritelmiä. Yleisesti sillä kuitenkin tarkoitetaan verkkoviestintäympäristöjä ja siellä esiintyviä yhteisöjä, joissa käyttäjistä tulee aktiivisia viestijöitä sekä sisällöntuottajia tiedon vastaanottamisen lisäksi (Bechmann & Lomborg 2012). Ihmisten välinen vuorovaikutus toimii sosiaalisen median perustana (Matikainen & Huovila 2017). Tämä vuorovaikutus on kokenut suuren mullistuksen sosiaalisen median tarjoamien mahdollisuuksien myötä (MLL 2021). Sosiaalinen media eroaa vuorovaikutteisen luonteensa ansiosta suuresti perinteisistä joukkotiedotusvälineistä, joissa käyttäjä on lähinnä viestin vastaanottajan roolissa ja vuorovaikutus on tällöin yksisuuntaista (Matikainen & Huovila 2017).

3.1 Sosiaalisen median käyttö

Sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt valtavalla nopeudella viimeisen vuosikymmenen aikana, ja siitä on tullut normaali osa ihmisten arkea (Noor Al-Deen & Hendricks 2012). Etenkin nuorilla sosiaalinen media ja reaali maailma limittyvät jo saumattomasti toisiinsa (Matikainen 2011). Sosiaalisen median sovellusten suosioista kertoo se, että esimerkiksi Instagramilla, joka on kuvien jakamiseen tarkoitettu alusta, on ympäri maailmaa yli miljardi käyttäjää (Statista 2022a).

Aiemmin esitetyn sosiaalisen median määritelmän lisäksi Pönkä (2014) kuvailee sille tyypilliseksi piirteiksi matalan julkaisukynnyksen, avoimuuden sekä käyttäjälähtöisten ilmiöiden syntymisen. Siellä tarjoutuu mahdollisuus niin yksityisen käyttäjän kuin organisaationkin laajaan näkyvyyteen (Pönkä 2014). Sosiaalinen media tarjoaa myös käyttäjilleen mahdollisuuden luoda omannäköisensä verkkoidentiteetin (Pönkä 2014). Identiteettiä, eli sitä kuvaa, mitä käyttäjä haluaa itsestään muille näyttää, voidaan tietoisesti rakentaa tekstejä ja kuvia jakamalla (Winberg 2013). Winbergin (2013) mukaan ihmiset toimivat sosiaalisessa mediassa omina persooninaan, mutta heidän käyttäytymistään muokkaavat tietynlaiset sosiaaliset odotukset. Sosiaalisessa mediassa käyttäjä pystyy itse päättämään, mitä haluaa itsestään jakaa ja mitä puolestaan jättää jakamatta (Uski & Lampinen 2014). Verkkoidentiteetin luomiseen liittyy vahvasti myös ulkonäköpaineet, jota käyttäjät toisillensa aiheuttavat, sillä on yleistä lisätä itsestään muokattuja ja tarkkaan valikoituja kuvia, joilla voidaan kohentaa fyysistä viehätysvoimaansa ja toisaalta poistaa epäedulliset kuvat itsestään (Kim & Chuck 2015).

Sosiaalisen median verkkoviestinnälle on lukuisia erilaisia palveluja, joissa tarkoituksena on muun muassa keskustella, tuottaa ja jakaa sisältöä sekä verkostoitua (Pönkä 2014). Tunnetuimpia näistä sovelluksista ovat muun muassa Instagram, Snapchat, Facebook, WhatsApp, Twitter, TikTok ja YouTube (Matikainen & Huovila 2017; MLL 2021). Suomessa WhatsApp- pika- viestisovellus on käytetyin sosiaalisen median sovellus, sitä käyttäessä noin 80 % suomalaisista (Pönkä 2021). Uusia sosiaalisen median palveluita syntyy jatkuvasti ja tällä hetkellä esimerkiksi lyhyiden videoiden julkaisuun tarkoitettu TikTok-sovellus on kasvattamassa nopealla tahdilla suosiotaan (Xu ym. 2019). TikTokin suosio etenkin nuorten keskuudessa on kasvanut niin nopealla tahdilla, että vaikka se nykypäivänä onkin todella suosittu sovellus, ei sitä olla ehditty ottamaan vielä mukaan kovin moneen sosiaalista mediaa käsittelevään tutkimukseen (Pönkä 2020). Sosiaalista mediaa voidaan käyttää nykyisin usealla erilaisella älylaitteella, kuten puhelimella, tietokoneella, tabletilla, pelikonsolilla ja televisiolla, kun aiemmin vaihtoehtona oli oikeastaan ainoastaan tietokoneen internet-selain (Kohvakka & Saarenmaa 2019).

Andersonin (2015) mukaan naiset ovat tavanneet olla innokkaampia sosiaalisen median käyttäjiä kuin miehet, mutta nykyään miesten ja naisten välinen ero sosiaalisen median käyttäjämäärissä ei ole merkittävä. Tässä tiedossa esiintyy kuitenkin ristiriitaisuuksia, sillä joidenkin lähteiden mukaan naiset käyttävät edelleen miehiä enemmän sosiaalista mediaa, näin selviää esimerkiksi Statista (2022b) sivuilta. Tämän lisäksi joillain sosiaalisen median alustoilla on raportoitu sukupuolieroja; naisten on kerrottu käyttävän enemmän Facebookia ja Instagramia, kun taas mieskäyttäjien määrä on suurempi erilaisilla keskustelufoorumeille, kuten Redditissa sekä videopalvelu Youtubessa (Anderson 2015; Fardouly 2019). Sosiaalisen median kanavista esimerkiksi Twitterissä ei esiinny sukupuolieroja käyttäjämäärissä (Anderson 2015). Tutkimuksissa on havaittu, että naiset todennäköisemmin pitävät itsestään ajan tasalla olevia valokuvia heidän sosiaalisen median kanavillaan ja tämän lisäksi on havaittu, että heillä on siellä enemmän kuvia itsestään (Kolek & Saunders 2008).

3.2 Sosiaalinen media ja siellä tapahtuva vertailu

Itsensä vertailu muihin on tyypillistä käyttäytymistä ihmiselle (Vogel ym. 2015). Yksilöt eroavat kuitenkin toisistaan siinä, miten paljon he ulkonäkövertailua harjoittavat ja heillä esiintyy sen tekemiseen erilaisia motiiveja (Festinger 1954). Olennaisimmat motiivit ovat itsearviointi, vertailu ylöspäin ja vertailu alaspäin. Vertaillessa on tyypillistä, että itseä verrataan joko

sellaisiin henkilöihin, joiden kanssa koetaan olevan vertaisia tai sitten henkilöihin, joiden koetaan olevan itseään paremmassa tai huonommassa tilanteessa (Festinger 1945). Vertailun tavoitteena on siis joko saada tarkka kuva itsestään suhteessa muihin, saada motivaatiota oman tilansa kohentamiseen tai kohentaa omaa oloaan vertaamalla itseään heihin, joilla on huonompi tilanne (Festinger 1954).

Sosiaalinen media on ominaisuuksiltaan suotuisa alusta sosiaalisen ulkonäkövertailun ilmene- miselle. Siellä vertailu on tehty helpoksi, kun kuvamateriaalia ja tietoa löytyy ihmisistä lähes loputtomasti ja ne ovat nopeasti kaikkien saatavilla (Vogel ym. 2015). Ulkonäkövertailu sosi- aalisessa mediassa saattaa aiheuttaa ongelmia muun muassa itsetunnon ja fyysisen minäkuvan kanssa ja näin heikentää psyykkistä hyvinvointia (Aho 1993; Martikainen 2015, 33).

Sosiaalisen median negatiivisina puolina voidaan nähdä vertailu toisiin henkilöihin ja ul- konäköihanteisiin (Weinstein 2017). Kuten aiemmin on jo mainittu, ihmiset jakavat sosiaali- seen median sivustoille tarkoin valittuja kuvia ja tekstejä itsestään ja elämästään (Vogel ym. 2015) Nämä osat elämästä ovat usein positiivisia ja merkittäviä hetkiä, kun taas huonommat asiat jätetään näyttämättä (Vogel ym. 2015). Näin syntyy helposti virheellisen suotuisa kuva ihmisestä ja hänen todellisesta elämästään. Tämä johtaa siihen, että myös itsensä vertailusta muihin tulee virheellistä, sillä verrataan henkilöön, jollaista todellisuudessa ei edes ole (Vogel ym. 2015). Sosiaalisessa mediassa esiintyvät kuvat lihaksikkaista miehistä, ovat usein anabo- listen steroidien ansioita, joten tästä syystä miesten ihannevertailon tavoittelu ei ole luonnollisin keinoin edes mahdollista. Näin myös luodaan virheellistä kuvaa todellisesta vartalosta (Mayo & George 2014). Mayo ja George (2014) havaitsivat tutkimuksessaan, että suurin osa siihen osallistujista piti ihannevertailon juuri sellaista kehoa, jonka saavuttamiseen tarvitaan ana- bolisia steroideja.

Virheellistä vertailua on myös omiaan lisäämässä erilaiset kuvankäsittelyohjelmat, joiden avulla muun muassa silotetaan ihoa ja muokataan sen sävyä, suurennetaan lihaksia sekä tehdään kehosta hoikemman näköinen (Dove Self-Esteem Project 2013; Guest 2016; Ricciardelli ym. 2010) Tämä on erityisesti haitallista Instagramissa, sen keskittyessä suuresti kuvien jakamiseen (Engeln ym. 2020). Sosiaalisessa mediassa seurataan myös muun muassa ”tykkäyksien”, kom- menttien ja seuraajien määrää. Ne voidaan nähdä sosiaalisen statuksen symbolina sekä hyväk- syntänä (Brown & Larson 2009). Nämä ovat kuitenkin taas omiaan lisäämään sekä ulkonäkö- paineita että -vertailua (Wallace & Buil 2021).

4 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tämän kandidaatin tutkielman aiheena on selvittää sosiaalisen median ja miesten kehonkuvan välistä yhteyttä. Tässä katsauksessa tällä yhteydellä tarkoitetaan tarkemmin sosiaalisen median käytön mahdollisia vaikutuksia kehonkuvaan. Tarkoituksena on myös selvittää, ilmeneekö tutkimuksissa sukupuolittaisia eroja sosiaalisen median ja kehonkuvan välisissä yhteyksissä naisten ja miesten välillä. Vastausta kysymyksiin lähdetään etsimään systemaattisella kirjallisuuskatsauksella.

Tutkimuskysymykset:

- 1) Päättökysymys: Onko miehillä löydettävissä yhteyttä kehonkuvan ja sosiaalisen median välillä?
- 2) Lisätutkimuskysymys: Selviääkö tutkimuksissa sukupuolittaisia eroja sosiaalisen median ja kehonkuvan välisissä yhteyksissä miesten ja naisten välillä?

5 MENETELMÄT

Tämän systemaattisen kirjallisuuskatsauksen tavoitteena on selvittää yhteyttä sosiaalisen median ja miesten kehonkuvan väliltä. Tavoitteena on myös tarkastella, löytyykö sukupuolittaisia eroja tuloksissa naisten ja miesten välillä.

Järjestelmällinen tiedonhaku suoritettiin 12.10.2021 kolmeen kansainväliseen terveystietokantaan: Cinahl, Medline ja Pubmed. Hakulauseke, jota jokaiseen näistä kolmesta tietokannasta käytettiin, oli: ”social media” AND (male OR boy OR man) AND (self-image OR ”body image” OR ”distorted body image” OR ”body dissatisfaction”). Tämän lisäksi haku rajattiin vertaisarvioituihin englanninkielisiin tutkimuksiin, jotka oli julkaistu vuosina 2015–2021. Sosiaalisen median tämänhetkinen laaja suosio on vielä suhteellisen uusi ilmiö, joten julkaisujankohta rajattiin kapeaksi, jotta tämän katsauksen tuloksista saataisiin mahdollisimman luotettavia. Uusin tutkimustieto antaa ajankohtaisinta tietoa aiheesta. Kohderyhmänä olivat miehet, mutta tarkkaa rajausta iästä ei voitu tehdä aiheesta tehtyjen tutkimusten niukkuuden takia. Ikähaarukka oli täten laaja 10–50-vuotiaat. Katsauksen ulkopuolelle rajattiin myös tutkimukset, jotka käsitelivät sairaita tai mielenterveysongelmista kärsiviä henkilöitä, sillä nämä saattavat jo itsessään vaikuttaa kehonkuvaan ja näin vääristää katsauksen tuloksia.

Tiedonhaun osumat seulottiin seuraavilla poissulkukriteereillä: 1) tutkimus käsittelee sairaita tai mielenterveysongelmista kärsiviä henkilöitä, 2) tutkimus käsittelee pääosin naisia ja vain sivuuttaa lyhyesti miesten osuutta aiheeseen, 3) tutkimus käsittelee alle 10-vuotiaita tai yli 50-vuotiaita.

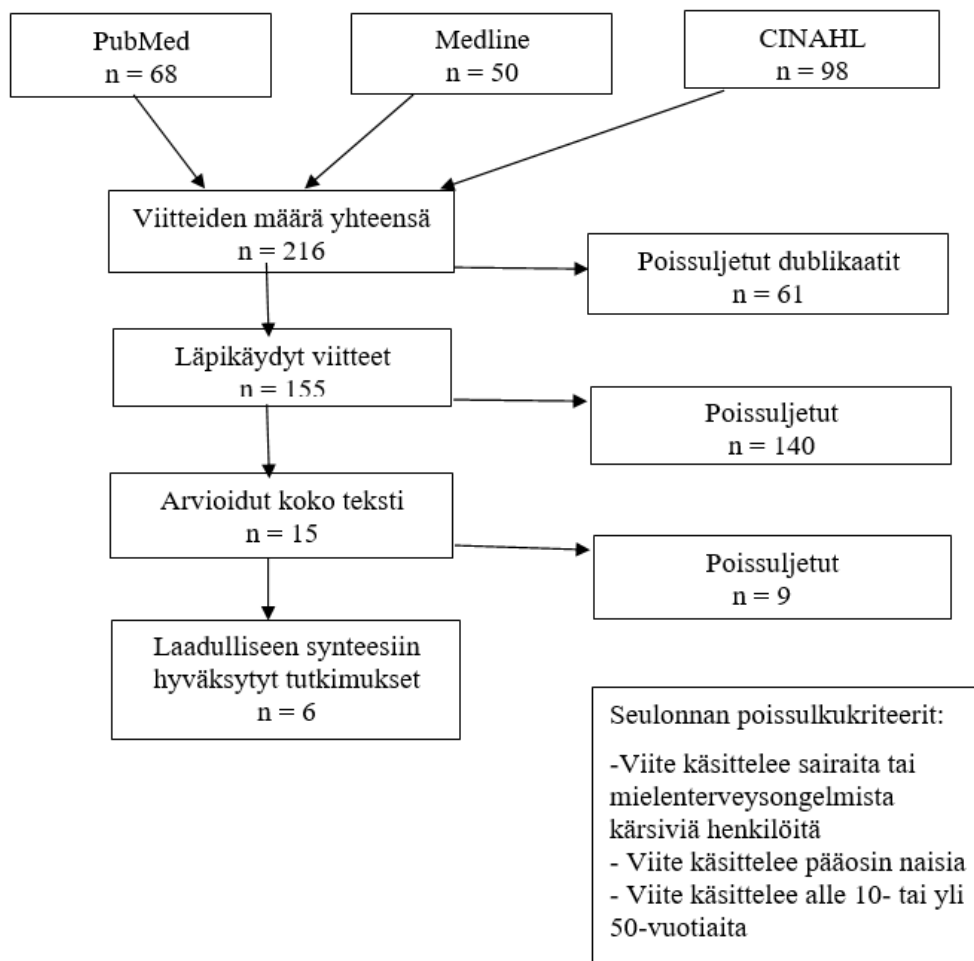
Tutkimusten seulonnan läpäisseille tutkimuksille tehtiin laadunarviointi. Tässä tutkielmassa laadunarviointiin käytettiin kahdeksan kohdan Joanna Briggs Instituutio (JBI) suomennettuja poikkileikkaustutkimuksille tarkoitettuja arviointikriteerejä. Arvioinnin tarkastuslistassa jokaisen kohdan toteutumista arvioitiin asteikolla KYLLÄ (K), Ei (E), Epäselvä (?) ja ei sovellettavissa (NA) (Moola ym. 2017). Laadunarviointitaulukko löytyy liitteestä 1.

Seulonnan ja laadunarvioinnin jälkeen tutkimuksia lähdettiin analysoimaan laadullisen synteysin keinoin. Tutkimukset teemoiteltiin tässä katsauksessa sen mukaan, oliko niissä otettu huomioon sosiaalisessa mediassa tapahtuvan ulkonäkövertailun vaikutus tuloksiin.

6 TULOKSET

6.1 Kirjallisuushaku

Tämän katsauksen kirjallisuushaku sosiaalisen median ja miesten kehonkuvan välisestä yhteydestä tuotti yhteensä 216 osumaa, joista 68 löytyi PubMed -tietokannasta, 50 Medline -tietokannasta sekä 98 Cinahl -tietokannasta. Duplikaatteja havaittiin 61, joiden poiston jälkeen jäljelle jäi viitteitä 155 kappaletta. Seuraavaksi tarkasteltiin tulosten sovellettavuutta tähän katsukseen. Arviointi tehtiin otsikoiden, tiivistelmien ja tarvittaessa koko tutkimusartikkelien tekstien avulla. Tämän poissulun jälkeen viitteitä kirjattiin jääneen jäljelle 15 kappaletta. Lopulta laadullisen arvioinnin jälkeen kirjallisuuskatsaukseen hyväksyttiin kuusi (6) kriteerit läpäisevää poikkileikkaustutkimusta. Kokonaisuudessaan tiedonhaun prosessi dokumentoitiin vuokaavioon (kuvio 1.)



KUVIO 1. Tiedonhaun vuokaavio

6.2 Laadunarviointi

Laadunarvioinnissa katsaukseen valikoituneiden tutkimusten havaittiin hieman vaillinaisesti täyttävän JBI-tarkistuslistan kohdat kriteerien mukaisesti. Tässä kappaleessa avataan tarkemmin laadunarvioinnin tuloksia.

Suurimmassa osassa artikkeleista esitettiin kattavasti otoksen mukaanotto- ja poissulkukriteerit ja ne tulivat selkeästi esille tekstistä, eli JBI:n kriteeristön kohdat yksi ja kaksi täyttyivät suhteellisen hyvin. Mukaanotto- ja poissulkukriteereissä ilmeni kuitenkin hieman epäselvyyttä Tiggemann ja Anderberg (2020) ja de Vries ym. (2015) tutkimusartikkeleissa. Tiggemann ja Anderberg (2020) ja de Vries ym. (2015) tutkimuksissa selvisi, millaisia henkilöitä tutkimuksiin oli valittu mukaan, mutta mukaanottokriteereitä ei ollut selkeästi määritelty eikä niitä avattu tekstissä, kuin vasta silloin, kun rekrytointi oli jo tehty. Kohderyhmän ja tutkimusolosuhteiden kuvailu onnistui myös ongelmitta lähes kaikissa tutkimuksissa. Tiggemann ja Anderberg (2020) sekä Modica (2020) tutkimuksista jäi kuitenkin uupumaan tieto, milloin tutkimuksen aineisto on kerätty. Tästä syystä näihin kohtiin annettiin arvio ”Epäselvä”.

Kehonkuvan ja sosiaalisen median arviointiin käytetyt mittarit vaihtelivat eri tutkimuksissa. Näiden mittareiden pätevyyttä ja luotettavuutta arvioitiin kohdassa kolme ja jokaiseen kohtaan lukuun ottamatta Jarman ym. (2020) tutkimusta annettiin arvioiksi ”Epäselvä”. Suurin osa kehonkuvan mittareista arvioi kehotytyymättömyyttä ja käytetyt mittarit perustuivat tutkittuun tietoon. Kehonkuvan mittarien validiteetti ja reliabiliteetti arvioitiin laadukkaaksi. Sosiaalisen median käytön mittarit olivat taas ongelmallisempia. Niihin ei ollut käytetty perusteltuja mittareita, lukuun ottamatta Jarman ym. (2020) tutkimusta, jossa sosiaalisen median altistusta oli mitattu Facebook Intensity Scale-mittarilla (Ellison ym. 2007). Sosiaalisen median käytön määrää, laatua ja intensiteettiä kysyttiin lähinnä kysymyksillä, joiden valintaa ei ollut tieteellisesti perusteltu. Kysymyksien validiteetti oli kuitenkin hyvä ja kysyttiin asioita, jotka olivat oleellisia tutkimuskysymysten kannalta.

JBI:n kriteeristön kohdassa neljä arvioinnin kohteena oli tutkimukseen osallistujien valinnassa käytettyjen kriteerien objektiivisuus. Tässä kohdassa epäselvyyttä esiintyi niissä tutkimuksissa, jotka olivat käyttäneet tutkimukseen rekrytointialustoja rekrytoinnin välineenä, sillä alustat perustuvat täysin vapaaehtoisuuteen. Tällä voi olla vaikutusta muun muassa tutkimuksen luotettavuuteen, jos tutkimukseen on tämän seurauksena valikoitunut jotenkin tietynlainen otanta,

joka poikkeaa muusta väestöstä. Sama ongelma esiintyi myös Fardouly ym. (2020) tutkimuksessa, jossa rekrytointi tehtiin jakamalla lehtisiä muun muassa kouluissa ja urheilukerhoissa. Tästä syystä Fardouly ym. (2020) sai arvioiksi tästä kohdasta ”Ei” ja loput kolme rekrytointialustaa käyttänyttä saivat arvioksi ”Epäselvä”.

Laadunarviointikriteeristön kohdat viisi ja kuusi käsittelivät sekoittavia tekijöitä ja niiden huomioimiseen käytettäviä menetelmiä. Sekoittavien tekijöiden huomiointi vaikuttaa toteutuneen riittävän hyvin jokaisessa tutkimuksessa. Tutkimuksissa sekoittavia tekijöitä oli arvioitu usean muuttujan regressioanalyysillä. Seitsemännessä kohdassa JBI:n kriteeristöä tarkkailtiin tulomuuttujien mittauksen pätevyyttä ja luotettavuutta. Tässä esiintyi ongelmia mittareiden validoinnista sekä tulosten luotettavuudessa, niiden perustuessa omaan havainnointiin. Tästä huolimatta mittaukset toteutettiin kaikissa katsaukseen valikoituissa tutkimuksissa asianmukaisesti. Ongelmat huomioiden jokaiseen kohtaan arvioinniksi annettiin ”Epäselvä”. Laadunarviointikriteeristön viimeisessä kohdassa arvioitiin tilastollisten menetelmien soveltuvuutta ja siinä ei esiintynyt ongelmia, vaan kriteerit täyttyivät jokaisen tutkimuksen kohdalla ongelmitta. Tutkimusten vähyys aiheesta vaikutti siihen, että myös tutkimuksia, jotka eivät saaneet kovin hyviä tuloksia laadunarvioinnista, otettiin mukaan tähän katsaukseen.

6.3 Valitut tutkimukset

Tähän systemaattiseen kirjallisuuskatsaukseen valikoitui poissulkukriteerien mukaisen seulonnan ja laadunarvioinnin jälkeen kuusi (6) tutkimusta, joista neljä on poikkileikkaustutkimuksia ja yksi pitkittäistutkimus. Jarman ym. 2020 tutkimus on osa laajempaa pitkittäistutkimusta, mutta sosiaalisen median ja kehonkuvan osuus tutkimuksessa on kerätty yhdellä kyselytutkimuskerralla, joten se luokitellaan poikkileikkaustutkimukseksi. Tutkimukset ovat julkaistu vuosina 2015–2021 ja niiden aineisto on kerätty neljästä eri maasta; Australiasta, Yhdysvalloista, Alankomaista sekä Saudi-Arabiasta. Kolme tutkimuksista on tehty Australiassa. Yhteensä näihin tutkimuksiin on osallistunut yli 3 500 osallistujaa, joista miehiä on reilu 2 000. Neljässä tutkimuksessa vastaajiksi otettiin miehiä ja naisia, kahdessa ainoastaan miehiä. Osallistujien ikähaarukka oli suuri, nuorimmat vastaajat olivat kymmenenvuotiaita ja vanhimmat 50-vuotiaita.

Tutkimuksien otannat eivät ole yhteneväisiä. Yksi tutkimus toteutettiin yliopisto-opiskelijoiden keskuudessa Kim Saudin yliopistossa, kolmeen tutkimukseen osallistujat haettiin rekrytointialustojen kautta, yksi toteutettiin kahdessa eri Melbournen yläkoulussa ja yhteen haettiin osallistujat lehtisten avulla, joita jaettiin muun muassa kouluissa ja urheilukerhoissa. Tutkimukset toteutettiin kyselymuodossa, joista suurin osa mainittiin olevan internetkyselyjä (Fardouly ym, 2019; Jarman ym. 2020; Modica 2020; Tiggemann & Anderberg 2020). Valitut tutkimukset on esitelty tarkemmin alla olevassa taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Tutkimuksen perustiedot, löydetyt yhteydet on todettu tuloksissa tilastollisesti merkitseviksi. *Jarman ym. 2020 tutkimus on osa laajempaa pitkittäistutkimusta, mutta tässä katsauksessa merkittävät tulokset on kerätty poikkileikkausmenetelmällä.

Tutkimus	Tutkimusasetelma	Otoksen kuvailu	Keskeiset tulokset (1. sosiaalisen median ja kehotyytymättömyyden yhteys miehillä 2. sukupuolten välinen mahdollinen eroavaisuus tuloksissa 3. Onko sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa ulkonäkövertailua huomioitu tuloksissa)
Alruwayshid ym. Saudi-Arabia 2021	Poikkileikkaus	<ul style="list-style-type: none"> - Kin Saudin yliopistosta satunnaistetuille opiskelijoille kyselylomake - Aineisto kerätty maaliskuusta 2019 tammi-kuuhun 2020 - 204 osallistujaa - Miehiä 46,1 % (94) - Naisia 53,9 % (110) - Ikä 18–24, mediaania ei kerrota - Vastausprosentti 87,9 % 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Yhteys löytyi, sosiaalisen median ja kehotyytymättömyyden välillä 2. Ei eroa sukupuolten välillä 3. Vertailua ei ole huomioitu
Fardouly ym. Australia 2019	Poikkileikkaus	<ul style="list-style-type: none"> - Australiassa asuvia 10–12-vuotiaita rekrytoitiin osallistumaan internetkyselyyn lehtisillä, joita jaettiin mm. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Yhteys löydetty, mutta sen vaikuttavuus havaittiin pieneksi; sosiaalisen median

		<p>kouluissa ja urheilukerhoissa osana suurempaa mielenterveystutkimusta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aineisto kerätty elokuun 2016 ja heinäkuun 2017 välissä - 528 osallistujaa - Miehiiä 50,9 % (269) - Naisia 49,1 % (259) - Ikä 10–12, mediaani 11,19 vuotta - Vastausprosentti ei tullut ilmi 	<p>käyttäjillä muita enemmän kehonkuvahuolia</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Yhteys samansuuntainen sukupuolten välillä 3. Miehillä ei yhteyttä ulkonäkövertailutiheyden ja kehotyymättömyyden välillä
Jarman ym. Australia 2020	Pitkittäis/ poikkileikkaus*	<p>-1890 nuorta kahdesta eri Melbournen yläkouluista kutsuttiin täyttämään internetkysely</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aineisto kerätty vuonna 2019 - 1579 osallistujaa - Miehiiä 55,41 % (875) - Naisia 41,29 % (652) - Ikä 11–17, mediaani 13,45 - Vastausprosentti noin. 85 % 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ulkonäkökeskeisen sosiaalisen median käyttö ennustaa korkeampaa kehotyymättömyyttä 2. Samansuuntaiset tulokset riippumatta sukupuolesta 3. Ulkonäkövertailu oli yhteydessä alempaan kehotyymättömyyteen
Modica Yhdysvallat 2020	Poikkileikkaus	<p>- Rekrytoitiin Yhdysvalloissa MTurk rekrytointialustan avulla halukkaita osallistujia, joilla oli Instagram-tili, täyttämään internetkysely</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osallistujia 348 - Miehiiä 100 % - Ikä 18–50, mediaani 31,04 - Vastausprosentti 79 % 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Positiivinen yhteys havaittiin Instagramin käytön ja kehotyymättömyyden välillä 2. Tulokset samansuuntaiset sukupuolesta riippumatta. 3. Instagramin käyttö liittyi positiivisesti ulkonäön vertailuun, mikä taas vaikutti positiivisesti kehotyymättömyyteen
Tiggemann & Anderberg Australia 2020	Poikkileikkaus	<p>- Rekrytoitiin TurkPrimen rekrytointialustan avulla Australialaisia miehiä</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osallistujat satunnaisesti kolmeen ryhmään: 1. altistui Instagram-kuville 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paidattomien kuvien näkeminen johti merkittävästi alhaisempaan kehotyymättömyyteen 2. Tulokset samansuuntaiset

		<p>paidattomista miehistä (fitspiration) 2. altistui Instagram-kuville vaatteet päällä olevista miehistä (fashion) 3. altistui maisemakuville Instagramissa. Tämän jälkeen heille annettiin nettikyselylomake</p> <ul style="list-style-type: none"> - Osallistujat 284 - Miehiä 100 % - Ikä 18–30, mediaani 24,9 - Vastausprosentti 94,7 % 	<p>sukupuolesta riippumatta.</p> <p>3. Ulkonäkövertailu ei vaikuttanut tuloksiin</p>
de Vries ym. Alankomaat 2015	Pitkittäis	<ul style="list-style-type: none"> - Kysely tehtiin onlince access panelin (Intomart GfK) jäsenten lapsille ja tähän kuului kaksi vaihetta - Aineisto kerätty heinäsyyskuussa 2008 ja joulukuussa 2009 - Osallistujat 1. vaihe: 1294 ja 2. vaihe: 604 - Miehiä 49,3 % - Naisia 50,7 % - Ikä 11–18, mediaani 14,7 - Vastausprosentti 1. vaihe: 80,9 % ja 2. vaihe: 54,2 % 	<p>1. Yhteys löydettiin, sosiaalisen median käyttö ennusti korkeampaa kehotyytymättömyyttä</p> <p>2. Sukupuoli ei vaikuttanut tuloksiin</p> <p>3. ulkonäkövertailua ei ole huomioitu</p>

6.4 Käytetyt mittarit

Kehonkuvamittarit valituissa tutkimuksissa. Kehonkuvaa mitattiin jokaisessa tutkimuksessa erilaisella kyselylomakkeella. Mittareissa esiintyy kuitenkin paljon samankaltaisuutta. Kyselyillä selvitettiin muun muassa tyytyväisyyttä kehoon ja ulkonäköön sekä tyytyväisyyttä tiettyihin kehonosiin. Kysymykset koskivat miehillä pääsääntöisesti rintaa, lihaksikkuutta, rasvapitoisuutta, kehon kokoa, karvoitusta sekä pituutta. Puolet mittareista lähestyivät kehonkuvaa kehotyytyväisyyden kautta (Fardouly ym. 2019; Jarman ym. 2020; Tiggemann & Anderberg 2020) ja puolet kehotyytymättömyyden kautta (Alruwayshid ym. 2021; Modica 2020; de Vries ym. 2015), eli kehonkuvaa mitattiin joko kehotyytymättömyyden tai kehotyytyväisyyden määrällä. Valittu lähestymistapa tuli esille mittareiden kysymyksien muotoilutavasta.

Jarman ym. 2020 tutkimuksessa käytettiin kolmea eri mittaria selvittämään osallistujien kehoituvuutta. Yksi käytetyistä mittareista oli The Body Shape Satisfaction Scale -kyselylomake. Tätä kyselylomaketta oli The body Areas Satisfaction Scale-lomakkeen (de Vries ym. 2015) lisäksi muokattu soveltuvaksi myös miehille lisäämällä siihen kysymyksiä, eli kyseiset mittarit on tehty alun perin naisten kehonkuvan tutkimusta varten. Modica (2020) käytti tutkimuksessaan The Male Body Attitudes Scale (MBAS) -mittaria. Tämä mittari on suunniteltu miehiä varten ja sen tarkoituksena on selvittää heidän asenteitaan kehojaan kohtaan (Tylka ym. 2005). Kehonkuvan mittareista löytyy tarkemmin taulukosta 2.

Sosiaalisen median käytön mittarit. Sosiaalisen median käyttöä mitattiin kaikissa tutkimuksissa samankaltaisilla subjektiivisilla kyselylomakkeilla. Tutkimusten perusteella vaikuttaa siltä, että sosiaaliselle median käytölle ei ole olemassa vakiintuneita mittareita. Ainoastaan yhdessä tutkimuksessa (Jarman ym. 2020) oli käytetty valmista Facebook Intensity Scale nimistä mittaria. Muissa tutkimuksissa sosiaalisen median käyttöä kysyttiin yksinkertaisilla ja tarkoituksenmukaisilla kysymyksillä, joilla ei kuitenkaan ollut tutkittuun tietoon perustuvaa taustaa. Itseilmoitettujen kyselylomakkeiden ongelmana on niiden subjektiivisuus, joka voi ilmetä muun muassa vaikeutena arvioida todellinen aika, jonka osallistuja viettää päivästä sosiaalisessa mediassa. Kysymyksillä selvitettiin pääosin, käyttävätkö osallistuja sosiaalista mediaa, kuinka kauan aikaa siellä kuluu päivästä sekä, mitä sosiaalisen median kanavia osallistuja käyttää. Saatettiin kysyä myös, miten osallistuja sosiaalista mediaa käyttää ja kuinka aktiivinen hän siellä on. Tämän lisäksi useassa tutkimuksessa selvitettiin, miten osallistuja kokee ulkonäkövertailun sosiaalisessa mediassa. Tarkempaa tietoa tutkimukseen valituista kyselylomakkeista löytyy taulukosta 2.

Tutkimuksissa mukana olleet sosiaalisen median sovellukset. Instagram on yleisin mukana ollut sovellus valituissa tutkimuksissa (taulukko 2.). Instagram oli mukana viidessä tutkimuksessa kuudesta. Tämän jälkeen tutkimuksissa käytetyimmät sovellukset olivat Facebook ja Snapchat, jotka olivat kummatkin mukana kolmessa tutkimuksessa. Twitter ja Youtube mainittiin kahdessa tutkimuksessa. Näiden lisäksi mainittuja sovelluksia oli muun muassa Whatsapp. De Vries ym. (2015) tutkimuksessa sosiaalisen median ja kehonkuvan yhteyttä tutkittiin Hyves.nl sovelluksen käytön kautta. Tutkimuksesta selviää sovelluksen olleen samankaltainen muun muassa Facebookin ja Instagramin kanssa, sillä siellä oli myös mahdollisuus jakaa kuvia ja tekstejä. De Vries ym. (2015) tutkimus on vanhin mukana ollut tutkimus, joten tästä huomaa, kuinka nopeasti sosiaalisen median käyttö on muuttunut viime vuosina Hyves.nl sovelluksen ollessa

nykypäivänä jo poissa käytöstä. On myös hyvä huomata Hyves.nl sovelluksen olleen suosittu lähinnä Alankomaissa, josta se on lähtöisin (Corten 2012).

TAULUKKO 2. Tutkimuksissa käytetyt mittarit ja sosiaalisen median sovellukset

Tutkimus	Kehonkuvan/keho- tyytymättömyyden mittarit valituissa tutkimuksissa	Sosiaalisen median käytön mittarit	Tutkimuksissa mu- kana olleet sosiaali- sen median sovelluk- set
Alruwayshid ym. Saudi-Arabia 2021	Body Shape Questionnaire (BSQ), tutkimuksessa käytetty lyhennetty versio BSQ-8C (BSQ-8C; Evans & Dolan 1993), jolla mitataan tyypillisiä kehon muotoon liittyviä huolia.	Osallistujilta kysyttiin sosiaalisen median käyttötapaa (sovelluksia) ja -tiheyttä (daily usage of Social Media).	1. Snapchat 2. Facebook 3. Instagram 4. Twitter 5. Youtube 6. Whatsapp
Fardouly ym. Australia 2019	The Appearance and Weight subscales of the Body Esteem Scale for adolescents and Adults (BESAA), 18 kohtaa, joissa kysyttiin joko tyytyväisyydestä yleiseen ulkonäköönsä tai painoonsa (Mendelson ym. 2001)	1. Osallistujia pyydettiin listaamaan käyttämänsä sosiaalisen median alustat tai puolestaan kertomaan, jos ei käytä sosiaalista mediaa. 2. Kysyttiin, kuinka kauan päivästä he käyttävät aikaansa tiettyyn alustaan.	Kaikki alustat, mutta tutkimuksessa analysoitiin Instagram, Snapchat ja Youtube.
Jarman ym. Australia 2020	1. The Body Shape Satisfaction Scale (Pngitore ym. 1997), mukattu versio: lisätty neljä kohtaa, että mittarista saatiin relevantti myös miehille (rinta, lihakset, kehon rasvapitoisuus, karvoitus). Tällä selvitettiin tyytyväisyyttä spesifeihin kehonosiin. 2. The Appearance Esteem Subscale of the Body Esteem Scale (Mendelson ym. 2001). Tätä käytettiin selvittämään tyytyväisyyttä ulkonäköönsä. 3. Weight and Shape subscales of Eating	1. Osallistujilta kysyttiin käyttävätkö he sosiaalista mediaa: kyllä/ei 2. Facebook Intensity Scale (Ellison ym. 2007). Tällä selvitettiin käytön intensiteettiä.	1. Snapchat 2. Instagram

	Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q) (Fairburn & Beglin 1994). Tällä selvitetiin, kuinka suuressa arvossa itsekäsityksessä osallistujat pitivät kehon painoa ja muotoa		
Modica Yhdysvallat 2020	The Male Body Attitudes Scale (MBAS) (Tylka ym. 2005). Kysely sisältää lihaksikuuden, kehon rasvapitoisuuden sekä pitempää.	Käyttöaika ja Instagramin tarkastamisen useus mitattiin Likertin asteikolla.	1. Instagram
Tiggemann & Anderberg Australia 2020	Visual analogue scales (VAS) (Heinberg & Thompson 1995) käytettiin mittaamaan kehon tyytyväisyyttä ennen ja jälkeen Instagram kuville altistamisen. Tähän oli neljä eri kehotyytyväisyyden mittaa (Hargreaves & Tiggemann 2009; Fardouly & Rapee 2019).	Osallistujilta kysyttiin, onko heillä Instagram tai Facebook-käyttäjätilejä ja kuinka kauan he käyttävät niihin aikaa päivästä. Heiltä myös kysyttiin, kuinka paljon heillä on kavereita/seuraajia palveluissa ja kuinka usein he altistuvat viidenlaisille kuville: muoti, kaverit ja perhe, fitness ja terveys, luonto/eläimet ja matkustus.	1. Instagram 2. (Facebook)
de Vries ym. Alankomaat 2015	The body Areas Satisfaction Scale, moniulotteisemman kehosuhteen kyselylomakkeen ala-asteikko (Cash 1994). Asteikkoa muokattiin, jotta se olisi soveltuva sekä tyttöjen että poikien keskuudessa (aikaisemmin soveltuva vain naisille) ja joitain osia muokattiin myös lapsille ymmärrettävämmäksi.	Selvitettiin, kuinka usein osallistujat käyttävät Hyves.nl nettisivua (suosituin palvelu nuorten keskuudessa tutkimuksen tekoai-kaan Hollannissa (de Vries ym. 2015)).	1.Hyves.nl (samankaltainen kuin Facebook ja Instagram (de Vries ym. 2015)).

6.5 Kehonkuvan ja sosiaalisen median yhteys

Katsaukseen valikoituneet tutkimukset eivät ole keskenään yhdenmukaisia ja niiden tutkimuskysymykset ovat eriäviä. Tästä syystä tutkimuksien tuloksista ei ole yksiselitteistä keinoa tehdä kokoavaa synteisiä. Kaikki valikoituneet tutkimukset pyörivät saman aiheen ympärillä, mutta käsittelevät sitä eri tavoin ja erilaisista lähestymistavoista. Tässä katsauksessa nähtiin parhaaksi teemoitella tulokset sen mukaan, onko tutkimuksessa sosiaalisen median ja kehonkuvan yhteyden selvittämisessä otettu huomioon sosiaalisessa mediassa tapahtuva ulkonäkövertailu vai ei. Tällä vertailulla tarkoitetaan oman kehon tai ulkonäön vertailua sosiaalisessa mediassa esiintyvään kuvamateriaaliin. Kaikissa kuudessa katsaukseen valikoituneessa tutkimuksessa havaittiin jonkinasteista tilastollisesti merkitsevää yhteyttä sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä. Keskeisimmät tulokset löytyvät myös kootusti taulukosta 1.

Sosiaalisessa mediassa tapahtuvan ulkonäkövertailun vaikutukset on otettu huomioon tutkimuksessa. Jarman ym. (2020) hypoteeseista poiketen, tutkimuksessa havaittiin ulkonäkökeskeisen sosiaalisen median käytön olevan suorassa yhteydessä ainoastaan kehotytyväisyyden lisääntymiseen. Jarman ym. (2020) havaitsivat kuitenkin, että sosiaalisessa mediassa tapahtuva vertailu oli yhteydessä alhaisempaan kehotytyväisyyteen. Myös Modica (2020) havaitsi, että ulkonäön vertailu sosiaalisessa mediassa välitti yhteyttä Instagramin käytön ja kehotytyväisyyden välillä. Hän kuitenkin huomasi, että yhteys kehotytyväisyyden ja sosiaalisen median välillä oli löydettävissä myös ilman vertailun huomiointia. Tiggemann & Anderberg (2020) havaitsivat, että paidattomille ja lihaksikkaille kuville altistuminen Instagramissa johti merkittävästi alhaisempaan kehotytyväisyyteen. Tätä samaa vaikutusta ei ollut löydettävissä maisemakuvien tai muotikuvien ja kehotytyväisyyden välillä. Modica (2020) ja Jarman ym. (2020) tuloksista poiketen Tiggemann & Anderberg (2020) eivät puolestaan havainneet ulkonäkövertailun määrän vaikuttavan tuloksiin. Vastaavanlaisen havainnon teki myös Fardouly ym. (2019), sillä he eivät havainneet miehillä yhteyttä ulkonäkövertailutiheyden ja kehotytyväisyyden väliltä. He kuitenkin löysivät positiivisen yhteyden sosiaalisen median ja kehotytyväisyyden välillä. Tutkimuksessa havaittiin, että osallistujista ne, jotka käyttivät enemmän aikaa Snapchatissa ja Instagramissa raportoivat eniten kehotytyväisyyttä ja sosiaalisen median käyttäjät raportoivat enemmän kehotytyväisyyttä kuin ei-käyttäjät. Näiden löydösten yhteydet olivat kuitenkin pieniä (Fardouly ym. 2019).

Sosiaalisessa mediassa tapahtuvan ulkonäkövertailun vaikutuksia ei ole otettu huomioon tutkimuksessa. Yhteys sosiaalisen median ja kehotyytymättömyyden väliltä oli löydettävissä Alrywayshid ym. (2021) tutkimuksessa, mutta raportoidun alhaisen kehotyytymättömyyden määrän vuoksi, Alrywayshid ym. (2021) eivät koe ilmiöllä olevan suurta merkitystä Saudi-Arabiassa. Jos tarkastelee katsauksen ainoaa pitkittäistutkimusta, josta on näin ollen mahdollista tutkia kausaaliteettia, huomataan, että sosiaalinen median käyttö ennustaa kohonnutta kehotyytymättömyyttä (de Vries ym. 2015). Toisaalta he myös huomasivat, että kehotyytymättömyys ei ennustanut sosiaalisen median suurempaa käyttöä, eli yhteys toimi vain toiseen suuntaan.

6.6 Sukupuolittaiset eroavaisuudet

Neljässä katsaukseen valikoituneessa tutkimuksessa oli osallistujina sekä miehiä, että naisia. Näissä tutkimuksissa oli otettu huomioon sukupuolen merkitys tutkiessa sosiaalisen median ja kehonkuvan välistä yhteyttä. Myös Tiggemann ja Anderberg (2020) sekä Modica (2020) olivat ottaneet tutkimuksissaan, jossa oli osallistujina ainoastaan miehiä, huomioon sukupuolten väliset mahdolliset eroavaisuudet. Tutkimuksissa vertailtiin miehiltä saatuja tuloksia aiempaan naisilta saatuun vastaavaan tutkimustietoon.

Valituista tutkimuksista saadut tulokset ovat yhteneväisiä keskenään; sukupuoli ei vaikuttanut tuloksiin sosiaalisen median ja kehonkuvan yhteyden osalta ja miehiltä saadut tulokset ovat samansuuntaisia naisilta saatujen tuloksien kanssa. Pieniä eroja sukupuolten välillä esiintyi, mutta ne eivät olleet tilastollisesti merkitseviä. Huolimatta samankaltaisesta yhteyden esiintymisestä, joitain eroavaisuuksia tuloksissa sukupuolten väliltä löytyi. Nämä eivät suoraan liittyneet katsauksen tutkimuskysymyksiin, mutta voivat vaikuttaa sosiaalisen median ja kehonkuvan välisen yhteyden luonteeseen. Huomattiin, että miehet tekevät ulkonäkövertailua sosiaalisessa mediassa harvemmin kuin naiset (Fardouly ym. 2019; Tiggeman & Anderberg 2020) ja vertailu on luonteeltaan naisia useammin alaspäin suuntautuvaa (Fardouly ym. 2019). Naisilla vertailu on taas luonteeltaan miehiä useammin ylöspäin suuntautuvaa, joka kertoo yleisemmästä kehotyytymättömyyden raportoinnista naisilla (Fardouly ym. 2019; Tiggemann & Anderberg 2020). De Vries ym. (2015) myös raportoivat naisten olevan miehiä tyytymättömämpiä kehoonsa. Fardouly ym. (2019) tutkimuksessa havaittiin naisten pitävän miehiä useimmin sosiaalisessa mediassa muita itseään paremman näköisinä. He myös julkaisivat enemmän kuvia itsestään sekä saivat enemmän tykkäyksiä julkaisuihinsa (Fardouly ym. 2019). Jarman ym.

(2020) havaitsivat naisten helpommin sisäistävän laihuusihanteen, kun miesten taas lihaksikkuusihanteen. Laihuusihanteen sisäistäminen oli yhteydessä alhaisempaan kehotyytyväisyyteen, kun taas lihaksikkuusihanteen sisäistämällä oli jopa pieni yhteys kehotyytyväisyyden lisääntymiseen.

Tiggemannin ja Anderbergin (2020) kokeellisessa tutkimuksessa havaittiin joitain eroavaisuuksia sukupuolten välillä. Tiggemannin ja Anderbergin (2020) mukaan naisilla kehotyytymättömyys lisääntyy myös Instagram-kuvista, joissa esiintyy naisia vaatteet päällä, kun taas miehillä kehotyytymättömyyden havaittiin lisääntyvät ainoastaan Instagram-kuvista, joissa esiintyi paidattomia miehiä. Tutkimuksesta myös havaittiin, että ulkonäkövertailu ei vaikuta miehillä merkittävästi kehotyytyväisyyteen, kun taas naisilla yhteys on löydettävissä. Tätä tulosta tukee myös Fardouly ym. (2019) havainto siitä, että tiheällä ulkonäön vertailulla havaittiin yhteys alhaisempaan kehotyytyväisyyteen ainoastaan naisilla.

Sosiaalisen median käytössä huomattiin myös joitain eroavaisuuksia. Havaittiin, että vaikka Instagramin ja Snapchatin käyttäjämäärässä ei ollut eroavaisuuksia sukupuolten välillä, naiset kuitenkin käyttivät enemmän aikaa Instagramissa ja Snapchatissa, kun taas miehet YouTubea, jossa raportoitiin miehillä olevan enemmän käyttäjätilejä (Fardouly ym. 2019). De Vries ym. (2015) havaitsivat myös naisten vierailevan sosiaalisen median alustoilla tiheämmin kuin miehet. Tämän lisäksi siihen aikaan, kun de Vries ym. (2015) keräsi aineistoa tutkimukseensa, naisia oli enemmän sosiaalisen median käyttäjinä kuin miehiä (66,5 % vs. 87,3 %).

7 POHDINTA

7.1 Kehonkuvan ja sosiaalisen median yhteys

Tämän kirjallisuuskatsauksen päätutkimuskysymyksellä lähdettiin selvittämään, onko miehillä löydettävissä yhteyttä sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä. Tähän kysymykseen voidaan todeta, että tilastollisesti merkitsevä yhteys löytyi kaikista kuudesta katsauksessa mukana olleesta tutkimuksesta. Katsaus siis osoittaa melko selvästi sen, että sosiaalinen media vaikuttaa miesten kehotyytyväisyyteen laskevasti, vaikkakin yksi tutkimus (Jarman ym. 2020) havaitsi päinvastaisen yhteyden. Yhtä tutkimusta (Jarman ym. 2020) lukuun ottamatta tutkimustulokset olivat siis yhteneväisiä. Viisi tutkimusta havaitsi sosiaalisella medially olevan positiivisen yhteyden kehotyytymättömyyteen, kun yksi tutkimus taas havaitsi sosiaalisella medially olevan positiivinen yhteys kehotyytyväisyyteen. Havaitun yhteyden suuruus kuitenkin erosi tutkimusten välillä, esimerkiksi Tiggemann ja Anderberg (2020) raportoivat havaitun yhteyden olevan merkittävä, kun taas Fardouly ym. (2019) havaitsivat vain pienen yhteyden. Tämän lisäksi myös Jarman ym. (2020) havaitsema yhteys sosiaalisen median ja kehotyytyväisyyden välillä oli pieni.

Alruwayshid ym. (2021) tutkimuksessa havaittua yhteyttä ei pidetty merkittävänä, siitä huolimatta, että tilastollisesti merkitsevä yhteys oli löydettävissä. Tähän Alruwayshid ym. (2021) näkivät syynä raportoidun kehotyytymättömyyden yllättävän vähyyden. He eivät kokeneet, että sosiaalisella medially olisi yhteiskunnallisesti jatkotoimia vaativaa roolia tarkastellessa kehotyytymättömyyttä. He myös totesivat artikkelissaan tuloksien eroavan muissa maissa tehdyistä tutkimuksista, joissa sosiaalisella medially nähdään olevan merkittävä rooli tyytyväisyydessä omaan kehoonsa. Tämä tutkimus oli katsauksen ainoa länsimaiden ulkopuolella toteutettu tutkimus, joten kulttuurierot saattavat hyvinkin toimia tuloksen selittävä tekijänä. Olisikin mielenkiintoista selvittää, mikä selittää sen, että Saudi-Arabiassa esiintyy niin paljon vähemmän kehotyytyväisyyttä yliopisto-opiskelijoiden parissa kuin länsimaissa. Alruwayshid ym. (2021) tutkimusta lukuun ottamatta, muut katsauksen tutkimukset pitivät sosiaalisen median negatiivista vaikutusta kehonkuvaan merkittävänä ongelmana, johon tulisi suunnitella keinoja puuttua jo ennaltaehkäisevästi.

Neljässä tutkimuksessa kuudesta ulkonäkövertailu oli otettu huomioon. Mielenkiintoista oli, että vertailun vaikutuksesta sosiaalisen median ja kehonkuvan väliseen yhteyteen saatiin miehillä ristiriitaisia tuloksia. Fardouly ym (2019) sekä Tiggeman ja Anderberg (2020) eivät havainneet vertailun vaikuttavan yhteyteen, kun taas Modica (2020) ja Jarman ym. (2020) havaitsivat vertailun vaikuttavan siihen. Tiggemann ja Anderberg (2020) näkivät kaksi mahdollista selitystä sille, miksi miehillä vertailu ei vaikuta yhteyteen; miehet eivät ihannoisi laihuutta kuten naiset ja lihaksikkuus on haastavampaa havaita vaatteiden läpi. Toiseksi miehet eivät välttämättä ajattele huoliaan lihaksikkuudesta, ellei niitä tehdä heille hyvin nähtäväksi.

Tiggemann ja Anderberg (2020) artikkelissaan pohtivat myös mahdollisia selityksiä sille, miksi miehet raportoivat tekevänsä niin vähän ulkonäkövertailua. He pohtivat voisiko olla mahdollista, että miehet ovat haluttomia myöntämään tekevänsä ulkonäkövertailua pelätessään tulevaisuutta nähdyksi ”epämiehekkäänä”. Ulkonäkövertailun suunta on myös aihe, mihin tulisi heidän mielestään kiinnittää huomiota. Sillä kuten aiemmin on todettu, tutkimuksissa huomattiin, että miehet tekevät naisia enemmän alaspäin suuntautuvaa vertailua. Toisaalta he myös totesivat, että syy vertailumäärän eroavaisuuteen voi olla yksinkertaisesti siinä, että miehet eivät tee niin paljon ulkonäkövertailua. Fardouly ym. (2019) kuitenkin lisää myös, että tuloksista huolimatta ulkonäkövertailu sosiaalisessa mediassa on oleellista ymmärtää ja huomioida sekä nais- että mieskäyttäjillä.

Jarman ym. (2020) pohtivat, että itsevarmemmat ihmiset mahdollisesti valikoituisivat käyttämään epävarmoja ihmisiä enemmän ulkonäkökeskeistä sosiaalista mediaa ja tällä selittyisi heidän yllättävä hypoteesien vastainen tulos. Yhteys sosiaalisen median ja kehotytyväisyyden lisääntymisen välillä oli kuitenkin pieni, vaikkakin tilastollisesti merkitsevä. He kuitenkin kokivat, että yhteyttä tulisi tutkia lisää, jotta voitaisiin ymmärtää yllättävän tuloksen taustalla olevat tekijät.

7.2 Sukupuolittaiset eroavaisuudet

Lisätutkimuskysymykseen voidaan todeta, että merkittäviä eroja sukupuolten välillä ei havaittu yhdessäkään mukana olleessa tutkimuksessa. Miesten tulokset ovat siis yhteneväisiä naisten tuloksien kanssa ja sukupuoli ei vaikuta havaittuun sosiaalisen median ja kehonkuvan väliseen yhteyteen. Joitakin eroavaisuuksia naisten ja miesten välillä kuitenkin havaittiin, joilla voi olla

vaikutusta havaittuun yhteyteen. Naisilla havaittiin muun muassa enemmän ulkonäkövertailua ja ahdistuneisuutta ulkonäöstään, sekä heidän havaittiin julkaisevan enemmän kuvia itsestään ja olevan aktiivisempia Instagramin ja Snapchatin käyttäjiä. Sosiaalisen median kanavien houkuttelevuudessa eri sukupuolille vaikuttaa olevan eroavaisuuksia, kuten Fardouly ym. (2019) tutkimuksesta kävi ilmi. Tämä voi myös vaikuttaa tuloksiin sosiaalisen median kanavien erityyppisen luonteen vuoksi. Kuten aiemmin on todettu, Instagram vaikuttaa olevan eniten ulkonäköpaineita luova kanava (Engeln ym. 2020). Vaikka yhteys sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä vaikuttaa olevan samansuuntainen sukupuolten välillä, jatkotutkimuksissa voisi olla hyvä selvittää, onko yhteyden merkittävyys kuitenkin suurempi naisille, kun ottaa huomioon muut havaitut eroavaisuudet.

Eroavaisuuksia sukupuolten välillä saattaa osaltaan selittää ainakin naisten ja miesten jossain määrin toisistaan poikkeavat kehonkuvan kokemukset. Nähdään, että naiset kärsivät edelleen jonkin verran miehiä enemmän kehotytyttömyydestä (Healey 2014). Naisten kauneusihanteet myös nähdään muodostuneen miesten ulkonäköihanteita kapeammiksi ja jyrkemmiksi (El Ansari ym. 2010) ja näiden kauneusihanteiden tavoittelu on yleistynyt länsimaissa naisten keskuudessa (Ferreira & Trindade 2014). Tämän lisäksi historiallisten tekijöiden uskotaan vaikuttavan näihin eroavaisuuksiin (Bordo 2008). Kauneuden tavoittelu on koskenut ja koskee edelleen lähinnä naisia ja sen eteen tehdään lujasti töitä. Kauneusihanteet ovat myös kulttuuriin ja aikaan sidonnaisia, eli ne muuttuvat herkemmin, kuin miehiin kohdistuvat ulkonäköihanteet, jotka ovat kautta aikain keskittyneet fyysisiin ominaisuuksiin, kuten lihaksikkuuden mahdollistamaan voimakkuuteen (Hemminki 2004, 9)

Yhteneväisyyksiä tuloksissa voi mahdollisesti selittää se, että viime vuosina miesten kehonkuvaongelmat ovat lisääntyneet ja lähentyneet samaa tasoa naisten kanssa (Healey 2014). Miesten kehonkuvaongelmat ja syömishäiriöt ovatkin olleet nousussa viimeisen vuosikymmenen aikana sekä niiden olemassaolo on alettu tunnistamaan. Nykyaikana miesten ulkonäköön kiinnitetään enemmän huomiota kuin aiemmin, median luoman ulkonäköihanteen vuoksi, joka on omiaan lisäämään ulkonäköpaineita (Ricciardelli 2012).

7.3 Kirjallisuuskatsauksen luotettavuus

Tässä systemaattisessa kirjallisuuskatsauksessa esiintyy joitakin heikkouksia, jotka vaikuttavat tuloksien luotettavuuteen. Ensinnäkin katsauksen kirjoittajan kokemattomuus on voinut vaikuttaa joidenkin katsauksessa esiintyvien osuuksien, kuten laadunarvioinnin ja kirjallisuushaun tarkkuuteen. Katsaukseen soveltuvia tutkimuksia oli myös haastavaa löytää niiden vähäisen määrän vuoksi, jonka seurauksena esimerkiksi laadunarvioinnin läpäisemiseksi ei tarvinnut saada kovin hyviä tuloksia. Toiseksi katsaukseen valikoituneet tutkimukset ovat yhtä lukuun ottamatta poikkileikkaustutkimuksia, joten kausaliteettia ei ole mahdollista tutkia. Tuloksen luotettavuuteen on myös voinut vaikuttaa tutkimusjoukon valinta, joka neljässä tutkimuksessa koostui henkilöistä, jotka ovat itse valinneet osallistua tutkimukseen. Lisäksi tuloksiin on voinut vaikuttaa sosiaalisen median käytön mittarit, jotka tutkimuksiin oli valittu. Sosiaalisen median käyttöä selvitettiin kaikissa tutkimuksissa itsetäytettävillä kyselylomakkeilla, joten vastaukset ovat täysin subjektiivisia ja perustuvat omaan kokemukseen. Tutkittavan voi olla haastavaa arvioida muun muassa, kuinka kauan hän käyttää aikaa sosiaalisessa mediassa ja miten käytetty aika jakautuu eri sovelluksille. Ongelmana on vakiintuneiden validoitujen mittareiden puuttuminen. Tutkimusten tutkimusjoukkojen erilaisuus keskenään vaikuttaa myös jonkin verran niiden vertailukelpoisuuteen sekä mahdollisuuksiin tehdä yleistyksiä erilaisissa väkijoukoissa.

Tällä katsauksella on myös useita vahvuuksia. Katsauksen tutkimusaihe on melko uusi ja siten pystyy antamaan uutta tietoa aiheesta. Näin sen on mahdollista osoittaa jatkotutkimuksen tarve. Katsaukseen valikoituneissa tutkimuksissa oli melko suuret otannat, joten katsauksessa on mukana yli 2000 miestä eri puolilta maapalloa. Vaikka toisistaan jonkin verran poikkeavat tutkimukset vaikuttavatkin mahdollisuuksiin yleistää tuloksia eri väestöryhmissä, voidaan tutkimuksien erovaisuudet nähdä myös vahvuutena. Se osoittaa, että saman suuntaisia tuloksia saadaan sosiaalisen median ja kehonkuvan välisestä yhteydestä, huolimatta rekrytointitavasta tai osallistujien iästä.

7.4 Yhteenveto

Tähän katsaukseen valikoitui kuusi vuosina 2015-2021 tehtyä kansainvälistä vertaisarvioitua tutkimusartikkelia, joihin osallistui yhteensä yli 3 500 10–50-vuotiasta henkilöä. Katsaukseen valikoituneet tutkimukset olivat suurelta osin ensimmäisiä laatuaan. Vastaavanlaisia

tutkimuksia, joissa joko käsiteltäisiin kehonkuvan ja sosiaalisen median välistä yhteyttä ainoastaan miesotannalla tai otannalla, joka sisällyttää naisten lisäksi myös miehiä, ei aiheesta ole aikaisemmin juuri tehty. Kaikissa katsaukseen otetuissa tutkimuksissa oli havaittavissa yhteys sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä. Viidessä tutkimuksessa yhteys oli positiivinen kehotoytyttömyyden ja sosiaalisen median välillä ja yhdessä positiivinen kehotoytyttömyyden ja sosiaalisen median välillä.

Tämän kirjallisuuskatsauksen tarkoituksena oli selvittää, onko miehillä sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä löydettävissä yhteyttä. Tämän lisäksi tarkasteltiin, eroaako löydetty tulokset miesten ja naisten välillä ja jos eroavat niin miten. Tulokset osoittivat, että yhteys sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä löytyi, sosiaalisen median käytön ennustaessa useimmissa katsauksen tutkimuksissa alentunutta kehotoytyttömyyttä. Vaikka Jarman ym. (2020) tulokset olivatkin päinvastaiset muihin tutkimuksiin verrattuna, on kuitenkin hyvä huomata, että sosiaalisessa mediassa tapahtuvan ulkonäkövertailun ollessa mukana yhteyden selvittämisessä, oli yhteys samansuuntainen muiden tutkimuksien kanssa. Tämän lisäksi havaittiin, että tulokset ovat yhteneväisiä miesten ja naisten välillä. On hyvä kuitenkin myös huomata, että vaikka löydetty yhteys sukupuolten välillä on yhteneväinen, yhteyden taustalla voi vaikuttaa erilaiset mekanismit. Tätä havaintoa tukivat havaitut eroavaisuudet miesten ja naisten sosiaalisen median käyttötavoissa sekä siellä käyttäytymisessä.

Instagramin huomattiin olevan tärkeä sovellus tämän katsauksen kannalta, sillä kaksi katsaukseen valikoitunutta tutkimusta tutkivat sosiaalisen median ja kehonkuvan välistä yhteyttä nimenomaan Instagramin kautta (Modica 2020; Tiggeman & Anderberg 2020). Instagram on osana kaikkia muitakin katsauksen tutkimuksia lukuun ottamatta yhtä. Se myös keskittyy nimenomaan kuvien jakamiseen, joka mahdollistaa ulkonäkövertailun käyttäjien välillä ja saattaa aiheuttaa käyttäjille ulkonäköpaineita (Vogel ym. 2015).

Tämä katsaus osoitti yhteyden sosiaalisen median ja kehonkuvan välillä, mutta lisätutkimukselle on tarvetta. Sosiaalisen median ja kehonkuvan välistä yhteyttä tulisi tutkia lisää, jotta olisi mahdollista ymmärtää yhteyden aiheuttaman ilmiön laajuus ja merkittävyys yhteiskunnassa. Näin ymmärtäisimme myös paremmin seurauksista, joita sosiaalisen median ja kehonkuvan välinen yhteys aiheuttaa sekä keinoista, joilla yhteyden aiheuttamiin ongelmiin voitaisiin ennaltaehkäisevästi vaikuttaa. Olisi myös hyvä selvittää tarkemmin eri sosiaalisen median palveluiden vaikutus havaittuun yhteyteen sekä millainen sosiaalisen median käyttö heijastaa

miehillä korkeampaa kehotyytymättömyyttä. Paakkari ym (2021) pitää myös tärkeänä tutkia yksityiskohtaisemmin sosiaalisen median käytön eroja sukupuolten välillä sekä etsiä näille selittäviä malleja.

Näkökulman muutos miesten kehonkuvan tutkintaan on myös paikoillaan. Kuten kehonkuva-mittareista huomaa, ne ovat pääosin suunniteltu naisia varten. Joten ongelman tunnistamisen myötä on tärkeää tutkia miesten kehonkuvaa itsenäisenä tekijänä, eikä naisten kehonkuvan kautta. Tulisi myös tutkia, millaisilla keinoilla ongelmaan voitaisiin ennaltaehkäisevästi vaikuttaa ja näin mahdollistaa myönteisemmän kehonkuvan ja hyvinvoinnin edistämistä. Näitä keinoja voisi olla muun muassa erilaiset interventiot, joissa keskityttäisiin kehonkuvaan ja medianlukutaitoihin. Jarman ym. (2020) mukaan todennäköisesti arvokkaat interventiot kohdistuisivat ulkonäköihanteiden sekä ulkonäkövertailun tunnistamiseen ja sisäistämiseen. Myös Tiggemann ja Anderberg (2020) pohtivat artikkelissaan mahdollisia ennaltaehkäiseviä keinoja. He pohtivat, että miehiä voisi olla mahdollista jonkin verran suojata yleisen Instagram-altistuksen vaikutuksilta, sillä kuten heidän tutkimuksestaan selvisi, vain paidattomat lihaksikkaat kuvat miehistä aiheuttavat kehotyytymättömyyttä.

Tämä kirjallisuuskatsaus lisää tietoa tekijöistä, jotka vaikuttavat miesten kehotyytymättömyyteen ja sen myötä mielen hyvinvointiin. Sosiaalisen median on todettu olevan merkittävä tekijä naisten kehotyytymättömyyden lisääjänä (de Vries ym. 2015), joten on tärkeää tutkia myös miesten kehonkuvan ja sosiaalisen median käytön välistä yhteyttä ja näin saada parempi ymmärrys, siitä miten miesten kehonkuva muodostuu ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Ymmärryksen lisääntyessä myös miesten kehonkuvaongelmiin osattaisiin aiempaa paremmin puuttua. Miesten kehonkuvaongelmia ja niihin vaikuttavia tekijöitä tulee ylipäätään tutkia enemmän, jotta ymmärrys miesten mielen hyvinvoinnista kasvaisi. Tämän katsauksen tulokset tukevat aiempaa tutkimusta aiheesta ja ne osoittavat, että miesten kehonkuvahuolet tulee ottaa yhtä lailla vakavasti huomioon, eikä niitä tule verhota ainoastaan naisten ongelmaksi.

On kuitenkin hyvä myös muistaa, että kehonkuva muodostuu monista eri tekijöistä ja siihen vaikuttavat monet eri asiat. Kehonkuva on myös jatkuvassa muutoksessa eikä se pysy stabiilina läpi elämän (Greene 2011, Healey 2014). Sosiaalinen media on siis vain yksi tekijä, jolla on vaikutusta henkilön kehonkuvan muodostumiseen. Tästä huolimatta, kuten tämän katsauksenkin tulokset osoittavat, sosiaalisen median vaikutusta miesten kehonkuvaan ja näin myös kehon sekä fyysiseen että psyykkiseen hyvinvointiin, ei tule vähätellä.

LÄHTEET

- Aho, S. (1993). Oppilaiden moraalikehitystason, minäkäsityksen, sosiaalisen aseman ja kouluasenteiden muuttuminen peruskoulun ala-asteella. Turun yliopisto: Kasvatustieteiden tiedekunnan julkaisusarja A:117
- Alruwayshid, M., Alduraywish, S., Allafi, A., Alshuniefi, A., Alaraik, E., Alreshidi, F. & Alruwayshid, N. (2021). The influence of social media on body dissatisfaction among college students. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(4), 1741.
- Anderson, M. (2015). Men catch up with women on overall social media use. Paw research Center. Viitattu 7.3.2022. www.pawresearch.org
- Arnouk, K., Feldman, T., Fichtel, E., Lin, I.-J., Egan, A., Lock, J., Westerman, M. & Darcy, A. M. (2017). A qualitative analysis of male eating disorder symptoms. *Eating Disorders*, 25(4), 297–309. <https://doi.org/10.1080/10640266.2017.1308729>
- Bechmann, A. & Lomborg, S. (2012) Mapping actor roles in social media: different perspectives on value creation in theories of user participation. *N Media Soc*; 15: 765-781.
- Bergeron, D., & Tylka, T. (2007). Support for the uniqueness of body dissatisfaction from drive for muscularity among men. *Body Image*, 4, 288 –295. DOI: 10.1016/j.bodyim.2007.05.002
- Bordo, S. (2008). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. 10th anniversary ed. Berkeley, CA: University of California Press.
- Brown, B. & Larson, J. (2009). Peer Relationships in Adolescence. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of Adolescent Psychology*.
- Cash, T. (2004). *Body image: Past, present, and future*. Elsevier BV 1.
- Corten, R. (2012). Composition and structure of a large online social network in the Netherlands. *PLoS One*, 7(4), e34760.
- Cash, T. (1994). *The multidimensional body-self relations questionnaire users' manual*.
- Dearden, A., & Mulgrew, K. E. (2013). Service provision for men with eating issues in Australia: An analysis of organisations', practitioners', and men's experiences. *Australian Social Work*, 66(4), 590–606. DOI:10.1080/0312407X.2013.778306
- Dove Self-Esteem Project. (2013). The Evolution video: how images of beauty are manipulated by the media. Viitattu 15.3.2022. www.dove.com

- El Ansari, W., Clausen, S. V., Mabhala, A. & Stock, C. (2010). How do I look: Body image perceptions among university students from England and Denmark. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 7 (2), 583-595.
- Ellison, N., Steinfeld, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 12(4), 1143-1168. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Engeln, R., Loach, R., Imundo M. & Zola, A. (2020) Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women. *Body Image* 34, 38-45.
- Evans, C. & Dolan, B. Body Shape Questionnaire: Derivation of shortened “alternate forms”. *Int J Eat Disord* 1993;13:315-21.
- Fardouly, J., Magson, N. R., Rapee, R. M., Johnco, C. J., & Oar, E. L. (2020). The use of social media by Australian preadolescents and its links with mental health. *Journal of clinical Psychology* 76.7 (2020): 1304-1326.
- Fardouly, J & Rapee, R. (2019). The impact of no-makeup selfies on young women’s body image. *Body image*, 28, 128-134. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.006>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Ferreira, C. & Trindade, I. A. (2015). Body image-related cognitive fusion as a main mediational process between body-related experiences and women's quality of life. *Eating and Weight Disorders* 20 (1), 91-97.
- Festinger, L. (1954) A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140.
- Frederick, D., Buchanan, M., Sadeghi-Azar, L., Peplau, L., Haselton, M., Berezovskaya, A., & Lipinski, R. (2007). Desiring the muscular ideal: Men’s body satisfaction in the United States, Ukraine, and Ghana. *Psychology of Men & Masculinity*, 8, 103–117. DOI:10.1037/1524-9220.8.2.103
- Frederick, D. A., & Essayli, J. H. (2016). Male body image: the roles of sexual orientation and body mass index across five national US studies. *Psychology of Men & Masculinity*, 17(4), 336.
- Greene, S. B. (2011). *Body image: perceptions, interpretations and attitudes*. Nova Science Publishers.

- Grogan, S. (2017). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Psychology Press.
- Guest, E. (2016). Photo editing: Enhancing social media images to reflect appearance ideals. *Journal of Aesthetic Nursing*, 5(9), 444-446.
- Healey, J. (2014). *Positive Body Image*. The Spinney Press.
- Hargreaves, D, A. & Tiggemann, M. (2006). ‘Body Image Is for Girls’ A Qualitative Study of Boys’ body image. *Journal of Health Psychology* 11(4), 567–576.
- Hargreaves, D. & Tiggemann, M. (2009). Muscular ideal media images and men’s body image: Social comparison processing and individual vulnerability. *Psychology of Men & Masculinity*, 10, 109-119. <http://dx.doi.org/10.1037/a0014691>
- Heinberg, L. & Thompson, J. (1995). Body image and television images of thinness and attractiveness: A controlled laboratory investigation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 325-338. <http://dx.doi.org/10.1521/jscp.1995.14.4.325>
- Hemminki, E. (2004). Terveysthuolto ja kauneus. *Ulkonäkö, työelämä, terveys*, 9.
- Holland, G. & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*. 17:100-110. DOI: 10.1016/j.bodyim.2016.02.008
- Isomaa, R. (2020). Miesten syömishäiriöt – onko niitä? *Etelän-SYLI*. Viitattu 23.2.2022. <https://etelansyli.fi/miesten-syomishairiot-onko-niita/>
- JBIC (2019). *Arviointikriteerit poikkileikkaustutkimukselle*. The Finnish Centre for Evidence-Based Health Care: A Joanna Briggs Institute Centre of Excellence. Suomalainen käännös: Hotus
- Jarman, H., Marques, M., McLean, S., Slater, A., & Paxton, S. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 36, 139-148.
- Kanerva, T. & Luhtala, T. (2020). Kehonkuva, sukupuolinormit ja syömishäiriö. *Syömishäiriöliitto*. Viitattu 19.1.2022. <https://syomishairioliitto.fi/blogi/kehonkuva-sukupuolinormit-ja-syomishairio>
- Kim, J. W. & Chuck, T. M. 2015. Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in human behavior* 48, 331–339.
- Kohvakka, R. & Saarenmaa, K. (2019). WhatsApp on suosituin – some suomalaisten arkea iän mukaan vaihdellen. *Tilastokeskus*. Viitattu 18.3.2022. www.stat.fi
- Kolek, E. A., & Saunders, D. (2008). Online disclosure: An empirical examination of undergraduate Facebook profiles. *NASPA journal*, 45(1), 1-25.

- Lyons, G., McAndrew, S., & Warne, T. (2019). Disappearing in a female world: Men's experiences of having an eating disorder (ED) and how it impacts their lives. *Issues in Mental Health Nursing*, 40(7), 557–566. DOI:10.1080/01612840.2019.1576815
- MacCaughelty, C., Wagner, R., & Rufino, K. (2016). Does being overweight or male increase a patient's risk of not being referred for an eating disorder consult? *The International Journal of Eating Disorders*, 49(10), 963–966. <https://doi.org/10.1002/eat.22556>
- Martikainen, L. (2015). *Mitä se sulle kuuluu? Nuoren elämän valinnat puntarissa*. Kuopio: Unipress.
- Matikainen, J. & Huovila, J. (2017) Sosiaalinen media terveyden edistämässä. *Duodecim*, 133, 1003-1007.
- Matikainen, J. (2011) *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Infor: Helsinki
- Mayo, C., & George, V. (2014). Eating disorder risk and body dissatisfaction based on muscularity and body fat in male university students. *Journal of American College Health*, 62(6), 407-415.
- Mendelson, B., Mendelson, M. & White, D. (2001). Body-Esteem Scale for Adolescents and Adults. *Journal of Personality Assessment*, 76(1), 90-106.
doi:10.1207/S15327752JPA7601_6
- MLL, Mannerheimin lastensuojeluliitto (2021). Lapsi sosiaalisessa mediassa. Viitattu 7.2.2022. www.mll.fi
- Modica, C. (2020). The associations between Instagram use, selfie activities, appearance comparison, and body dissatisfaction in adult men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(2), 90-99.
- Moola, S., Munn, Z., Tufanaru, C., Aromataris, E., Sears, K., Sfetcu, R., Currie, M., Qureshi, R., Mattis, P., Lisy, K. & Mu, P-F. (2017). Systematic reviews of etiology and risk. Teoksessa: Aromataris E & Munn Z (toim.). *Joanna Briggs Institute Reviewer's Manual*. The Joanna Briggs Institute. <https://reviewersmanual.joannabriggs.org/>
- Noor Al-Deen, H. S. & Hendrick, J. A. (2012). *Social media: usage and impact*. Lanham: Lexington Books.
- Paakkari, L., Tynjälä, J., Lahti, H., Ojala, K., & Lyyra, N. (2021). Problematic social media use and health among adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(4), 1885.
- Paxton, S., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P., & Eisenberg, M. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of clinical child and adolescent psychology*, 35(4), 539-549.

- Pingitore, R., Spring, B. & Garfield, D. (1997). Gender differences in body satisfaction. *Obesity Research*, 5(5),402-409. <http://dx.doi.org/10.1002/j.1550-8528.1997.tb00662.x>
- Pönkä, H. (2014) *Sosiaalisen median käsikirja*. Jyväskylä: Docendo
- Pönkä, H. (2020) *Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: Somekatsaus 2/2020*. Innowise. Viitattu 9.2.2022. <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-tilastot-suomessa-somekatsaus022020/>
- Pönkä, H. (2021) *Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: Somekatsaus 4/2021*. Innowise. Viitattu 9.2.2022. <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-kaytto-suomessa-somekatsaus-04-2021/>
- Raevuori, A. & Keski-Rahkonen, A. (2007). Miesten syömishäiriöt ja tyytymättömyys lihaksistoonsa. *Lääketieteellinen aikakauskirja Duodecim*;123(13):1583-9. Viitattu 14.3.2022. <https://www.duodecimlehti.fi/duo96584>
- Rekilä, A. (2020). Miessukupuoli ei suojaa syömishäiriöltä. *Syömishäiriöliitto*. Viitattu 21.1.2022. <https://syomishairioliitto.fi/blogi/miessukupuoli-ei-suojaa-syomishairiolta>
- Ricciardelli, LA. 2012. Body image development - Adolescent boys. Teoksessa Thomas F. Cash (toim.) *Encyclopedia of body image and human appearance*, elsevier science & technology;180-186. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00028-6>.
- Ricciardelli, R., Clow, KA. & White, P. (2010). Investigating hegemonic masculinity: portrayals of masculinity in men's lifestyle magazines. *Sex Roles* 63(1–2): 64–78
- Räisänen, U., & Hunt, K. (2014). The role of gendered constructions of eating disorders in delayed help-seeking in men: A qualitative interview study. *British Medical Journal Open*, 4(4), e004342. DOI:10.1136/bmjopen-2013-004342
- Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body*. New York: International Universities Press.
- Sherlock, M. & Wagstaff, DL. (2018). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*; 8:482-490.
- Sippel, K. (2021). Mikä kehonkuva? *Syömishäiriöliitto*. Viitattu 19.1.2022. <https://syomishairioliitto.fi/blogi/mika-kehonkuva>
- Statista. (2022a). Instagram: number of global users 2019-2023. Statista Research Department. Viitattu 23.2.2022. <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>
- Statista. (2022b). Share of U.S. adults who use social media 2019, by gender. Statista Research Department. Viitattu 7.3.2022.

- <https://www.statista.com/statistics/471345/us-adults-who-use-social-networks-gender/>
- Tiggemann, M. & Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. *Body Image*, 35, 237-244.
- Tylka, T. (2011a). Positive psychology perspectives on body image. In T. F. Cash & L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (pp. 56–64). The Guilford Press.
- Tylka, T. (2011b). Refinement of the tripartite influence model for men: Dual body image pathways to body change behaviors. *Body Image*, 8, 199 –207. DOI: 10.1016/j.bodyim.2011.04.008
- Tylka, T., Bergeron, D. & Schwartz, J. (2005). Development and psychometric evaluation of the Male Body Attitudes Scale (MBAS). *Body Image*, 2:161-175.
- Tylka, T. & Wood-Barcalow, N. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body image*, 14, 118-129.
- Uski, S. & Lampinen, A. 2014. Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action. *SageJournals*18 (3).
- Vogel, E., Rose, J., Roberts, L. & Eckles, K. (2014) Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *American Psychological Association* 3(4) 206-222.
- de Vries, D., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2015). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of youth and adolescence*, 45(1), 211-224.
- Wallace, E., & Buil, I. (2021). Hiding Instagram Likes: Effects on negative affect and loneliness. *Personality and Individual Differences*, 170, 110509.
- Weinstein, E. (2017) Adolescents' differential responses to social media browsing: Exploring causes and consequences for intervention. *Computers in Human Behavior* 76, 396-405.
- Wilson, R., Latner, J., & Hayashi, K. (2013). More than just body weight: The role of body image in psychological and physical functioning. *Body Image*, 10, 644 – 647. DOI: 10.1016/j.bodyim.2013 .04.007
- Winberg, V. (2013). Millaista tarinaa sinä rakennat itsestäsi sosiaalisessa mediassa? *Yle.fi*. Viitattu 24.2.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-6969311>
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes of the “TikTok” app becoming popular and the existing problems. *Journal of advanced management science*, 7(2).

Liite 1. Laadunarvioinnin taulukko

Arviointikriteeri	Alruwayshid ym. (2021)	Fardouly ym. (2020)	Jarman ym. (2021)
Onko otoksen mukaanotto- ja poissulkukriteerit määritelty selvästi?	K	K	K
Onko kohderyhmä ja tutkimusolosuhteet kuvattu riittävän tarkasti?	K	K	K
Mitattiinko altistus pätevästi ja luotettavasti?	?	?	K
Käytettiin objektiivisia, standardeoituja kriteereitä osallistujien valintakriteerinä toimineen tilan/tilanteen mittaamiseen?	K	E	K
Onko sekoittavat tekijät tunnistettu?	K	K	K
Mainitaanko menetelmät, joita käytettiin sekoittavien tekijöiden huomioimisessa?	K	K	K
Onko tulosmuuttujat mitattu pätevästi ja luotettavasti?	?	?	?
Käytettiinkö soveltuvia tilastollisia menetelmiä?	K	K	K

Arviointikriteeri	Modica (2020)	Tiggemann & An- derberg (2020)	de Vries ym. (2015)
Onko otoksen mukaanotto- ja poissulkukriteerit määritelty selvästi?	K	?	?
Onko kohderyhmä ja tutkimusolosuhteet kuvattu riittävän tarkasti?	?	?	K
Mitattiinko altistus pätevästi ja luotettavasti?	?	?	?
Käytettiin objektiivisia, standardeoituja kriteereitä osallistujien valintakriteerinä toimineen tilan/tilanteen mittaamiseen?	?	?	?
Onko sekoittavat tekijät tunnistettu?	K	K	K
Mainitaanko menetelmät, joita käytettiin sekoittavien tekijöiden huomioimisessa?	K	K	K
Onko tulosmuuttajat mitattu pätevästi ja luotettavasti?	?	?	?
Käytettiinkö soveltuvia tilastollisia menetelmiä?	K	K	K