

Hyvinvointiblogien yhteys nuorten tyttöjen terveystietoisuuteen

Anne-Riina Peltola & Juuli-Anna Taurén

Liikuntapedagogiikan

Pro gradu -tutkielma

Syksy 2015

Liikuntakasvatuksen laitos

Jyväskylän yliopisto

TIIVISTELMÄ

Peltola, Anne-Riina & Taurén Juuli-Anna. 2015. Hyvinvointiblogien yhteys nuorten tyttöjen terveyskäyttäytymiseen. Liikuntapedagogiikan pro gradu -tutkielma. Liikuntakasvatuksen laitos, Jyväskylän yliopisto, 68s.

Tutkimuksessa tarkastellaan hyvinvointiblogien yhteyttä nuorten tyttöjen liikuntakäyttäytymiseen, ruokailukäyttäytymiseen ja ulkonäköihanteisiin. Tutkimuksen tavoitteena on löytää sellaisia tekijöitä, joilla bloggaajat kirjoituksillaan ja kuvillaan voivat vaikuttaa nuoriin tyttöihin. Tavoitteena on myös vertailla näitä tekijöitä bloggaajien välillä. Aineisto koostuu kolmesta suosituista suomalaisesta hyvinvointiblogista ja niiden postauksista tammi- ja helmikuulta vuodelta 2014.

Kyseessä on laadullinen tapaustutkimus. Aineiston eli blogipostausten analysointiin on käytetty aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Analyysivaihe koostui redusoinnista eli pelkistämisestä, klusteroinnista eli luokittelusta ja lopuksi aineisto on kuvattu määrällisesti kvantifioinnin eli taulukoinnin avulla. Analyysin viimeinen vaihe on liikuntaan, syömiseen ja ulkonäköön liittyvien tekijöiden etsiminen aikaisemmin tehtyjen pelkistysten avulla.

Aineiston perusteella löytyi kolme pääluokkaa: 1) syöminen, 2) liikunta, ja 3) ulkonäkö. Näille pääluokille muodostui useita tarkentavia alaluokkia. Luokat sisältävät näihin aiheisiin liittyviä asioita, joita bloggaajat tekevät arjessaan terveellistä elämää tavoitellen ja jotka he kokevat merkityksellisiksi ja lukijoita kiinnostaviksi. Luokkien avulla selvitettiin kuinka usein ja missä suhteessa kukin bloggaaja puhuu mistäkin luokasta. Tekijöiden etsiminen tuotti erilaisia tuloksia syömiseen, liikuntaan ja ulkonäköön liittyen. Syömisessä korostui terveellisyys, puhtaus ja säännöllisyys. Blogeista löytyi paljon ruokaohjeita ja -reseptejä, terveysruokafiilistelyä sekä inspiroivia ateriakuvia. Liikuntaluokassa suuren merkityksen sai liikunta päivittäisenä elämäntapana, liikunta ulkonäön ja hyvän olon vuoksi sekä lajeina korostui salitreenaaminen ja lenkkeily. Ulkonäköluokasta bloggaajat kirjoittivat vähän suhteessa kahteen muuhun luokkaan, mutta ulkonäkökirjoituksissa korostui urheilullisen, vähärasvaisen ja ”timmin” vartalon ihannointi. Bloggaajat erosivat toisistaan kirjoitusten painottuessa eri alaluokkiin.

Tutkimus osoittaa bloggaajien antaman esimerkin ja mallin suuren merkityksen nuorille tytöille. Liikuntakasvatuksessa kaikki tällaiset nuorisokulttuurin uudet ilmentymät tulee huomioida ja niistä tulee keskustella, jotta lapsen ja nuoren kokonaisvaltainen kehitys on mahdollista.

Avainsanat: blogi, sosiaalinen media, ulkonäköihanne, liikuntakäyttäytyminen, ruokailukäyttäytyminen

ABSTRACT

Peltola, Anne-Riina & Taurén, Juuli-Anna. 2015. The connection between wellness blogs and young girls' health behavior. Physical Education master's thesis. The Faculty of Physical Education, University of Jyväskylä, 68s.

This is a research about the connection between wellness blogs and young girls' health behavior. Health behavior in this research consist of exercise habits, eating habits and their standards of beauty. Our goal is to find out how the bloggers affect young girls with their posts and pictures in their blogs. We also wanted to compare these findings between bloggers. The research material consist of posts and pictures of three popular Finnish wellness blogs between January and February 2014.

The research is a qualitative case study. The material was analyzed by using data-based content analysis. The stages of the analysis were reducing and categorization. In the end the analysis was supported by a quantitative analysis called quantification. After all these analysis stages, the most important stage of our research was to find the things that affect young girls' exercise and eating habits and their standards of beauty.

The research material gave us three main categories: 1) Eating, 2) Exercise and 3) Appearance. Under these main categories we were able to create several defining lower categories. These categories consist of things that bloggers do in their everyday life aiming healthy lifestyle and things that are meaningful to them and which they think might interest their readers. Looking at the categories we can sort out how often and in what kind of relation are bloggers writing about each category. Finding these meaningful things produced different kinds of results according to eating and exercise habits and standards of beauty. Things that stood out in eating category were: wholesomeness, cleanliness and regularity. There were many recipes and cooking tips in blogs as well as glorification of healthy food and inspiring pictures of food. In exercise category bloggers highlighted exercising daily and exercising for appearance and wellbeing. The most popular sports among bloggers in our study were gym and jogging/running. The appearance category was the least mentioned category. Bloggers admired sporty, fit and low-fat bodies. In these small categories overall bloggers emphasized different things but looking at the big picture, there wasn't remarkable differences between bloggers.

The research shows the huge impact that bloggers as role models have on young girls. These kinds of phenomena in youth culture should be discussed and taken into consideration to enable the child's comprehensive development.

Keywords: blog, social media, standard of beauty, exercise habit, eating habit

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

| | |
|---|----|
| 1 JOHDANTO..... | 1 |
| 2 ULKONÄKÖIHANTEET SEKÄ TYTTÖJEN SYÖMIS- JA LIIKUNTAKÄYTTÄYTYMINEN | 3 |
| 2.1 Ulkonäköihanteet | 3 |
| 2.2 Liikuntakäyttäytyminen | 6 |
| 2.3 Ruokailukäyttäytyminen | 7 |
| 3 SOSIAALINEN MEDIA..... | 9 |
| 3.1 Sosiaalisen median synty | 9 |
| 3.2 Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä | 11 |
| 3.3 Sosiaalinen media ja tyttöjen liikunnan harrastaminen | 14 |
| 3.4 Sosiaalinen media ja ulkonäköihanteet..... | 16 |
| 3.5 Sosiaalinen media ja tyttöjen ruokailutottumukset | 17 |
| 3.6 Blogit | 18 |
| 4 TUTKIMUKSEN AINEISTO JA MENETELMÄT | 21 |
| 4.1 Tutkimusaineisto..... | 21 |
| 4.2.1 Laadullinen tapaustutkimus..... | 23 |
| 4.2.2 Laadullinen sisällönanalyysi | 24 |
| 4.3 Aineiston analyysi..... | 25 |
| 4.4 Tutkimuksen luotettavuus..... | 29 |
| 4.5 Tutkimuksen eettisyys | 31 |
| 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET..... | 33 |
| 6 POHDINTA..... | 49 |
| LÄHTEET | 61 |

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media, arkikielellä some, on integroitunut osaksi nuorten arkipäivää. Weissenfeltin ja Huovisen 2013 tutkimuksen mukaan 18,3-vuotias keskivertonuori käyttää sosiaalisen median palveluita noin 14-18 tuntia viikossa. Nuorista jopa 75 prosenttia käyttää sosiaalista mediaa älypuhelimella. Somepalveluiden osuus kaikesta internetissä käytetystä ajasta on erittäin suuri. Enintään puoli tuntia internetiä käyttävien nuorten internet-aika koostuu lähes kokonaan sosiaalisen median palveluista. Vasta yli 30 tuntia internetissä viettävien internetin käyttöön liittyy muutakin toimintaa. (Weissenfelt & Huovinen 2013). Älypuhelinien myötä sosiaalisen median palvelut ovat ujuttautuneet yhä lähemmäs arkeamme. Erityisesti nuorten keskuudessa sosiaalisen median palvelut ovat päivittäisessä käytössä aamusta iltaan.

Samalla kun internetin ja sosiaalisen median suosio kasvaa, on nähtävissä myös ulkonäkökeskeisyyden kasvua. Median kautta saamme jatkuvaa tietoa uusista trendeistä ja muodista ja erilaisten kauneuteen liittyvien tuotteiden ja palvelujen tarjonta on kasvanut hurjasti. Elämme myös pitkälti suorituksia ja kilpailua ihannoivassa yhteiskunnassa, ja sen arvot luovat jämerän perustan sille, että ulkonäön merkitys vain kasvaa kasvamisestaan (Valtari 2005).

Yksi suosiotaan suuresti kasvattanut sosiaalisen median muoto on blogit. Suurin blogeja lukeva joukko ovat nuoret naiset. Vähintään kerran päivässä tai useammin blogeja lukee kaikista lukijoista 18 % ja 15-19 -vuotiaista 30 %. Vähintään viikoittain vastaavat prosentit ovat 37 % ja 45%. Viisi naisten eniten seuraamaa blogityyppiä ovat ruokablogit, lifestyleblogit, muoti ja kauneus -blogit, sisustusblogit ja fitnessblogit. Suosituimmat blogien aihealueet 15-19 -vuotiailla olivat lifestyle (71%), muoti ja kauneus (60 %) ja fitness (39 %). Naiset hakevat blogeista muun muassa ajanvietettä, hauskaa luettavaa sekä inspiraatiota. (Suuri blogitutkimus 2014).

Blogien suosio nuorten tyttöjen keskuudessa oli yksi tärkeä tekijä, jonka vuoksi valitsimme gradumme aiheeksi hyvinvointiblogit. Olemme kumpikin aktiivisia blogien seuraajia ja hyvinvointiblogit kuuluvat seuraamiemme blogien joukkoon. Koska kuulumme suurimpaan blogien kohderyhmään ja luemme blogeja aktiivisesti, emme ole voineet välttyä niiden vaikutuksilta elämässämme. Kun blogeja luetaan päivittäin, on väistämätöntä, että niistä otetaan mallia ja vaikutteita omaan elämään. Itse olemme kuitenkin jo siinä elämänvaiheessa, ettemme ota blogeista vaikutteita enää ehkä yhtä voimakkaasti kuin nuoremmat tytöt. Koemme

kuitenkin olevamme parhaassa iässä ja tilanteessa tekemään tällaista tutkimusta, sillä olemme nähneet blogimaailman kasvun ja kehityksen kutakuinkin alusta tähän päivään asti.

Valmistumme liikunnan- ja terveystiedon opettajiksi ja tulemme mitä todennäköisimmin työskentelemään nuorten parissa, minkä vuoksi aihe on tulevaisuuden työnkuvaamme ajattelun oleellinen. On tärkeää, että kaikilla liikunnan ja terveyden asiantuntijoilla, niin suosituilla hyvinvointibloggaajilla kuin liikunnan- ja terveystiedon opettajillakin, on samanlaiset tavoitteet nuorten hyvinvoinnin edistämiseksi. Kun lasten- ja nuorten kunto on vuosien saatossa huonontunut (Huotari 2004) ja jopa 15-20 % teini-ikäisistä on ylipainoisia (Mustajoki 2013), voivat hyvinvointiblogit ja trendeistä perillä olevat liikunnanopettajat omalla panoksellaan toimia suunnannäyttäjinä ja motivoijina terveelliseen elämäntyyliin kasvamiseen. Aiheen valintaa ohjasi myös kandidaatintutkielmiamme aiheet sosiaalinen media ja nuoret, ulkonäkö ja liikunnan harrastaminen. Tutkimuksemme tavoitteena on löytää blogipostausten teksteistä ja kuvista sellaisia tekijöitä, joilla arvelemme olevan merkitystä nuoriin tyttöihin liikunnan, syömisen ja ulkonäön osa-alueilla.

2 ULKONÄKÖIHANTEET SEKÄ TYTTÖJEN SYÖMIS- JA LIKUNTAKÄYTTÄYTYMINEN

2.1 Ulkonäköihanteet

Ihmisen ulkonäöstä voi päätellä paljon. Se sisältää tietoa ihmisestä, kuten hänen sukupuolensa, ikänsä, etnisen taustansa ja niin edelleen. Nuoret tarkkailevat omaa ulkonäköään ja vertailevat itseään vallalla olevaan naisen ja miehen malliin. Tämä on heille jokapäiväistä tutustumista itseensä sekä muiden suhtautumisen testaamista. Ulkonäköön liittyviä ihanteita voi löytää esimerkiksi tietystä pituudesta, hiusten puhtaudesta ja väristä, ihon sileydestä ja tietyistä ruumiinosista, kuten jaloista, pakaroista ja rinnoista. Myös vaatteet ja pukeutuminen sekä yleinen siisteys ovat tärkeitä asioita nuorille ulkonäköä tarkastellessa. Omalla ulkonäöllään nuoret viestivät ja kertovat itsestään ja asenteistaan muille ja halua erottua massasta, ja toisaalta myös halua sulautua massaan voi viestiä ulkonäön kautta, esimerkiksi vaatevalinnoilla tai hiusten värillä. Ulkonäöllä siis ikään kuin esitellään omaa ruumista ja ruumiillisuutta muille. Nuorille on tärkeää, että he voivat pitää itsestään sellaisena kuin ovat, mutta se voi olla ulkonäön muutoksia ja aikuiseksi kasvamista tarkkaillessa vaikeaa. Yleisesti ottaen ulkonäöstä puhumista pidetään pinnallisena ja nuoret ovat sitä mieltä että oikeasti tärkeät asiat elämässä löytyvät jostain muualta kuin ulkonäköön liittyvistä asioista. Toisaalta ulkonäköön liittyviin asioihin ei voi olla törmäämättä, ne ovat läsnä jokapäiväisessä elämässä. (Välimaa 2001.)

Kauneudesta ja siitä, mitä pidämme kauniina milloinkin, tulee käsite kauneusihanne. Eco (2008) määrittelee kauneusihanteen kulttuuriseksi käsitykseksi siitä, millainen keho on kaunis. Eri aikakausilla on omat ihanteensa, jolloin tietynlainen kehonkuva on mielletty ihailtavaksi ja kauniiksi ja nämä ihanteet ovat yhteydessä yhteiskunnan arvostuksen kohteisiin ja normeihin. Eri ihanteet ja esikuvat myös vaikuttavat toisiinsa aikakausien halki. (Eco 2008.) Kauneusihanteet ovat erilaisia eri kulttuureissa, esimerkiksi ghanalaiset nuoret valitsevat molempien sukupuolten ideaaliksi vartaloksi painavamman vartalotyypin kuin amerikkalaiset nuoret (Cogan yms. 1996). Yleisesti ottaen köyhemmät kulttuurit ihannoivat pyöreyttä, sillä niissä laihuus voidaan yhdistää köyhyyteen ja sairauteen. Varakkaammat yhteisöt taas pitävät hoikkaa ulkomuotoa parempana, sillä niissä se on merkki itsekontrollista ja hyvästä hallinnasta (Grogan 1999).

Yksi tapa määrittää naisvartalon kauneutta ja ihanteellisia mittasuhteita on lantio-vyötärö-suhde, eli englanniksi waist-to-hip ratio (WHR). Yleinen uskomus on, että naisen lantio-vyötärö-suhde vaikuttaa hänen terveyteensä ja hedelmällisyyteensä. Tätä kautta se vaikuttaa myös ihmisten käsityksiin ulkonäön kannalta ihanteellisesta lantion ja vyötärön suhteesta naisilla. Alhaisempaa lantio-vyötärö-suhdetta naisilla pidetään viehättävämpänä kuin korkeaa suhdetta. Toisaalta on tehty tutkimus, jossa todettiin, että miehet kiinnittävät naisten vartalossa eniten huomiota rintoihin ja takapuoleen, mikä taas ei tue WHR-teoriaa lantion ja vyötärön suhteen tärkeydestä kaunista ulkonäköä määriteltäessä. (Buss & Schmitt 2011.) Myös painoindeksi on noussut esille keskusteluissa naisten kauneudesta ja sen tekijöistä ja tälle teorialle löytyy puhujia niin sen puolesta kuin sitä vastaan. Esimerkiksi Tovee & Cornelissen (2001) tutkivat naisten ulkonäön viehättävyyttä ja painoindeksi nousi heidän tutkimuksessaan tärkeimmäksi tekijäksi naisen viehättävyyden määrittäjänä.

Jo 1600-luvun maalauksissa naisvartalo esitettiin pyöreänä, naisilla oli pyöreä lantio ja suuret rinnat. Suurta mahaa pidettiin merkinä hedelmällisyydestä. Vielä 1800-luvulle tultaessa naisen ihannevartalo oli täyteläinen ja pyöreähkö. Hoikan naisvartalon ihannointi on melko uusi ilmiö, joka alkoi nousta suosioon 1920-luvun aikoihin. Noihin aikoihin alettiin muotilehdissä esittää piirrosten sijaan eläviä malleja, jotka olivat vartaloltaan hyvin poikamaisia ja laihoja. 1930- ja 1940-luvuilla ihannevartalo meni taas hieman muodokkaampaan suuntaan ja rinnoista ja niitä korostavista vaatteista tuli muodikkaita. 1950-luvulla tämä sama trendi jatkui, kun Hollywoodin elokuva-ala korosti suuria rintoja, mutta myös hoikkaa vyötäröä ja jalkoja. Tiimalasi-vartalon käsite syntyi ja tällainen vartalo oli haluttu. 1960-luvulla otettiin selkeä askel takaisin kohti hoikkaa ihannetta, kun suosioon nousi esimerkiksi huippumalli Twiggy, joka oli ulkonäöltään hyvin hoikka ja poikamainen. Myös Miss America- kilpailijoista tuli yhä vain hoikempia. 1980-luvulla sama trendi jatkui ja mallit olivat hoikkia mutta omasivat kuitenkin kiinteät vartalot, poikamainen todella hoikka vartalo ei ollut enää ihan niin suosittu. Kuitenkin 1990-luvun lopulla tuo todella hoikka malli vartalosta oli taas ainakin suurten muotitalojen suosiossa, jotka käyttivät malleinaan Kate Moss-tyyppisiä todella hoikkia malleja. (Grogan 1999.)

Tänä päivänä esille on noussut käsite ”elämäntapakulutus”. Ihmisten kulutuskäyttäytyminen suuntautuu yhä enemmän sen mukaan, minkä kuvan he haluavat itsestään muille antaa. Ihmiset ajattelevat, että hoikka ja hyväkuntoinen vartalo tuo mukanaan eräänlaisen lupauksen nuorekkuudesta, onnellisuudesta, sosiaalisuudesta ja menestyneisyydestä. Joka paikassa kuluttajat kuulevat ja näkevät tähän ajattelutapaan kannustavia iskulauseita, kuten ”Liikunta tuo hyvän

olon ja tekee sinusta hyvännäköisen” (Gruneau 1993). Näitä iskulauseita näemme esimerkiksi tv-ohjelmissa, mainoksissa, kuvissa ja lehtien artikkeleissa. Nämä median eri muodot muistuttavat meitä jatkuvasti siitä, miltä meidän ja vartalomme kuuluisi näyttää. Urheilulliset ihmiset mediassa antavat kuluttajille kuvan, että ollakseen seksuaalisesti viehättävä ja sosiaalisesti menestynyt, tulee elää kurinalaista ja hyvin organisoitua elämää (Beedie & Craig 2010).

Ulkonäkö tulee nuoruudessa ja teini-iässä entistä tärkeämmäksi, koska silloin viimeistään vapaudutaan vanhempien määräysvallan alta ulkonäköön liittyvien asioiden suhteen (Wilska 2001). Nuori saa itse päättää mitä pukee päälleen ja millaisen hiustyylin hän haluaa kampaajalla ottaa. Tästä fyysisestä kontrollista vapautuminen voi joskus tarkoittaa pesäeron tekemistä vanhempiin melko suurtenkin harppausten avulla, kuten hätkähdyttävän ulkomuodon ja vaate-tuksen tai jopa alkoholin ja tupakoinnin avustamana. Vaikka ulkonäön avulla nuoret voivat yrittää erottautua muista, voi se olla myös keino yhdistää samaan sosiaaliseen tai alakulttuuriseen ryhmään kuuluvia henkilöitä. (Wilska 2001.) Ulkonäöllä on siis nuorten maailmassa myös sosiaalisesti yhdistävä ja toisaalta erottava tekijä. Välimaan (2001) mukaan erityisesti tytöt ovat sitä mieltä, että kauneus ja hyvännäköisyys on ihailtavaa, koska kaikki haluavat olla kauniiden ihmisten seurassa. Samalla kuitenkin voi olla, että hyvännäköinen ihminen ei ole mukava, vaan leuhka ja koppava. Hyvällä ulkonäöllä voi nuorten maailmassa olla siis kaksi puolta. (Välimaa 2001.)

Nuorten halu olla viehättävä toisten silmissä on ymmärrettävä, sillä miellyttävästä ulkonäöstä on hyötyä ihmisten välisessä kanssakäymisessä (Ojala 2011). Valtarin (2005) tutkimus osoittaa sen, kuinka tärkeä asia ulkonäkö on nuorille. Verratessa nuoria ja nuoria aikuisia, 25-29-vuotiailla ulkonäön tärkeäksi kokemisen todennäköisyys oli vajaa 70 % siitä, mitä se oli 15-19-vuotiailla. Yhtenä selityksenä voidaan pitää fyysisen ulkonäön muutoksia ja aikuistumista, jotka vaativat paljon sopeutumista nuorilta. Myös nuorten vapaa-aika tutkimus, Nuoria liikkeellä! -tutkimus (2013) osoittaa, että juuri teini-iässä, 15-19 -vuotiailla, tyytyväisyys omaan ulkonäköön on vähentynyt jyrkästi. Vielä 10-14 -vuotiaista enemmistö oli tyytyväisiä omaan ulkonäkönsä. Pojat ovat yleisesti ottaen tyttöjä tyytyväisempiä omaan ulkonäkönsä, erityisen suurena tämä ero tulee esille 15-19 -vuotiaiden ryhmissä, jolloin pojista erittäin tyytyväisiä ulkonäkönsä oli 47 % kun tyttöillä vastaava prosentti oli vain 22 %. Vuonna 2008 tehty tutkimus tyttöjen ja poikien ulkonäkö-paineista osoittaa myös sen, että tytöt ovat poikia useammin huolissaan ulkonäköön liittyvistä asioista ja ovat useammin tietoisia ulkonäöstään ja vartalostaan (Knauss ym. 2008).

Elämme myös aikalailta suorituksiin ja kilpailuun painottuvassa yhteiskunnassa ja sen arvot luovat jämerän perustan sille, että ulkonäön merkitys vain kasvaa kasvamistaan (Valtari 2005). Joka toinen (49 %) 15-vuotias suomalaistyttö ilmoitti kokevansa itsensä liian lihavaksi. Osuus oli aavistuksen kansainvälistä keskiarvoa korkeampi (40 %). Poikiin verrattuna yhä useampi tyttö koki iän myötä itsensä lihavaksi ja tilanne 15-vuotiailla oli sama kaikissa tutkimusmaissa. Suomalaisnuorten laihduttaminen oli kaikkien tutkimusmaiden keskiarvon alapuolella. Laihduttaminen yleistyi iän myötä ja se oli 13- ja 15-vuotiaalla tytöillä yleisempää kuin pojilla. 15-vuotiaista suomalaistyttöistä 16 % ilmoitti yrittävänsä pudottaa painoaan parhaillaan (WHO-koululaistutkimus 2012).

2.2 Liikuntakäyttäytyminen

Liikunnalla on oikein toteutettuna paljon mahdollisuuksia lasten ja nuorten hyvinvoinnin ja terveyden edistämiseksi. Nuorten tulisi suositusten mukaan liikkua 1-2 tuntia päivässä - puolet siitä reippaasti. Yli kahden tunnin pituisia istumisjaksoja tulee välttää. Ruutuaikaa viihdemedian ääressä saa olla korkeintaan kaksi tuntia päivässä. Liikuntaan kuuluu sykettä nostava ja hengästyttävä kestävyysliikunta (kävely, pyöräily, hölkkä, uinti jne.), voimaa ja notkeutta kehittävä treeni (tanssi, kuntosalit, pallopelit, laskettelu jne.) sekä arkiliikunta (välituntiliikunta, koulumatkaliikunta, portaiden käyttö hissien sijaan jne.). (Lasten ja nuorten liikunnan asiantuntijaryhmä 2008).

Tänä päivänä liikunta ei enää sisällykään jokaisen kouluikäisen päivään luonnostaan. Vaikka tutkimusten mukaan varsinainen liikunnan harrastaminen ei ole vähentynyt, on arkipäivän liikunta ja fyysinen aktiivisuus vähentynyt - maailma on muuttunut yhä istuvammaksi. Liikunnan harrastaminen vähenee siirryttäessä lapsuudesta aikuisikään, eikä ilmiö ole uusi. Lasten ja nuorten liikunnan tulisi olla sellaista joka tuottaa positiivisia kokemuksia ja elämyksiä. Liikunta on nuoruusiässä tärkeä tekijä fyysisten ominaisuuksien tasapainoisen kehittymisen kannalta. Kuten nuorten elämässä yleensäkin, myös liikunnan harrastamisessa korostuu omaehtoisuus, sillä nuoret usein haluavat kokeilla rajojaan, päättää itse tekemisistään ja irrottautua auktoriteeteista. Myös vertaisryhmiin eli muiden nuorten seuraan hakeutuminen on nuorille ominaista ja liikunta tarjoaa tähänkin hyvän mahdollisuuden esimerkiksi joukkuelajien parissa. (Lasten ja nuorten liikunnan asiantuntijaryhmä 2008)

Nuorilla tytöillä jäävät liikunnan minimisuositukset täyttymättä. Vähintään tunnin päivässä kohtalaista tai rasittavaa liikuntaa yhteensä harrastavia oli 11-vuotiaista suomalaistyöistä 22 %. Vastaavat prosentit 13- ja 15-vuotiailla olivat 17 % ja 10 %. Missään ikäryhmässä ei saavutettu kansainvälistä yhden tunnin päivittäistä minimisuositusta liikunta-aktiivisuudessa. (WHO-koululaistutkimus 2012). Vaikka monilta nuorilta jäävätkin suositukset täyttymättä, on urheilu edelleen yksi suosituimmista suomalaisnuorison harrastuksista. Kansallisen liikunta-tutkimuksen mukaan (2009-2010) 3-18 lapsista ja nuorista 43 % harrastaa urheilua jossakin seurassa. Yleisimmillään harrastaminen on 12-14 -vuotiaana, 56 % harrastaa sen ikäisenä seuraurheilua. Tämän jälkeen kiinnostus urheilua kohtaan hiipuu, sillä 15-18 -vuotiasta enää 34 % harrastaa urheilua seurassa. Jos nuori ei näe urheilua kiinnostavana elämäntyyliä, hän saattaa luopua siitä ja käyttää aikansa muuhun tekemiseen. (Jaakkola ym. 2013)

Perheen koettu taloudellinen tilanne oli yhteydessä liikunta-aktiivisuuteen noin puolessa WHO:n tutkimukseen osallistuneissa maista. Suomessa tämä yhteys oli erityisen selkeä. Hyvin toimeentulevien perheiden tytöt liikkuvat yleisemmin kuin heikosti toimeentulevien perheiden tytöt. (WHO-koululaistutkimus 2012)

2.3 Ruokailukäyttäytyminen

Riittävän liikunnan ja unen lisäksi tasapainoinen ravitsemus on tärkeä tekijä lasten ja nuorten fyysisen ja henkisen kasvun ja kehityksen tukemisessa. Terveellinen ruokavalio turvaa kasvavalle nuorelle parhaiten kaikkien ravintoaineiden saannin. Lapsen ja nuoren tulisi syödä monipuolista ja ravintotiheydeltään hyvää ruokaa energiantarpeensa mukaan. Koululaisen ravinnontarve on yksilöllinen ja riippuu kasvun ja kehityksen nopeudesta sekä fyysisen aktiivisuuden määrästä. Murrosiässä nuori tarvitsee runsaasti energiaa, koska kasvu ja kehitys on tällöin hyvin nopeaa. (Haglund ym. 2009). Ravitsemussuositusten mukaan lasten ja nuorten olisi hyvä syödä viisi kertaa päivässä: aamiainen, lounas, välipala, päivällinen ja iltapala (Lasten ja nuorten liikunnan asiantuntijaryhmä 2008). Energiaravintoaineiden laskennalliset saantisuositukset kokonaisenergiansaannista ovat yli 2-vuotiailla lapsilla ja nuorilla samat kuin aikuisilla: hiilihydraatteja 45-60 %, proteiineja 10-20 % ja rasvoja 25-40 % (Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014). Suojaravintoaineista erityisesti kalsiumin, proteiinien ja raudan tarve on kasvavalla nuorella suuri. Kalsiumia tarvitaan luuston rakennusaineeksi ja proteiineja kudosten muodostamiseen ja uusiutumiseen. Lapset ja nuoret kuuluvat D-vitamiinin puutteen riski-

ryhmään ja heille tyypillistä onkin käyttää kaikkia D-vitamiinin lähteitä liian vähän. Kouluikäisten D-vitamiinin saantisuositus on 10µg vuorokaudessa (Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014). Raudan tarve kasvuikäisillä nuorilla on suuri ja erityisesti tytöillä kuukautisten alkamisen johdosta. (Haglund ym. 2009).

Täysjyväviljavalmisteet, peruna, kasvikset, hedelmät ja marjat, kala, liha, kananmuna ja maitovalmisteet muodostavat ruokavalion rungon. Lasten ja nuorten tulisi lisätä erityisesti kasvien, hedelmien ja marjojen määrää ruokavaliossaan. (Haglund ym. 2009). Vain harvat suomalaisnuoret syövät kasviksia päivittäin. Suomalaisista 11-vuotiaista tytöistä 33 %, 13-vuotiaista tytöistä 26 % ja 15-vuotiaista tytöistä 29 % ilmoitti syövänsä hedelmiä päivittäin. Suomalaisnuorten päivittäinen hedelmien syönti oli huomattavasti harvempaa kuin tutkimusten nuorilla keskimäärin. Mitä korkeammaksi perhe koki taloudellisen tilanteensa, sitä todennäköisemmin nuoret söivät päivittäin hedelmiä lähes kaikissa tutkimukseen osallistuneissa maissa. (WHO-koululaistutkimus 2012)

Suomalaisista tytöistä 26 - 35 % ilmoitti syövänsä vihanneksia päivittäin. 11-vuotiaiden ja 13-vuotiaiden tyttöjen osuudet olivat alhaisempia kuin kansainvälinen keskiarvo. 15-vuotiaista tytöistä 35 % ilmoitti syövänsä vihanneksia päivittäin, eli juuri kansainvälisen keskiarvon verran. (WHO-koululaistutkimus 2012)

Kouluikäisten keskuudessa lihavuus on yleistynyt voimakkaasti muun muassa epäsäännöllisen ateriarytmin ja arkiaktiivisuuden vähenemisen myötä (Haglund ym. 2009). Ylipainoisuus suomalaisnuorilla on tutkimuksen mukaan kansainvälistä keskitasoa. Nuorten ylipainoisuutta ja lihavuutta arvioitiin lasten ja nuorten painoindexien avulla. Suomalaisnuorista ylipainoisiksi tai lihaviksi luokiteltiin 11-vuotiaista tytöistä 13 %, 13-vuotiaista tytöistä 14 % ja 15-vuotiaista tytöistä 11 %. Niin Suomessa kuin kansainvälisestikin oli ylipainoisten osuus suurempi poikien kuin tyttöjen keskuudessa. (WHO-koululaistutkimus 2012.) Ylipaino-ongelmaa ei helpota ruoan ylituotanto ja halvan roskaruoan nopea saatavuus, jota usein syödään haluan eikä tarpeeseen (Beedie & Craig 2010).

3 SOSIAALINEN MEDIA

3.1 Sosiaalisen median synty

Englanninkielisen termin ”social media” synty ajoitetaan usein vuoteen 2005, jolloin termi ei vielä Suomessa saavuttanut julkisuutta. Ennen sosiaalisen median käsitettä ilmiö tunnettiin O’Reillyn ja Doughertyn vuotta aiemmin lanseeraamana käsitteenä nimeltä Web 2.0 (Östman 2013). Web 2.0 määriteltiin ensisijaisesti konseptiksi, joka kokoaa joukon internetin uusia menestyksellisiä toimintatapoja ja -malleja (Hintikka 2007). Web 2.0 viittaa usein tarkoittavan uusiin teknologioihin, käyttäjälähtöisiin suunnitteluperiaatteisiin, palveluihin ja välineisiin, joita sosiaalinen media käyttää.

Terminä sosiaalinen media on varmasti suurelle kansalle helpommin ymmärrettävä ja selkeämmin asiaa ajava kuin webin versionumero. Moni tänä päivänä sosiaalista mediaa käyttävä on tuskin edes kuullut Web 2.0:sta. Sosiaalinen media nähdään ryhmänä verkkopohjaisia yhteisöllisiä sovelluksia eli verkkoyhteisöjä, jotka rakentuvat Web 2.0:n ideologian ja teknisen alustan päälle (Kaplan & Haenlein 2010). Sosiaalinen media runnoi itsensä läpi lyhyessä ajassa jokapäiväiseen arkeemme. Kun vuosina 2004–2006 tutkijat ja nettiasiantuntijat vielä määrittelivät Web 2.0:aa, vuosina 2007–2008 määriteltiin ja luokiteltiin jo sosiaalista mediaa (Suominen 2013). Nettikeskustelupalstojen, reaaliaikaisten keskustelupalstojen eli chattien ja IRC eli Internet relay chat -kanavien rinnalle alkoi vähitellen muodostua blogeja, wikejä sekä yhteisöllisiä kuva-, musiikki- ja videopalveluita. Syksyllä 2006 avautui kaiken kansan käyttöön palvelu nimeltä Facebook. Suomessa Facebook ei juurikaan vielä tuolloin herättänyt huomiota. Suosituimpien palveluiden titteliä kantoivat Youtube, MySpace ja IRC-galleria. Facebookin vallankumous oli vasta alkamassa (Östman 2013.)

”Sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita” (Sosiaalisen median sanasto, 2010).

Sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt nopeasti kansalaismediassa ja opetuksessa, mutta vakiintunutta määritelmää sille ei vielä ole. Sosiaalisella viitataan useimmiten ihmisten väliin kanssakäymiseen ja mediallyllä tietoon sekä kanaviin, joiden kautta sitä välitetään. (Weissenfelt & Huovinen 2013.) Sosiaalisella mediallyllä tarkoitetaan siis yhteisöllisiä verkkoviestin-

täympäristöjä, joissa sosiaalisen median käyttäjällä on tiedon vastaanottamisen lisäksi myös keskeinen rooli aktiivisena viestijänä ja sisällöntuottajana. Toisin kuin ”perinteisessä” netinkäytössä, käyttäjän rooli on aktiivinen. Siellä viestintä tapahtuu ihmisiltä ihmisille. Tiedon jakaminen ja yhteisöllisyys ovat sosiaalisen median tärkeitä elementtejä. (Hintikka 2007; Kalliala & Toikkanen 2009.) Kotimaisten kielten keskus (Kotus) on ohjannut käyttämään sosiaalisen median sijasta termiä yhteisöllinen media sen yksiselitteisemmän merkityksen vuoksi (Weissenfelt & Huovinen 2013). Yhteisöllinen media kuvaakin ehkä paremmin sosiaalisen median perimmäistä tarkoitusta, mutta ainakin tänä päivänä on ilmiö tunnetumpi sosiaalisena medianana.

Oleellinen osa sosiaalisen median palveluita on itsensä ilmaisu. Niiden kautta raportoidaan omasta toiminnasta sijainnista ja suunnitelmista, vaihdetaan mielipiteitä ja ajatuksia ystävien kanssa sekä kommunikoidaan heidän kanssaan. (Weissenfelt & Huovinen 2013). Sosiaalisen median tärkeimmät kulmakivet ovat tiedon jakaminen, tiedon yhteisöllinen tuottaminen, tiedon käyttäjän roolin muutos (käyttäjä on myös tiedon tuottaja), kollektiivisen älykkyyden sekä open source –ajattelun korostaminen (Haasio & Haasio 2008). Kollektiivinen älykkyys tarkoittaa yhteisöllisen viestinnän tuloksena muodostuvaa yhteistä tietämystä, eli ikään kuin kaikkien yhteisön jäsenten yhteinen mielipide (Salmenkivi & Nyman 2007). Open source eli avoin lähdekoodi -ajattelu taas tarkoittaa käytännössä sitä, että ohjelmiston lähdekoodi on kenen tahansa saatavilla. Tekijänoikeudet ovat edelleen koodin kirjoittajalla, mutta tekijä on lisensoinut ohjelman yhteiseksi hyväksi. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikilla on oikeus muuttaa lähdekoodia ja levittää muokattua versiota eteenpäin (Helsingin yliopisto 2005.)

Tutkijat Lietsala ja Sirkkunen (2008) jaottelevat sosiaalisen median palvelut sisällöntuotanto- ja julkaisemispalveluihin, sisällönjakopalveluihin, sosiaalisiin verkostopalveluihin, yhteisötuotantopalveluihin, virtuaalimaailmoihin sekä lisiin. Sisällöntuotanto- ja julkaisemispalveluja ovat esimerkiksi blogit, videoblogit, podcastit; sisällönjakopalveluja Flickr, YouTube; Sosiaalisia verkostopalveluja LinkedIn, Facebook, Twitter; yhteisötuotantopalveluja Wikipedia, Star Wreck; virtuaalimaailmoja Habbo, Second Life ja lisiä esimerkiksi SlideShare, Doodle. (Lietsala & Sirkkunen, 2008.)

3.2 Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä

Muun muassa Ruotsissa joka toinen 3-vuotias käyttää internetiä ja 2-vuotiaistakin 40 prosenttia (Honkanen 2013). Näillä 3-vuotialla tuskin on Instagram-tiliä tai blogia, mutta uskomaton se on silti. Puolet 16-74-vuotiaista suomalaisista ja 16-24-vuotiaista peräti 86 prosenttia seuraa säännöllisesti jotain internetin yhteisöpalvelua (Tilastokeskus 2012). Älypuhelinien myötä sosiaalisen median palvelut ovat ujuttautuneet yhä lähemmäs arkeamme. Erityisesti nuorten keskuudessa sosiaalisen median palvelut ovat päivittäisessä käytössä aamusta iltaan. Tuntuu, että Instagramissa pyöriminen ja twiittaaminen kuuluvat jo jollain tapaa nykynuorisoon yleissivistykseen. Kaikkihan siellä ovat, somessa. Trendit vaihtuvat nopeasti nuorten keskuudessa. Myös sosiaalisen median palveluiden käytössä tällainen trendien nopea vaihtuvuus on selkeä ilmiö. Vanhemmat oppivat käyttämään älypuhelimiaan näppärästi, mutta sosiaalinen media tuntuu olevan enemmän nuorten ja nuorten aikuisten aluetta. Facebook, WhatsApp ja Instagram ole tulleet vanhemmilta nuorisolle, vaan nuorisolta vanhemmille. Nuorisolle trendistä toiseen liukuhihnalta vaihtaminen ei ole ongelma. Päinvastoin, heistä on todennäköisesti mielekästä löytää jatkuvasti uusia parempia sovelluksia vanhojen tilalle. Sosiaalinen media on nuorten elämässä hyvin merkityksellisessä asemassa. Tärkein yksittäinen motiivi sosiaalisen median käytölle näyttääkin olevan uusi tapa kuluttaa aikaa (Weissenfelt & Huovinen 2013).

Yksi tuoreimmista nuorten sosiaalisen median palvelujen käytön tutkimuksista on Weissenfeltin ja Huovisen Ebrand Suomi Oy:n (2015) tekemä tutkimus. Tutkimuksen mukaan 19,8-vuotias nuori käyttää noin 13-17 tuntia viikossa sosiaalisen median palveluita. Suosituin sosiaalisen median käyttöaika on klo 18-21. Älypuhelimella palveluita käyttää jopa 92 % nuorisista. Nuorten keskuudessa käytetyimpiä palveluita ovat esimerkiksi Facebook, YouTube, WhatsApp ja Instagram. YouTube on selkeästi suosituin nuorten sosiaalisen median palvelu - kyselyyn vastanneista 86 % käyttää YouTubea. Vauhdilla suosiotaan on kasvattanut myös WhatsApp, joka onkin toiseksi suosituin sosiaalisen median palvelu nuorten keskuudessa (82%). (Weissenfelt & Huovinen 2015.) Eniten nuoret käyttivät aikaansa sisältöjen lukemiseen/katseluun, sisältöjen ja tuttujen ihmisten tekemisten lukemiseen ja tekstipohjaisen sisällön (päivitysten ja kommenttien) tuottamiseen. Facebookissa, nuorten suosituimmassa sovelluksessa monet käyttäjät kuuluvat erilaisiin ryhmiin, niin salaisiin kuin julkisiinkin ryhmiin. Siellä myös ”tykätään” eri yritysten, pelien, julkisuuden henkilöiden ja esimerkiksi bändien sivuista. Facebookiin voi luoda myös tapahtumia ja niihin voi osallistua Facebookissa. Face-

bookin pikakeskustelu-toiminto on suosittu toiminto. (Weissenfelt & Huovinen 2013.) Global Web Indexin tekemän maailmanlaajuisen tutkimuksen mukaan nuorten suosiossa vuonna 2013 olivat mobiilikeskustelusovellus WeChat, videopalvelu Vine ja kuvapalvelu Flickr. Tutkimuksessa havaittiin myös kuvapalvelu Snapchatin suosion nopea nousu. Nämä palvelut ovat jo lähes syrjäyttäneet Facebookin 16-19 –vuotiaiden nuorten keskuudessa. Jos nuoret kuitenkin Facebookia käyttävät, tapahtuu se nykyään useimmiten mobiilisovelluksen kautta, eikä internetversiona. (Global web index, 2013).

Nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita myös viihtymisen ja rentoutumisen takia. He pelaavat kännykkä- ja internetpelejä, vaikka pelaaminen onkin edelleen suosittua myös tietokoneella ja pelikonsoleilla. Netissä myös katsotaan videoita, kuunnellaan musiikkia, käytetään Wikipediaa ja surffaillaan eri sivuilla. Miehet pelaavat erilaisia pelejä naisia enemmän. Kännykkäpelien käytöstä kysyttäessä saatiin vastaukseksi, että usein tai joskus kännykällä pelaa 58,5 % miehistä ja 63,7 % naisista. (Aarnio & Multisilta 2011.)

The Cisco Connected World Technology Reportin (2011) mukaan noin puolet tutkimukseen osallistuneista nuorista oli sitä mieltä, että internet on heille lähes yhtä tärkeä kuin vesi, ruoka, ilma ja suoja. Yli puolet ilmoitti, etteivät voisi elää ilman internetiä. Vastanneista 40 % koki internetin tärkeämmäksi jokapäiväisessä elämässään kuin sosiaalisen kanssakäymisen, kuten ystävien kanssa hengailun tai seurustelun. Sosiaalinen media on avannut nuorille uuden väylän ilmaista itseään ja mahdollistanut uuden keinon ystävyysuhteiden luomiseen samanhenkisten ihmisten kanssa. Sosiaalinen media, jonka kehittämiseen nuori voi itse osallistua, tarjoaa myös paikan luovuuden kehittämiseksi, jos nuori esimerkiksi innostuu itse pelien tai nettipalvelujen kehittämisestä.

Weissenfeltin ja Huovisen 2013 kyselyn mukaan nuoret käyttävät sosiaalista mediaa sen takia, että kaikki muutkin käyttävät. Nuoret kokevat sosiaalisen median käytön vaivattomaksi ja luonnolliseksi tavaksi pitää yhteyttä kavereihin ja muihin käyttäjiin. Palveluita on helppo käyttää niin tiedonetsintään kuin yhteydenpitoonkin. Nuoret raportoivat myös ystävien tykkäykset, kommentit, keuhut ja haukut tärkeiksi. Kun nuoret lisäävät palveluihin kuvia ja ajatuksia omasta elämästään, on heille tärkeää, millaisen vastaanoton lisätty materiaali saa kavereilta ja seuraajilta. Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa pääasiassa sisältöjen lukemiseen ja selaamiseen sekä kavereiden tekemisten ja kuulumisten lukemiseen. (Weissenfelt & Huovinen 2013). Miltei 70 % nuorista haluaisi sosiaalisen median opetusta oppilaitoksiin, mutta myös kodin roolia sosiaalisen median opetuksessa tulisi mielestämme miettiä.

Nuorten netinkäyttö lisääntyy vanhemmissa ikäryhmissä. Lähes 60 % 22-vuotiaista nuorista käyttää internetiä yli 20 tuntia viikossa, mutta 23-29 –vuotiaiden keskuudessa vastaava luku on jo yli 60 %. Noin 4 % 26-vuotiaista käyttää internetiä yli 51 tuntia viikossa, kun taas 23-29 –vuotiaista jo 17,6 % viettää saman ajan internetissä viikon aikana. Weissenfelt ja Huovinen epäilevät tämän johtuvan pitkälti siitä, että toisen asteen pakollisen koulutuksen jälkeen nuorilla on enemmän vapaa-aikaa käytettävissään. Toisaalta töihin meno tai jatkokoulutus saattaa vähentää kavereiden kanssa vietettävää aikaa, joka sitten korvataan sosiaalisessa mediassa.

Motivaation, yhteisöllisyyden ja ilon vastakohtana sosiaalinen media luo myös paineita. Median ollessa keskeinen osa lasten ja nuorten arkea, toimii se myös hyvin keskeisesti heidän maailmankuvansa muokkaajana (Salokoski & Mustonen 2007). Kauneuskäsitysten muuttuessa sosiaalisessa mediassa jaetut ja tykättyt kuvat vaihtuvat, mikä luonnollisesti luo nuorille uuden kuvan siitä, millainen pitäisi olla tai millaiseksi pitäisi tulla. Se luo nuorille paineita liikkua riittävästi, oikealla tavalla, oikeaan aikaan ja oikeissa varusteissa. Se luo paineita syödä tietyllä tavalla, käydä tietyllä salilla ja ottaa tietynlaisia kuvia. Se luo jopa paineita ajatella tietyllä tavalla. Nuoruus on aikaa, jolloin nuori kohtaa paljon fyysisiä ja tunne-elämän muutoksia sekä epävarmuutta kehostaan. Median luomat minä-ihanteet eivät läheskään aina ole nuoren identiteetin kehityksen kannalta suotuisia. Media luo turhan usein epärealistisia roolimalleja ja ylivoimaisia minä-ihanteita, joihin itsensä vertaaminen ja joiden tavoitteleminen todellisessa elämässä on epärealistista (Huntemann & Morgan 2001). Median tehtävänä on ensisijaisesti vaikuttaa ihmisiin. Nuoret ovat kuitenkin usein haavoittuvia ja epäkypsiä ottamaan vastaan kaiken, mitä media tuottaa. Tytöt ovat poikia tyytymättömämpiä ulkonäköönsä ja tuntevat siitä enemmän paineita (Kling ym. 1999). Erityisesti 11–16 –vuotiailla tytöillä vartalon vertaaminen mediassa esitettyihin kuviin ja omaan kehoon tyytymättömyys on hyvin tyypillistä (Clay ym. 2005). Erityisesti nuorten tyttöjen some-palvelujen aktiivinen käyttö yhdistettynä tällä hetkellä varsin kuumana käyvään fitnessbuumiin, crossfitbuumiin ja ”strong is the new skinny” –ajattelutapaan on yhtä aikaa sekä hyvin huolestuttavaa että varsin hienoa.

Sosiaalinen media on monelle paikka, jossa omia kiinnostuksenkohteita, arvoja, asenteita ja mielipiteitä voi peilata muihin ja niitä voi vahvistaa sosiaalisen median kautta. Medialla onkin suuri rooli sosiaalisten ja persoonallisten identiteettien rakentumisessa ja se tarjoaa ihmisille eräänlaisen samaistumismallien monimuotoisen gallerian. Gallerian, joka esittelee asenteita, tapoja ja ideoita. Näitä vertailemalla työstetään omaa identiteettiä, joka muotoutuu ja kehittyy koko elämän ajan. Media antaa malleja, jotka voivat joko avartaa tai kapeuttaa ihanneminää, parhaimmillaan media voi vahvistaa minuutta ja lisätä itseymmärrystä. Media vaikuttaa iden-

titeettiin usein samaistumisen kautta. Samaistuessaan ihminen jakaa toisen ihmisen näkökulman ja ottaa osaa ja eläytyy toisen tilanteeseen. Ihmisillä on ominainen tarve vahvistaa ja etsiä omaa identiteettiä, josta syntyy halu samaistua ympärillä oleviin ihmisiin ja tarinoiden hahmoihin. Media tarjoaa paljon erilaisia samaistumismalleja ja tärkeitä tässä ovat erityisesti vahvat sankarit, joihin eläytyminen vahvistaa identiteettiä. (Mustonen 2001.)

Kaikista yksinkertaisimmillaan median vaikutus voi tulla mallioppimisen kautta. Esimerkiksi mallioppiminen voi tapahtua niin, että nuori seuraa Twitterissä, Instagramissa ja Facebookissa jotain tiettyä julkkista hyvinkin intensiivisesti ja samalla joko tiedostaen tai tiedostamattaan ottaa mallia julkkiksen kielen käytöstä ja käyttäytymisestä tai matkii tämän hiustyylillä tai ostaa kaupasta samantyyllisiä vaatteita kuin idolinsa. Tällainen mallivaikutus välittyy yleensä vain hyväksyvien ajatusten kautta, ihailu poistaa käyttäytymisen estoja etenkin jos esikuva onnistuu tavoitteissaan, ja näin ollen ihailtavaa ja menestyvää idolia on helpointa matkia. (Mustonen 2012.)

3.3 Sosiaalinen media ja tyttöjen liikunnan harrastaminen

Verkkoympäristöistä haetaan ennen kaikkea inspiraatiota ja iloa (Ehrlén 2013). Onnistuessaan blogit ja Instagram-tilit tarjoavat seuraajilleen juuri tätä. Sosiaalinen media on monelle paikka, jossa omia kiinnostuksenkohteita, arvoja, asenteita ja mielipiteitä voi peilata muihin ja niitä voi vahvistaa sosiaalisen median kautta (Mustonen 2001). Fitness-, ruoka- ja hyvinvointiblogeja lukevat nuoret voivat saada ideoita omaan treenaamiseensa, ruoanlaittoonsa ja hyvinvointinsa ylläpitämiseen. Bloggaajat tarjoavat omasta elämästään kertomisen lisäksi mm. treeniohjelmia, ruokareseptejä ja tuotesuosituksia. Nuoret voivat seurata julkisuuden henkilöitä tai muita ihailemiaan käyttäjiä ja saada inspiraatiota heiltä. On mahdollista, että hienoista kuvista ja mielenkiintoisista kirjoituksista saadaan inspiraatiota.

Pääsääntöisesti lähes kaikki nuoret ovat somessa eivätkä näin ollen ole voineet välttyä fitnessbuumilta, crossfitbuumilta ja vahvasti vallalla olevalta ”strong is the new skinny” – ajattelutavalta. Vielä muutama vuosi sitten jaettiin ”thinspiration-kuvia” langanlaihoista rasvattomista naisista inspiraatioksi, nyt jaetaan ”fitspiration-kuvia”, joissa pääosassa ovatkin lihaksikkaat, toki edelleen rasvattomat naiset. ”Fitspiration”- ja motivaatiokuvissa on usein myös kannustavia tsemppilauseita, jotka toimivat erinomaisena motivaatiokeinona. Myös

esimerkiksi erilaiset ”Ennen ja jälkeen” –kuvat laihdutuksesta, kiinteytyksestä tai lihasmassan kasvattamisesta ovat samaan pyrkiviä seuraajia inspiroivia, sillä media vaikuttaa identiteettiin usein samaistumisen kautta. Brownin ja Witherspoonin (2002) katsaus osoittaa, että lähes viidennes 10–17-vuotiaista tytöistä on kertonut laihduttaneensa tai urheilleensa näyttäväkseen julkisuuden henkilöiltä tai television hahmolta. Samaistuessaan ihminen jakaa toisen ihmisen näkökulman ja ottaa osaa ja eläytyy toisen tilanteeseen. Ihmisillä on ominainen tarve vahvistaa ja etsiä omaa identiteettiä, josta syntyy halu samaistua ympärillä oleviin ihmisiin ja tarinoiden hahmoihin. Media tarjoaa paljon erilaisia samaistumismalleja ja tärkeitä tässä ovat erityisesti vahvat sankarit, joihin eläytyminen vahvistaa identiteettiä. (Mustonen 2001.) Toisaalta pelkän täydellisen elämän ja onnistumisten hehkuttaminen ei välttämättä ole erityisen inspiroivaa.

Nuoret peilaavat itseään muihin sosiaalisessa mediassa samalla kun pyrkivät rakentamaan omaa minäänsä. Media laajentaa nuoren kokemuksia maailmasta, antaa stereotypioita, arvoja, persoonallisuuden rakennusaineita ja roolimalleja (Salokoski & Mustonen 2007). Roolimallit ovat tärkeitä nuoruudessa ja on hyvä, että sosiaalinen media niitä tarjoaa. Blogeissa ja kuva-palveluissa nuorten seuraajat ja ihailijat käyttäjät ovat julkisuuden henkilöiden lisäksi usein samanikäisiä nuoria ympäri maailmaa. Nuoret pääsevät sosiaalisen median kautta seuraamaan heidän elämäänsä varsin läheltä eikä ihailun kohteena aina olekaan Hollywood-näyttelijät. On myös tervettä vertailla itseään muihin, esimerkiksi bloggaajiin, Instagram-käyttäjiin tai Facebook-kavereihinsa, kunhan muistaa, että itse on aivan yhtä arvokas ja hyvä ihminen kuin hekin.

Sosiaalisen median liikunnalliset palvelut luovat yhteisöllisyyttä. Kynnys kehua tuntemattoman treenitrikoita tai –kenkiä on huomattavasti matalampi sosiaalisessa mediassa kuin oikeassa elämässä kuntosalilla. Toisten tykkäykset, kommentit ja tsemppaaminen motivoivat ja tuovat hymyn kasvoille ja nuoret raportoivatkin ne hyvin tärkeiksi (Weissenfelt & Huovinen 2013). Kehut ja tykkäykset parantavat nuorten itsetuntoa ja lisäävät heidän itsearvostustaan. Kun oma itsetunto on hyvä ja on sinut itsensä kanssa, pystyy myös aidosti tykkäämään toisten kuvista ja kehumaan niitä. Myös kynnys hakea tietoa uusista lajeista tai liikuntapaikoista maldaltuu sosiaalisen median myötä. Lajiin voi rauhassa tutustua sosiaalisessa mediassa, mahdollisesti keskustella lajin harrastajien kanssa tai lukea heidän kirjoituksiaan, katsella kuvia ja videoita, ja vasta sitten ottaa yhteyttä esimerkiksi urheiluseuraan tai liikuntakeskukseen. (Ehr-len 2013.) Nykyään myös rehelliset arviot kuntosaleista, lenkkipoluista ja liikuntahalleista saa helposti käsiinsä sosiaalisesta mediasta.

Äärimmäisestä laiisuuden ihannoinnista on siirrytty lihaksikkuuden ihannointiin (Palssa 2014) ja ”strong is the new skinny” –ajatteliutapaan. Hyvä lihaskunto onkin onneksi terveyden tukirunko ja läpi elämän kestävän toimintakyvyn edellytys (Palssa 2014). Tytöt eivät enää pelkää lihaksia, vaan haluavat olla vahvoja. Crossfit-saleilla eli toiminnallisen harjoittelun saleilla on tyttöjä, jotka nostavat isompia painoja kuin miehet keskimäärin ja heitä todella arvostetaan. (English 2013).

3.4 Sosiaalinen media ja ulkonäköihanteet

Mastronaddin (2003) mukaan useissa tutkimuksissa on havaittu langanlaihojen mallien kuvien toistuvan näkemisen aiheuttavan esimerkiksi tyytymättömyyden tunteita omaa vartaloa kohtaan, itseinhoa ja depressiota sekä stressiä. Normaalipainoisen henkilön tai muun kuin mallin kuvalle altistuminen ei herätä samanlaisia reaktioita. Voidaan olettaa, että yhtäläillä fitnessmallien ja todella rasvattomien kehojen näkemiselle altistuminen voi aiheuttaa samanlaisia tunteita.

Sosiaalisessa mediassa eräs ääriesimerkki laiisuuden ihannoinnista ovat erilaiset internet-sivustot, joilla anoreksiaa ja bulimiaa sairastavat antavat toistensa sairauksille vertaistukea ja kannustavat toisiaan olemaan syömättä. Näillä sivustoilla keskeisenä elementtinä ovat thinspirationkuvat, jotka esittävät hyvin laihoja julkkiksia tai muita naisvartaloita. (Salokoski & Mustonen 2007.) Samanlainen idea on fitspiration-kuvilla netissä, jotka kuitenkin ovat erilaisia siinä mielessä, että ne esittävät hyväkuntoisia ja terveitä vartaloita. Inspiraatiokuvaan voisi lukea mukaan myös erilaiset kehitys-kuvat tai ennen ja jälkeen -kuvat, joita tytöt ja pojat jakavat sosiaalisessa mediassa, kuten blogissaan, Instagramissa tai Facebookissa. Kuvien ideana on näyttää oma vartalo ennen laihutumista tai lihasten kasvatusta ja sen jälkeen. Oma kehonkuva on tärkeä asia oikeassa elämässä ja sitä se on myös virtuaalimaailmassa, koska virtuaalimaailmat ovat paikkoja, joissa tapahtuu sosiaalista kanssakäymistä ja näin ollen on tärkeää saada sosiaalista hyväksyntää myös internetin maailmassa. (Becerra & Stutts 2008.)

Laiisuuden ihannointi on edelleen suosittua nuorten naisten keskuudessa (Tolonen 2001) ja myös pojat suosivat hoikkaa vartaloa, mutta lihaksiakin pitää löytyä (Välimaa 2001). Mielestämme tänä päivänä on ollut nähtävissä muutoksia tyttöjen asenteissa laihiutta ja lihaksikkuutta kohtaan. Urheilullisen vartalon omistaminen on tullut suositummaksi ja tytöt eivät enää

niin sanotusti pelkää lihaksia. Kinnunen (2001) kirjoitti teoksessaan jo tällaisista salilla viihtyvistä tytöistä.

Herkimmin media vaikuttaa silloin, kun sen viestit ovat sellaisia, jotka osuvat identiteetin aralle alueelle ja erityisesti fyysinen minäkuva on tällainen hyvin herkkä identiteetin alue. Median stereotyyppiset kauneusihanteet tuottavat usein tälle alueelle lisäpainetta. Ihmisen tärkeimpiä tarpeita ovat toisten hyväksyntä ja myönteisen itsetunnon saavuttaminen ja mediakanavat osaavat hyödyntää tätä tietoa. Omalla toiminnallaan ja ruokkimalla tyytymättömyyttä media itsessään myös tuottaa näitä tarpeita. Esimerkiksi painontarkkailusta ja laihooden ihannoinnista on tullut tavoitteita ja itsestänselvyyksiä, joita ei nykyään välttämättä edes kyseenalaisteta. (Mustonen 2001.) Media siis synnyttää yhä tiukempaa käsitystä ideaalista ruumiista ja media tarjoaakin paikan, jonka kautta voimme nähdä, millaisista lähtökohdista ruumiita tarkastellaan kunakin ajankohtana ja mitkä asiat media tarjoaa normaalina tai epänormaalina ja sallittuna tai kiellettyinä (Laiho & Ruoho 2005).

3.5 Sosiaalinen media ja tyttöjen ruokailutottumukset

Kun media liiallisesti korostaa seksuaalista ja fyysistä vetovoimaa, kasvaa nuorten paine joskus liian suureksi, mikä saattaa heijastua erilaisina oireiluina kuten syömishäiriöinä (Brown & Witherspoon 2002; Huntemann & Morgan 2001.) Nykypäivän lihaksikkuuden ihannoinnin myötä onkin alettu huolestua heistä, jotka vievät fitness-hullutuksen äärimmilleen. On muodostunut uusi syömishäiriön muoto, jota on hyvin vaikea tunnistaa. Treenataan kilpailumielessä tavoitteellisesti, syödään terveellisesti ja minimoidaan herkut ja sokeri. Keho ei tällöin näytä riutuneelta ulospäin, kuten anoreksiassa, mutta todellisuudessa syöminen voi olla pakkomielteistä, sosiaalisesti rajoitunutta ja täyttää kaikki syömishäiriön piirteet. (Palssa 2014.) Sosiaalisen median vaikutus on kielteistä myös silloin, kun yhteisön toiminnasta tulee niin hallitsevaa tai sitouttavaa, että todellinen arkielämä häiriintyy (Chappell ym. 2006). Silloin kun jokainen suupala käytetään puntarin kautta ja juhlissa joudutaan kieltäytymään kaikesta hyvästä, on jotain pielessä.

Nykynuoret elävät hyvin ristiriitaisessa maailmassa median suhteen. Samalla kun media antaa käsityksen, että tulisi olla laiha, kaunis ja lihaksikas, niin mainoksissa tuputetaan kaikenlaisia herkkuja, karkkeja ja pikaruokaa. Tällainen voi helposti ajaa nuoren bulimiaan, jolloin ahmi-

misen jälkeen oksennetaan syöty ruoka ulos peläten ruoan lihottavaa vaikutusta. (Brown & Witherspoon 2002). Mallit ja ääritapaukset eivät kuitenkaan ole ainoa syömishäiriöiden riskiä lisäävä tekijä, vaan myös tavalliset mainokset ruoasta tai laihdutuksesta voivat tätä riskiä lisätä. Kun lihomista tai syömisiongelmia käsitellään arkipäiväisinä ja humoristisina asioina, joilla ei ole harmittavia seurauksia, on riski jo suuri. Mainoksissa saatetaan antaa vääränlainen kuva siitä, millainen vartalo on ylipainoinen ja millainen normaalipainoinen kun normaalivartaloi- set naiset kuvataan mainoksissa ylipainoisina. (Mustonen 2001, Wilson & Blackhurst 1999.).

3.6 Blogit

Blogit ovat verkkosivustoja, joita ylläpitää yksilö, ryhmä tai organisaatio. Ylläpitäjä tuottaa blogiin ajankohtaista sisältöä. Blogit ovat tyypillinen esimerkki internet-sivustosta, joka päivittyy tiheästi. Niissä kirjoitukset ovat kronologisessa järjestyksessä, jolloin uusin on aina nähtävillä ensimmäisenä. Blogeissa ilmenee vuorovaikutusta, jota käydään bloggaajan ja lukijoiden välillä. (Kozinets 2010, 86.) Tyypillistä blogeille on niiden kommentointimahdollisuus sekä keskusteleva ja yhteisöllinen ilmapiiri. Blogi voi olla rajattu tietylle lukijaryhmälle tai julkinen. (Kortesuo & Kurvinen 2011, Kilpi 2006 17.). Jokainen, jolla on mahdollisuus internetin käyttöön voi perustaa blogin. Blogissa on helppo toteuttaa itseään, jakaa omia ideoita sekä muualta löytämäänsä informaatiota (Bruns & Jacobs 2006). Kaikki blogit yhdessä muodostavat blogosfäärin. Bloggaajat ovat blogiportaalien käyttäjiä sekä sisällöntuottajia, joten blogosfääri on ympäristönä laaja yhteistyöhön perustuva tiedon- ja informaation lähde (Bruns & Jacobs 2006). Blogeja yhdistävät linkit ja kommentit ja useimmissa blogeissa esiintyykin runsaasti linkkejä muihin blogeihin. Bloggaajat pyrkivät linkittämällä kertomaan lukijoilleen omista arvoistaan ja näyttämään millaiseen viiteryhmään he kuuluvat. Kommentit taas tekevät blogeista moniäänisen ja demokraattisen median. Monien blogien ylläpitäjä sallii kommenttien jättämisen blogimerkintöihin. Nykyään bloggaajat toimivat monikanavaisesti ja ovat aktiivisia myös muualla sosiaalisessa mediassa bloginsa ulkopuolella (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest) (Suuri blogitutkimus 2014).

Bloggaamisen tahti ja bloggaamisen syyt ovat jokaisella bloggaajalla erilaiset. Toiset päivittävät blogia monta kertaa päivässä, toiset kerran kuussa. Nardi ym (2004) tutkimuksen mukaan bloggaajien motiivit bloggaamiselle ovat seuravaanlaisia: oman elämän dokumentointi blogiin, bloggaamalla omien mielipiteidensä kuuluviin saaminen, blogi katarsiksena eli voimaan-

tumisen tunne omien ajatusten ja tunteiden blogiin purkamisen kautta, bloggaaminen pohtimisen ja mietiskelyn keinona, blogi yhteisöllisyyden kanavana. (Nardi ym. 2004.)

Suuren blogitutkimuksen (2014) mukaan blogeja seurataan tiiviisti. Vähintään kerran päivässä tai useammin blogeja lukee kaikista lukijoista 18 % ja 15-19 -vuotiaista 30 %. Vähintään viikoittain vastaavat prosentit ovat 37 % ja 45 %. Naiset seuraavat monenlaisia blogeja ja viisi eniten naisten seuraamaa blogityyppiä ovat ruokablogit, lifestyleblogit, muoti- ja kauneusblogit, sisustusblogit sekä fitnessblogit. 15-19 -vuotiailla suosituimmat blogien aihealueet olivat lifestyle (71 %), muoti ja kauneus (60 %) sekä fitness (39 %). Vanhempiin ikäluokkiin siirryttäessä putoaa fitness-aihealue kokonaan kolmen kärjestä pois ja myös muoti ja kauneus - sekä lifestyle-aihealueiden suosio laskee selkeästi. Naiset hakevat blogeista ajanvietettä, ohjeita ja vinkkejä, hyviä tekstejä ja hauskaa luettavaa sekä inspiraatiota, ideoita ja trendejä. (Suuri blogitutkimus 2014.)

Blogien historiaa. Kotisivuja ja verkkopäiväkirjoja on ollut mahdollista luoda jo World Wide Webin alkuajoista lähtien, mutta silloin ne olivat vielä käsin koodattuja HTML-sivustoja. Näin ollen netissä julkaisemiseen pystyivät vain he, joilla oli riittävästi tietotaitoa koodauksen saloihin. Tilanne muuttui 2000-luvulla kun erilaiset blogialustat ja -palvelut tulivat kaiken kansan käyttöön. Teknisten yksityiskohtien helpottumisen myötä bloggaaja pystyi keskittymään sisällön työstämiseen. (Kilpi 2006.)

Sana ”blogi” tulee sanoista ”web” ja ”log”. Nämä sanat keksi amerikkalainen ohjelmoija John Barger kun hän alkoi kutsua omia nettisivujaan nimellä Weblog. ”Web” tarkoittaa verkkoa ja ”log” lokikirjaa. Vuonna 1999 julkaistiin Blogger-verkkopalvelu, joka mahdollisti blogin kirjoittamisen kenelle tahansa. Bloggerin kävijämäärä lähti nopeasti nousuun ja bloggaamisen suosio kasvoi. (Kilpi 2006.)

Nuoret tytöt viihtyvät parhaiten Facebookissa, IRC-galleriassa, Youtubessa, Bloggerissa ja Demi.fi:ssä. Jopa 50 % 13-29-vuotiaista suomalaisista naisista ilmoitti käyttävänsä Bloggeria. (Weissenfelt & Huovinen 2013). Tämä on ehdottomasti selkein ero nuorten miesten ja naisten verkkokäyttäytymisen välillä. Viimevuosina bloggaaminen on levinnyt Suomeen varsin laajalti ja onkin saavuttanut suuren suosion erityisesti nuorten tyttöjen ja naisten keskuudessa. Bloggaaminen on helppo tapa ilmaista itseään ja löytää samoista asioista pitäviä ihmisiä ruudun toiselta puolelta. Blogger on Suomen suosituimpia blogipalveluja ja tarjoaa yksinkertaisen pohjan, selkeät ohjeet ja monipuoliset mahdollisuudet blogin luomiselle. Tyttöjen suosiossa oleva Demi.fi on taas Demi-lehden nettisivusto ja keskustelupalsta, joka on kuin esimer-

kiksi Suomi24 –keskustelupalsta, mutta kohderyhmänä ovat nuoret tytöt. Miehillä verkkokeskustelut näyttävät painottuvan keskustelufoorumille, tytöillä blogeihin (Weissenfelt & Huovinen 2013).

Monet nuoret voivat myös käyttää nettipalveluja itseilmaisun kanavana. (Salokoski & Mustonen 2007). Itseilmaisua voivat kehittää etenkin erilaiset blogit ja muut sovellukset, joissa käyttäjä itse luo ja päättää julkaistavan sisällön ja aiheet.

Hyvinvointibloggaus. Suomalaisen Blogilista.fi -sivustolta löytyy noin 1000 blogia avainsanalla hyvinvointi. Blogien kuvausten perusteella blogit käsittelevät terveellistä elämäntapaa monipuolisesti: liikuntaa, syömistä ja ruoanlaittoa, positiivista elämänsäntettä, arjen pieniä iloja sekä omasta hyvinvoinnista kokonaisvaltaista huolehtimista. (Blogilista 2015). Tässä tutkimuksessa aineistona käyttämiemme blogien kuvaukset ovat hyvin samanlaisia kuin blogilistalta löytyvien hyvinvointiblogien kuvaukset yleensä. Aineistomme blogit kuvailevat itseään blogeiksi, joille muun muassa hyvinvointi, liikunta, muiden inspirointi terveellisiin elintapoihin sekä liikkumiseen on tärkeää.

Blogilistaa selatessamme havaitsimme, että hyvinvointiblogien kirjoittajia on hyvin monenlaisia. On liikunta-alan opiskelijoita ja liikunta-alalla työskenteleviä, eri lajien mm. fitness- ja crossfit -lajien kilpailijoita, liikunnan harrastajia ja terveellisestä ruokavaliosta kiinnostuneita ihmisiä. Suomeen avattiin 2013 urheilullisen elämäntyylin blogiyhteisö Fitfashion.fi. Portaalien perustajat huomasivat urheilullisen elämäntyylin, kuntosaliharjoittelun ja fitneksen olevan suuressa nousussa ja päättivät perustaa näihin aihealueisiin perustuvan blogiyhteisön. Kaiken kaikkiaan bloggaajia Fitfashion.fi blogiportaalissa on 73. Myös yksi aineistomme bloggaajista bloggaat Fitfashion.fi -blogiportaalin alla ja kaksi muuta itsenäisesti omilla sivuillaan. (Fitfashion 2015).

Blogit, kirjeet, päiväkirjat, muistiot, arkistot ja sähköpostikeskustelut ovat hyviä tapaustutkimuksen aineistoja, sillä tutkimustilanne ei ole keinotekoisesti luotu. Näin ollen aineistoa voidaan pitää luonnollisena, eli aineisto on olemassa tutkimuksesta huolimatta. Blogit voidaan luokitella luonnolliseksi aineistoksi, jotka ovat saatavilla internetissä. (Ronkainen ym. 2011.)

4 TUTKIMUKSEN AINEISTO JA MENETELMÄT

4.1 Tutkimusaineisto

Tutkimuksessa tarkastelemme hyvinvointiblogien yhteyttä nuorten tyttöjen liikuntakäyttäytymiseen, ruokalukäyttäytymiseen ja ulkonäköihanteisiin. Tavoitteena on löytää sellaisia tekijöitä, joilla bloggaajat kirjoituksillaan ja kuvillaan voivat vaikuttaa nuoriin tyttöihin. Toisena tavoitteena on vertailla näitä tekijöitä bloggaajien välillä. Aineisto koostuu kolmen suomalaisen hyvinvointiblogin postauksista tammi- ja helmikuulta vuodelta 2014. Bloggaajat ovat nuoria aikuisia sekä opiskelevat ja työskentelevät liikunta-alalla. Liikuntakasvatuksen näkökulmasta tavoitteena on lisätä liikunnanopettajien tietoa siitä, millaisista asioista nuorten naisten hyvinvointiblogeissa puhutaan ja täten tehostaa opettajan valmiuksia ymmärtää nuorten hyvinvointiin liittyviä tekijöitä.

Tutkimuskysymyksiksimme muotoutuivat:

1. Miten bloggaajat kirjoittavat syömisestä, liikunnasta ja ulkonäöstä?
2. Miten bloggaajien kirjoitukset eroavat keskenään?
3. Miten nämä kirjoitukset voivat vaikuttaa nuoriin tyttöihin?
4. Kuinka paljon ja missä suhteessa blogeissa esiintyy syömiseen, liikuntaan ja ulkonäköön liittyviä kuvia?

4.2 Tutkimuksen luonne

Tutkimuksemme on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen. Analysoimme blogipostaus-ten tekstejä ja kuvia. Kvalitatiivista analyysia voidaan soveltaa saman tutkimusaineiston analysoinnissa. Molempia analyysityyppäjä voidaan käyttää toistensa tukena ja jatkumona toisil-leen. (Alasuutari 2011). Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus ovat lähestymistapoja, jotka on vaikea erottaa tarkasti toisistaan. Niitä ei nähdä suuntauksina, jotka kilpailevat keskenään vaan ne ovat toinen toistaan täydentäviä lähestymistapoja. Mittaamisella on aina sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen puoli. Käsitteelliset ja merkityksiä sisältävät ilmiöt voi-

daan ilmaista numeroin ja toisaalta myös numerot sisältyvät merkityksiä sisältävään käsitteellistämiseen. (Hirsjärvi ym. 2009).

Laadullinen tutkimus on prosessi, jossa aineistonkeruun väline on tutkija eli ihminen. Tällöin näkökulmien ja tulkintojen voidaan nähdä kehittyvän vähitellen tutkimuksen edetessä. Prosessiksi laadullista tutkimusta voi kutsua myös siksi, että tutkimuksen vaiheet eivät aina ole etukäteen selkeästi jäsennettävissä. Tutkimuksen toteuttamista koskevat ratkaisut muotoutuvat usein samalla kun tutkimus etenee - laadullinen tutkimus on ikään kuin tutkijan oppimisprosessi tutkimuksen alusta loppuun saakka. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuskysymys ei ole välttämättä tarkasti tiedossa tutkimuksen alussa, vaan tutkimusongelma tarkentuu tutkimuksen aikana. (Kiviniemi 2010, 70). Myös meidän tutkimustamme koskevat ratkaisut muotoutuivat tutkimusprosessin aikana ja tutkimuskysymykset tarkentuivat.

Hirsjärven ym. (2009) mukaan laadullisella tutkimuksella on muutamia tyypillisiä piirteitä. Tutkimus on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja tiedonkeruun hoitaa ihminen. Tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa kuin mittausvälineisiin. (Hirsjärvi ym. 2009, 164).

Laadullinen tutkimus ymmärretään yksinkertaisimmillaan aineiston muodon ei-numeraaliseksi kuvaukseksi (Eskola & Suoranta 2008). Eskolan ja Suorannan (2008) mukaan laadullisen tutkimuksen tunnusmerkkejä ovat muun muassa hypoteesittomuus, tutkittavien näkökulma, tutkimuksen tyyli, tulosten esitystapa, tutkijan asema ja tutkimuksen narratiivisuus. Laadullisessa tutkimuksessa kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161). Tavoite on tutkimusaineiston tulkitseminen ja ymmärtäminen, sekä ilmiön ymmärryksen asettaminen alkuperäistä käsitteellisemmälle tasolle (Ronkainen ym. 2011, 83).

Pro gradu -tutkielmaa laatiessamme emme osallistuneet tutkijoina konkreettisesti ilmiöön - blogipostaukset olivat jo valmiiksi olemassa. Eskola ja Suoranta (2008, 16) muistuttavat, ettei laadullisessa tutkimuksessa tutkijan osallistuminen ole ehdoton edellytys tutkimuksen toteuttamiselle. Pyrimme löytämään blogeista bloggaajien näkökulman siitä, millaisia asioita he haluavat nuorille välittää.

Laadullisen tutkimusmenetelmän päämäärä on aineiston sisällöllinen laajuus ja pyrkimys mahdollisimman perusteelliseen analysointiin pientä aineistoa käyttäen eikä määrällisesti suureen aineistoon pyrkiminen (Vilkkä 2005, 109; Eskola & Suoranta 2008, 18). Tuomi ja Sara-järvi (2009, 85) toteavat, että aineiston koko on yleensä määrälliseen tutkimukseen verrattuna

pieni, eikä laadullisessa tutkimuksessa tavoitteena ole tilastollinen yleistys. Tutkimusmenetelmän valinnassa on tärkeää pyrkiä siihen, että kyseisellä menetelmällä voidaan saada vastaus asetettuun tutkimuskysymykseen (Kozinets 2010, 42). Päädyimme pitämään aineiston pienenä siksi, että pystyimme perusteellisemmin paneutumaan jokaisen aineistomme blogin kahden kuukauden postauksiin.

Laadullisen tutkimuksen kohteeksi soveltuvat hyvin kaikki kuva- ja tekstimateriaalit. Myös internetistä löytyvät blogit ja keskustelut keskustelupalstoilla ovat laadullista aineistoa, kuten myös mainokset, kirjoitelmat ja lehtien yleisönosastokirjoitukset. (Vilka 2005, 122; Rantala 2010.) Ronkainen ym. (2011, 108) huomauttavat, että kirjeitä, päiväkirjoja, blogeja, arkistoja, muistioita ja sähköpostikeskusteluja voidaan pitää luonnollisina aineistoina eli ne ovat olemassa tutkimuksesta riippumatta. Tällaiset aineistot ovat esimerkiksi hyviä tapaustutkimuksen aineistoja, sillä tutkimustilannetta ei ole keinotekoisesti luotu (Vilka 2005, 131). Blogit lukeutuvat luonnollisiin aineistoihin, jotka ovat saatavilla internetistä.

4.2.1 Laadullinen tapaustutkimus

Sisällönanalyysimme voi luokitella tapaustutkimukseksi, sillä tapaustutkimuksessa kohde on tavallisesti ilmiö tai tapahtumakulku eli tarkasteltavana on vain yhdestä muutamaaan tapaukseen. (Laine ym. 2007, 9; Vilka 2005, 130). Tapaustutkimus on tarkka ja perusteellinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä (Laine ym. 2007, 9). Tutkimuskohde voi valikoitua esimerkiksi sen takia, että tutkijalla on tapaukseen valmiit yhteydet. Meidän tapauksessamme yhteys aineistona käyttämiimme blogeihin on se, että olemme seuranneet niitä aktiivisesti jo useamman vuoden ajan. Olennainen lähestymistapa tapaustutkimuksessa on tapausten vertailu. On usein hyödyllistä valita useampia tapauksia ja vertailla niitä keskenään, sen sijaan, että tehtäisiin todella perusteellinen katsaus yhteen yksittäiseen tapaukseen. Näin voidaan löytää sellaisia tutkimuskysymyksiä, joita yhtä tapaukseen tarkastelemalla ei olisi löydetty. (Kurunmäki 2007, 74).

Tapaustutkimuksen tavoitteena on saada vastauksia kysymyksiin ”miksi” ja ”kuinka” (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001). Tapaustutkimuksen avulla on mahdollisuus esimerkiksi saada tietoa luonnollisesta tilanteesta, jossa tapahtumia ei voida kontrolloida. Tapaustutkimuksessa ei ole olemassa keskimääräistä tapaukseen, sillä edustavaa otosta ei saada kuten määrällisessä tutkimuksessa (Laine ym. 2007). Tapaustutkimuksessa perehdytään tavallisesti uudenlaisiin

ilmiöihin, mistä johtuen ei välttämättä ole itsestään selvää minkälainen näkökulma tai käsitteistö toimii parhaiten. Tämän vuoksi teoreettisen näkökulman valinta jää usein myöhempään vaiheeseen. (Laine ym. 2007, 29.) Tapaustutkimus sisältää lähtökohtaisesti monia tutkimusmenetelmiä. Tämän vuoksi voidaan sanoa, että tapaustutkimus ei ole metodi vaan tutkimusstrategia tai tutkimustapa, jonka sisällä on käytössä erilaisia menetelmiä ja aineistoja. (Laine ym. 2007, 9). Tapaustutkimuksen peruslähtökohta on tuottaa tietoa erityisistä aikaan ja paikkaan sidotuista olosuhteista, prosesseista, ilmiöistä, tiedosta ja merkityksistä. Tapaustutkimusta arvioitaessa kiinnitetään kuitenkin jatkuvasti huomiota siihen, kuinka erilaisten havaintojen perusteella voidaan esittää yleisiä tulkintoja. (Peltola 2007, 111).

Tapaustutkimus voidaan ajatella lähestymistapana tutkimuksen tekemiseen, ei niinkään menetelmänä. Se soveltuu hyvin myös aineistolähtöisen analyysin toteuttamiseen. (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001.) Valitsimme tapaustutkimuksen tutkimusotteeksemme, sillä uskoimme sen soveltuvan parhaiten aineistollemme. Syrjälä ym. (1994, 10) kuvaavat tyypillisen tapauksen olevan joko aivan tavallinen ja kuvaava arkielämän tapahtuma tai tapahtuma, mikä on jollain tavalla muista erottuva ja samalla poikkeava myönteisesti tai kielteisesti. Mielestämme aineistoksi valitsemamme hyvinvointiblogit ovat tyypillinen tapaus, sillä ne kuvaavat arkielämän tapahtumia, mutta silti erottuvat blogien joukosta hyvinvointiin rajatulla sisällöllään.

4.2.2 Laadullinen sisällönanalyysi

Sisällönanalyysi on hyvin yleisesti käytetty laadullisen tutkimuksen menetelmä. Sisällönanalyysi voidaan toteuttaa kolmella eri tavalla: aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti. Aineistolähtöinen analyysi voidaan kuvata karkeasti kolmivaiheisena prosessina. Ensimmäinen vaihe on redusointi eli aineiston pelkistäminen, toinen vaihe klusterointi eli aineiston ryhmittely ja kolmas vaihe abstrahointi eli teoreettisten käsitteiden luominen. (Miles & Huberman 1994).

Pelkistämisvaiheen alussa aineistosta karsitaan pois epäolennainen materiaali. Aineiston pelkistämistä ohjaa tutkimustehtävä, jonka mukaan tutkimustehtävälle olennaiset asiat litteroidaan tai koodataan. Ryhmittelyssä alkuperäisilmaukset käydään tarkasti läpi ja etsitään samankaltaisuuksia tai eroavaisuuksia kuvaavia käsitteitä aineistosta. Käsitteet, jotka tarkoitta-

vat samaa, ryhmitellään ja yhdistetään luokaksi ja nimetään tämä luokka sen sisältöä kuvaavaksi. Klusteroinnissa aineisto tiivistyy ja tutkimuksen perusrakenne ja pohja muodostuu. Absrtahointivaiheessa erotetaan olennainen tieto, jonka perusteella muodostetaan teoreettisia käsitteitä. Viimeisessä vaiheessa edetään kielellisistä ilmauksista teoreettisiin käsitteisiin ja sitä kautta johtopäätöksiin. (Hämäläinen 1987, Dey 1993, Cavanagh 1997).

4.3 Aineiston analyysi

Tutkimuksemme alkoi aineistonvalinnalla. Valitsimme blogit Indiedays blogawards 2014 paras hyvinvointiblogi -kategorian ehdokkaista. Ehdolla palkinnon saajaksi oli kaiken kaikkiaan kymmenen hyvinvointibloggaajaa. Näistä kymmenestä valitsimme neljä bloggaajaa. Lähetimme sähköpostia heistä jokaiselle ja kysyimme lupaa saada käyttää heidän blogiensa postauksia aineistona. Kolmelta bloggaajalta saimme myöntävän vastauksen ja yksi ei vastannut lainkaan. Päädyimme valitsemaan aineistoksi kolme sähköpostiin vastannutta blogia. Kaikki valitsemamme blogit ovat Suomessa todella suosittuja - sivuilla jopa tuhansia vierailijoita päivittäin. Luotettavia ja tarkkoja lukijamäärätietoja emme saaneet tietoomme, mutta bloggaajien omien kirjoitusten perusteella lukijamäärät ovat tätä luokkaa. Blogien yleisen suosion lisäksi valintaamme vaikutti myös se, että valitsemamme blogit olivat meille ennestään tuttuja. Lisäksi kaikki bloggaajat ovat mediassa näkyvästi esillä muillakin tavoilla kuin blogissaan.

Tutkimuksemme sisällönanalyysi alkoi perehtymällä aineistoon. Aluksi luimme blogien postauksia läpi ja pyrimme saamaan kokonaiskuvan jokaisesta blogista. Rajasimme aineistomme niin, että se koostuu jokaisen bloggaajan kahden kuukauden postauksista ajalta tammikuuhelmikuun 2014. Tähän päädyimme siksi, että oletamme vuoden ensimmäisten kuukausien olevan vilkasta aikaa niin bloggaajien kirjoitustahdin kuin blogin lukijoiden aktiivisuuden osalta. Lisäksi oletamme, että ihmiset ovat vuoden alussa tavallista aktiivisempia ja motivoituneempia liikunnan ja hyvinvoinnin osa-alueilla. Yhteensä teksti- ja kuvamateriaalia oli 181 sivua.

Kopioimme blogien internet-sivuilta tammikuun ja helmikuun ajan postaukset omaksi tiedostoksi teksteineen ja kuvineen. Tämän jälkeen redusioimme eli pelkistimme aineiston eli poimimme teksteistä tutkimustehtäväämme liittyvät virkkeet ja asiat - toisin sanoen kaiken lii-

kuntaan, syömiseen ja ulkonäköön liittyvän. Käsittelimme aina yhden blogin postaukset kerrallaan ja lyhensimme virkkeet yksinkertaisempaan muotoon. Pelkistämisen idea on poistaa tutkimusaineistosta epäolennaiset asiat. Tietoa siis tiivistetään tai pilkotaan osiin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 109).

Pelkistämisen jälkeen oli vuorossa aineiston klusterointi eli ryhmittely. Aloitimme ryhmitteilyn blogista 1, jonka mukaan loimme luokat. Luokkia muodostui yhteensä 19: A Ruoanlaitto, B Liikuntakäyttäytyminen, C Muiden mielipiteet, D Urheilullinen vartalo ja urheilulliset ominaisuudet, E Tunteet treenaamisesta, F Liikkumisen ympäristöt, G Kauneus, H Liikuntalajit ja -tapahtumat, I Liikunnan vaikutukset, J Ruoka ja syöminen, K Dieetit ja ruokavalio, L Herkut ja herkuttelu, M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen, N Tunteet syömisestä, O Treenivaatteet ja -välineet, P Lisäravinteet, Q Vinkit ja esimerkkiohjelmat, R Tavoitteet ja motivaatio. Blogi 1:sen kohdalla luokkia ei vielä ollut valmiina, vaan aina uuden virkkeen kohdalla loimme uuden luokan virkkeen sisällön mukaan. Pikkuhiljaa kun luokkia alkoi muodostua, löytyi virkkeille aina jo olemassa oleva luokka ja selkeitä ryhmiä alkoi syntyä.

Luokista muodostimme tutkimuskysymykseemme pohjautuen kolme pääluokkaa: syöminen, liikunta ja ulkonäkö. Jaottelimme 19 alaluokkaa näiden kolmen pääluokan alle seuraavanlaisesti. Syöminen-luokka koostui seitsemästä alaluokasta: A Ruoanlaitto, J Ruoka ja syöminen, K Dieetit ja ruokavalio, L Herkut ja herkuttelu, M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen, N Tunteet syömisestä ja P Lisäravinteet. Liikunta-luokka koostui kymmenestä alaluokasta: B Liikuntakäyttäytyminen, C Muiden mielipiteet, E Tunteet treenaamisesta, F Liikkumisen ympäristöt, H Liikuntalajit ja -tapahtumat, I Liikunnan vaikutukset, M Terveystottumukset ja käyttäytyminen, O Treenivaatteet ja -välineet, Q Vinkit ja esimerkkiohjelmat, R Tavoitteet ja motivaatio. Ulkonäkö-luokka koostui kahdesta alaluokasta: D Urheilullinen vartalo ja urheilulliset ominaisuudet sekä G Kauneus. Kategorioista yksi (M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen) on sellainen, jonka sisällä esiintyy sekä liikuntaan että syömiseen liittyviä asioita. Tämän vuoksi kyseinen kategoria esiintyy sekä pääluokassa liikunta että syöminen.

Seuraavaksi avaamme kaikkien luokkien sisällöt ja kerromme muutamien esimerkkien avulla, millaisia asioita luokissa esiintyy. Etenemme aakkosjärjestyksessä, eli emme pääluokittain. A Ruoanlaitto sisältää reseptit sekä ruoanvalmistukseen liittyvät vinkit ja kuvaukset (Ae proteiinileturesepti sopii aamiaiselle ja Af ruisleivälle pestoa tai voita). B Liikuntakäyttäytyminen on yksi suurimmista ja monipuolisimmista luokista. Siihen sisältyy liikkumisen tavat, määrä ja liikuntaan liittyvä käyttäytyminen esimerkiksi palautuminen ja lepo (B15 treenasin kuin

hullu ja Bw uusien lajien kokeileminen yhdessä kavereiden kanssa). Kategoriassa C Muiden mielipiteet on kaikki sellainen, mikä liittyy muiden ihmisten ajatuksiin bloggaajan treenaamisesta ja elämästä. Se, mitä muut ajattelevat tai mitä bloggaaja kuvittelee muiden ajattelevan (Cc vastaantulevien lenkkeilijöiden katseet ”toi on hullu niin kun mäkin” ja Cb kateus rusketuksesta). D Urheilullinen vartalo ja urheilulliset ominaisuudet on kokoelma tekstin osista, joissa puhutaan vartalon urheilullisuudesta eli siitä kuinka urheilulliselta se näyttää sekä siitä mihin se pystyy fyysisesti (Dc kesäkondis odottaa meitä kaikkia ja Dk en ole taitava luistelija). E Tuntemukset treenaamisesta käsittää kaikenlaiset urheilemisen ja liikkumisen aikaansaamat fyysiset, psyykkiset ja sosiaaliset tuntemukset. F Liikkumisen ympäristöt käsittää kaikki kuvaukset ja maininnat ympäristöistä, joissa liikuntaa harrastetaan (F1 hikiliikuntaa ulkona ja Fi tein harjoituksia Elixialla). Kategoria G Kauneus sisältää kaiken kauneuteen ja ulkonäköön liittyvän, mikä ei liity liikuntaan (Gö meikkituotteet, jotka eivät huononna ihoa ja Gå kivempi katsoa itseään peiliin).

H Liikuntalajit ja -tapahtumat on kategoria, joka koostuu erilaisista liikuntalajeista ja -liikkeistä sekä liikuntatapahtumista ja -kilpailuista (H11 tankotanssi ja H32 2min toes to bar). I Liikunnan vaikutukset on konkreettisia vaikutuksia, joita liikunnan harrastaminen tai harrastamattomuus aiheuttaa (I39 loppuverryttely ehkäisee lihasten kipeytymistä ja I46 lihakset helinä treenin tuloksena). J Ruoka ja syöminen on B Liikuntakäyttäytymisen tavoin hyvin suuri luokka. Se sisältää kaikki yleiset ruokaan liittyvät lausahdukset, jotka eivät liity ruoan laittoon, dieetteihin tai herkutteluun (J2 lukijat kyselleet paljonko proteiinia on tarpeeksi ja J6 ruoan laadulla on väliä). K Dieetit ja ruokavalio on nimensä mukaisesti ryhmä, johon on luokiteltu kohdat, jotka käsittelevät erityisruokavalioita, dieettejä ja herkkujen syömistä (K1 proteiinilettutaikina käy dieettiläisille, koska ei sisällä turhia kaloreita ja Kw keskivartalo vaikein paikka saada kireäksi dieetillä). L Herkut ja herkuttelu -kategoria sisältää ruoanlaittovinkkejä ja reseptejä herkkujen valmistukseen, bloggaajien kertomuksia omista herkutteluistaan ja suosituksia hyvistä terveellisistäkin herkuista (L16 jouluna hyvästä ruoasta nauttiminen ja Lg kuinka eroon herkuista). M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen yleiset lausahdukset terveellisistä valinnoista arjessa ja -lomalla (Mb tupakoinnin lopettaminen ja Mä sohvaperunan elämä ei kauaa kiinnostanut). N Tuntemukset syömisestä kategoriassa bloggaajat kertovat, miltä ruoka maistuu ja millaisen tunteen hyvä ruoka saa aikaan mielessä ja kehossa (Nk ikävä E-A:n proteiinimysliä ja N1 rakastan raakasuklaata ja lakritsia).

O Treenivaatteet ja -välineet on kategoria, joka sisältää kaiken urheiluvaatteisiin ja -urheiluvälineisiin liittyvän; treenivaate- ja välinesuosituksia sekä kertomuksia omista käyttö-

kokemuksista (Ob ihania värikkäitä treenivaatteita ja O6 kahvakuula monipuolinen treeniväline). P Lisäravinteet on kategoria vitamiineille, superfoodeille ja palautumiseen tarkoitetuille valmisteille (På vitamiinit ja kivennäisaineet ekstratärkeitä ja Pä Cocovi opti-MSM rikkiyhdiste sekoitettuna veteen ja sitruunaan). Q Vinkit ja esimerkkiohjelmat on selkeä kategoria treeniohjelmille sekä esimerkkiliikkeiden suoritusvideoille ja kuville (Q20 8 minuutin esimerkkitreeni ja Q8 tuo liike nopeammin ylös ja jarruta alas). R Tavoitteet ja motivaatio sisältää tavoitteiden asettelua niin henkisellä kuin fyysiselläkin tasolla. Tässä kategoriassa bloggaajat puhuvat myös motivaatiosta ja toisinaan sen puutteestakin (R7 miten saavuttaa haluamansa bikinipeppu tai kapeampi lantio ja R1 pyrin haastamaan itseni).

Luokkien muodostamisen jälkeen kvantifioimme aineiston eli taulukoimme aineiston ja laskimme, kuinka monta kertaa kukin bloggaaja kirjoittaa mistäkin luokasta. Kvantifioinnin avulla aineisto kuvataan määrällisesti (Tuomi & Sarajärvi 2009, 120- 121). Laadullisen tutkimuksen tulosten esittäminen numeroita hyödyntäen kuvaa, millainen järjestelty tilanne on, eikä tekemään yleistyksiä muihin samankaltaisiin tapauksiin (Valli 2010). Aineistoa laskeamalla varmistetaan se, ettei tutkimuksen tulokset perustu vain tuntumaan (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Käsittelimme yhden bloggaajan yhden pääluokan kerrallaan. Esimerkiksi pääluokasta syöminen laskimme jokaisen alaluokan (esim. A Ruoanlaitto) maininnat tekstissä ja sitten syöminen-pääluokan kaikkien alaluokkien maininnat yhteen. Tämän lisäksi laskimme prosentit joka alaluokan maininnoille tekstissä, jotta saimme alaluokkien suhteet pääluokkaan. Laskimme myös bloggaajien kunkin pääluokan (syöminen, liikunta, ulkonäkö) maininnat tekstissä suhteessa kaikkiin mainintoihin yhteensä (syöminen + liikunta + ulkonäkö).

Viimeisimmässä tekstin analysointivaiheessa kävimme läpi alkuperäiset postaukset käyttäen tukena tekemiämme pelkistyksiä, jotka helpottivat löytämään tekstistä tutkimuskysymyksemme kannalta oleelliset kohdat. Lähdimme etsimään tekijöitä vastaamalla kysymyksiin: Miten tulisi syödä? Miten tulisi liikkua? Miltä tulisi näyttää? Pyrimme siis löytämään bloggaajien teksteistä erilaisia sävyjä ja asenteita liikuntaa, syömistä ja ulkonäköä kohtaan. Tarkastelimme bloggaajien postauksissaan käyttämiä sanavalintoja, äänensävyä sekä tekstistä ja kuvista välittyviä tunteita. Tässä vaiheessa postauksia tarkastellessamme luimme tekstiä ikään kuin nuoren tytön silmin, pyrimme pääsemään nuoren tytön ajatusmaailmaan ja pyrkiä ymmärtämään tapaa vastaanottaa vaikutteita blogeista. Kävimme blogit yksitellen läpi, niin, että jokaisen kohdalta etsimme ensin tekijöitä syömiseen liittyen, sitten liikuntaan ja lopuksi ulkonäköön liittyen.

Kuvien analysointi oli analyysimme viimeinen vaihe. Laskimme kuvien määrät blogeissa koko kahden kuukauden ajalla sekä keskimääräisen kuvien määrän yhdessä postauksessa. Tutkimuskysymyksen mukaan laskimme ruokaan liittyvät kuvat, liikuntaan liittyvät kuvat ja ulkonäköön liittyvät kuvat. Ruokaan liittyviin kuviin laskimme kuvat, joissa esiintyy ruokaa ja/tai juomia. Liikuntaan liittyviin kuviin laskimme kuvat, joissa tapahtuu liikuntaa (ei esimerkiksi treenivaatekuvat tai treenivaatteissa poseeraukset). Ulkonäköön liittyviä kuvia olivat sellaiset kuvat, joissa selkeästi korostui ulkonäkö (esimerkiksi poseerauskuvat, kasvokuvat ja liikuntakuvat, joissa vartalo korostuu liikunnan sijasta). Tarkastelimme jokaista kolmea luokkaa vielä tarkemmin. Ruokakuvista erottelimme kuvat terveellisistä ruoista ja herkuista, liikuntakuvista erottelimme kuvat, joissa liikunta oli pääosassa ja kuvat, joissa ulkonäkö oli pääosassa sekä ulkonäkökuvista liikunnalliset ulkonäkökuvat ja ei-liikunnalliset ulkonäkökuvat. Terveellisiksi ruoiksi laskimme sellaiset ruoat, jotka bloggaajan mielestä postauksen perusteella ovat terveellisiä ja herkuiksi sellaiset, jotka hän määrittelee herkuiksi. Liikuntakuvien jaottelu oli varsin selkeä. Kuvat, joissa vartalo korostuu liikunnan sijasta, ovat liikuntakuvia, joissa ulkonäkö on pääosassa. Ulkonäkökuvista liikunnallisiksi ulkonäkökuviksi laskimme kuvat, joissa tapahtuu liikuntaa, mutta ulkonäkö on pääosassa. Ei-liikunnallisiksi ulkonäkökuviksi laskimme ulkonäkökuvat, joissa liikuntaa ei esiinny millään lailla. Näiden lisäksi halusimme tarkastella myös sitä, kuinka paljon bloggaajat postaavat kuvia itsestään (selfiet) sekä jostain muualta kopioituja motivoiviksi tarkoitettuja kuvia (inspiraatiokuvat). Määrät laskettuamme laskimme prosentuaaliset osuudet blogien kokonaiskuvamäärästä. Näin tulokset ovat selkeästi havaittavissa ja vertailtavissa toisiinsa.

4.4 Tutkimuksen luotettavuus

Lähtökohtana laadulliselle tutkimukselle on tutkijan keskeinen asema tutkimuksen tutkimusvälineenä. Tutkija itse on pääasiallinen tutkimuksen luotettavuuden kriteeri. Kvalitatiivisia menetelmiä ja tutkimuksia on arvosteltu luotettavuuskriteereiden epämääräisyydestä. Epämääräisyyttä on luultavasti lisännyt se, että aineiston analyysivaihe ja luotettavuuden arviointi on vaikea erottaa toisistaan verrattuna kvantitatiiviseen tutkimukseen. Menetelmien vertailua hankaloittaa myös niiden käyttämä kieli: laadullisessa ja määrällisessä tutkimuksessa on erilaiset metodisäännöt. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijalla on mahdollisuus liikkua vapaammin aineiston analyysin, tulkintojen ja tutkimustekstin välillä. (Eskola & Suoranta 1996,

164). Pystyimme tässä tutkimuksessa palaamaan aineistoon takaisin halutessamme milloin tahansa.

Kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää useita tutkimus- ja mittaustapoja. Tutkimusmenetelmien luotettavuutta käsitellään yleensä reliabiliteetin ja validiteetin käsittein. Koska nämä käsitteet ovat syntyneet kvantitatiivisen tutkimuksen piirissä, ovat ne saaneet kritiikkiä osakseen. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 136). Reliaabelius eli tutkimuksen toistettavuus voidaan todeta esimerkiksi niin, että kaksi arvioijaa arvioi tutkimusta ja päätyy samaan tulokseen. Tässä tutkimuksessa reliaabeliutta lisää se, että arvioijia oli kaksi. Arvioimme toistemme toimintaa, tulkintoja ja ratkaisuja tutkimuksen jokaisessa vaiheessa ja keskustelimme niistä. Tai niin, että samoja tapauksia tutkitaan eri tutkimuskerroilla ja päädytään aina samaan tulokseen. Kvantitatiivisille menetelmille on kehitetty tilastollisia menettelytapoja, joilla luotettavuutta arvioidaan. Toinen tapa arvioida tutkimuksen luotettavuutta on tarkastella sen validiteettia eli sitä, mittaako käytettävä tutkimusmenetelmä juuri sitä, mitä on tarkoitus mitata. Tutkijan kuvitelma siitä, mitä hän tutkii, ei aina ole yhdenmukainen käytössä olevien mittareiden ja menetelmien kanssa. (Hirsjärvi ym. 2009, 231).

Laadullisen tutkimuksen arviointia helpottaa muun muassa seuraavat ohjeet. Tutkijan omien sitoumuksien huomioiminen tutkimuksen teossa eli tutkimuksen tärkeys juuri sinulle, oletuksesi tutkimusta aloittaessasi ja ajatustesi muuttuminen tutkimuksen aikana. (Tuomi & Sarajärvi 2013, 140). Koska sosiaalinen media ja tyttöjen ulkonäköpaineet tuntuvat olevan ajankohtainen aihe, koemme niihin perehtymisen oman tulevaisuuden työmme kannalta merkitykselliseksi. Laadullisessa tutkimuksessa tulee huomioida arvolähtökohdat, sillä arvot muokkaavat ymmärrystämme tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimusta tehdessä meidän tuli huomioida omaa arvomaailmaamme liikuntaa ja bloggaamista kohtaan. Voidaankin sanoa, että laadullisessa tutkimuksessa pyrkimys on enemmän löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi ym. 2009, 161.) Tutkijan tulee jatkuvasti pohtia tekemiään ratkaisuja ja ottamaan yhtä aikaa kantaa työnsä luotettavuuteen ja analyysin kattavuuteen. (Eskola & Suoranta 1996, 164). On tärkeää, että tutkija tiedostaa oman esiymmärryksensä ja näkee omat lähtökohtansa tutkimuksen tekemiselle. Osa esiymmärryksestä on tiedostamatonta, joten näin ollen tietoisuus on vain osittaista. Esiymmärryksen tiedostamisessa voi auttaa kirjallisuuteen tutustuminen ja toisen ihmisen kanssa keskustelu tutkimusaiheesta. Nämä asiat antavat vaihtoehtoisia tarkastelutapoja tutkimukselle. (Moilanen & Rähä 2010, 52). Olemme lisänneet esiymmärrystämme tutustumalla muihinkin saman aihealueen blogeihin ja

lukemalla niitä ennen tutkimuksen tekoa ja sen aikana. Kirjallisuuteen sosiaalisesta mediasta tutustuimme perusteellisesti jo kandidaatintutkielmien tekovaiheessa.

Luotettavuutta kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija voi lisätä tutkimuksen toteuttamisvaiheiden yksityiskohtaisella selostuksella. Sama tarkkuuden vaatimus pätee tulosten tulkinnassa. On kerrottava, mihin päätelmät tuloksista perustuvat ja millä perusteella tulkintoja esitetään. (Hirsjärvi ym. 2009, 232). Luotettavuuspohdintaa voidaan tehdä vahvistettavuutta pohtien. Vahvistettavuudella tarkoitetaan sitä, että tulee olla varma, ettei tutkimuksen tulokset perustu tutkijoiden käsityksiin tutkittavasta asiasta vaan aineistoon. Tutkimuksen uskottavuus on myös yksi näkökulma, josta luotettavuutta voi pohtia. Siihen liittyy esimerkiksi se, kuinka totuudenmukainen aineisto on, kuinka sitoutunut tutkija on tutkimuksen tekemiseen ja millainen hänen kulttuurinen herkkyytensä on tutkimuksen aihetta kohtaan. Luotettavuutta arvioi-
dessa on hyvä ottaa huomioon tutkimuksen siirrettävyys. Onko tutkimus sellainen, että siitä voisi olla hyötyä jollekin toiselle? Myös seuraamuksellisuutta on hyvä tarkastella, eli tunnistaa tutkimusasetelmaan liittyviä muutoksia prosessin aikana ja tutkijoiden ajatusten inhimillistä vaihtelua. (Denzin & Lincoln 2000; Lincoln & Cuba 1985). Tämän kaltaisesta sisällönanalyysitutkimuksesta on hyötyä kaikille niille, jotka toimivat nuorten kanssa ja joiden olisi työn kannalta hyvä ymmärtää nuorten ajatusmaailmaa.

4.5 Tutkimuksen eettisyys

Internetin tutkiminen on haastavaa, sillä todellisuuden ja paikan käsitteet ovat erilaisessa merkityksessä virtuaalisessa ympäristössä. Lisäksi yksityisen ja julkisen välisestä rajasta tulee häilyvä. Internetissä täsmällisten normien antaminen ei ole mahdollista, sillä internet ei muodosta käyttötarkoituksiltaan ja sisällöltään selkeää kokonaisuutta. Blogien, kotisivujen ja verkkopäiväkirjojen tutkimusaineistona käyttäminen ei edellytä sivuston haltijan lupaa. Sivustoihin tulee viitata normaaleilla viitetiedoilla, mutta viitetietojen merkitsemiseen vaikuttaa tapa, jolla blogeja ja verkkolokeja analysoidaan. Tutkimustulokset eivät aina ole mieluisia tutkimuskohteelle, minkä vuoksi onkin tapauskohtaisesti ratkaistava, milloin verkossa esiintyvien ihmisten henkilötietoja tuodaan tutkimuksissa julki. Henkilötietolain peruseriaatteen mukaan tutkimuksessa julkaistaan kaikki henkilön tunnistetiedot vain tapauksessa, jossa tutkimuksen toteuttaminen ei ole muuten mahdollista. (Kuula 2006.)

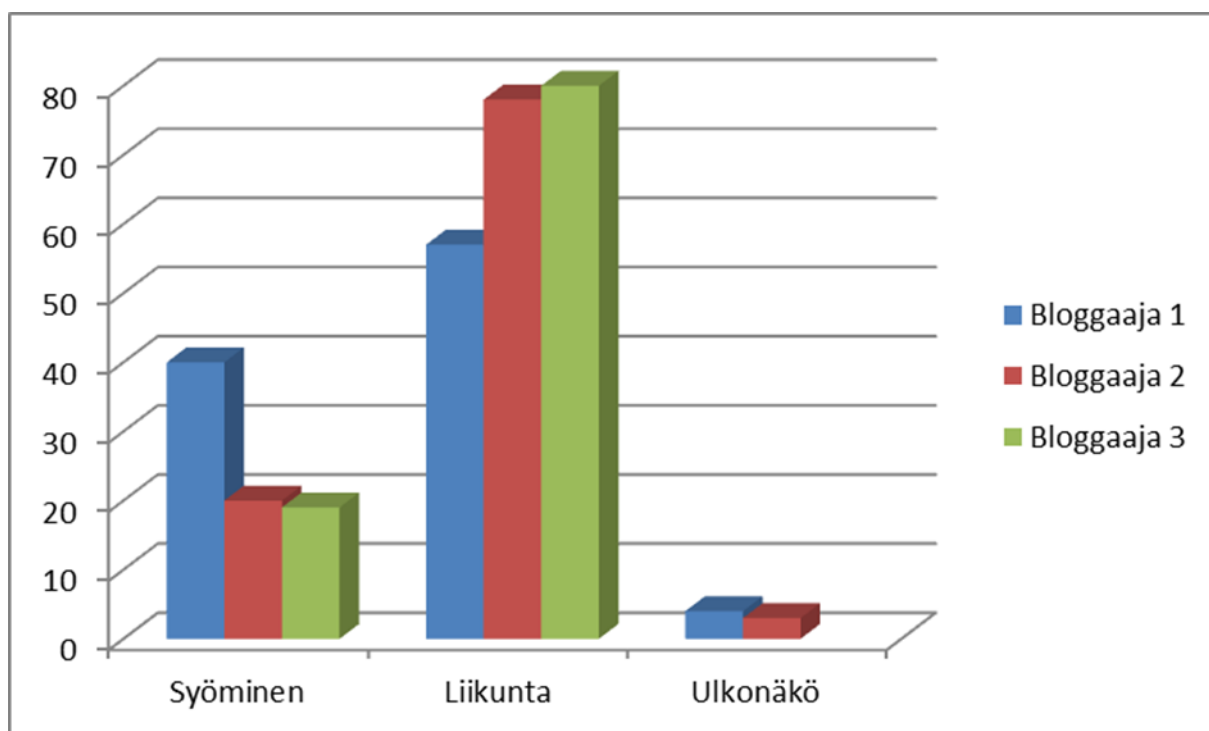
Päädyimme tutkimuksessamme anonymisointiin eli poistamaan bloggaajien tunnistettavuus tutkimuksessa. Tunnistettavissa henkilö on silloin, kun hänet voidaan vaivattomasti tunnistaa kenen tahansa lukijan toimesta. (Kuula 2006.) Käytämme bloggaajista nimiä bloggaaja 1 (B1), bloggaaja 2 (B2) ja bloggaaja 3 (B3). Anonymisointiin päädyimme sen vuoksi, että mahdollisten negatiivisten tulosten myötä ketään bloggaajaa ei tunnistettaisi. Tarkoituksemme ei ole osoittaa sormella ketään tiettyä bloggaajaa vaan tutkia ilmiötä yleisellä tasolla näiden kolmen blogin pohjalta. Tutkijan ei tarvitse hyväksyä tutkittavan arvomaailmaa, mutta kriittisessäkin tutkimuksessa hänen tulee ymmärtää ja selittää tutkimuskohdetta (Kuula 2006). Tarkoitus ei ole halventaa tai mustamaalata tutkimuskohdetta.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tuloksissamme tarkastelemme hyvinvointiblogikulttuuria perustuen kolmen hyvinvointibloggaajan kirjoittamiin blogiteksteihin ja -kuviin. Pyrimme kertomaan vastauksen siihen, millaisin merkityksin bloggaajat puhuvat syömisestä, liikunnasta ja ulkonäöstä ja vaikuttavat mahdollisesti nuoriin tyttöihin. Tuloksista selviää myös kuvien määrän ja suhteellisen määrän perusteella kuvien merkitys aineistomme blogeissa ja hyvinvointibloggaamisessa ylipäätään.

Postauksia kahden kuukauden ajalla (tammikuu-helmikuu 2014) oli bloggaajalla 1 yhteensä 23, bloggaajalla 2 yhteensä 37 ja bloggaajalla 3 yhteensä 12. Kirjoitusaiheena suosituin oli kaikilla aineistomme bloggaajilla liikunta (B1: 439 mainintaa eli 57 %, B2: 284 mainintaa eli 78 % ja B3: 118 mainintaa eli 80 %). Bloggaajat 2 ja 3 keskittyivät selkeästi enemmän liikuntaan kuin bloggaaja 1. Ulkonäkö oli kirjoitusaiheista vähiten suosittu. Bloggaajat kirjoittivat tästä aihealueesta hieman alle 5% (B1: 33 mainintaa eli 4 %, B2: 10 mainintaa eli 3 % ja B3: 3 mainintaa eli 2 %). Syömisestä selkeästi ahkerimmin kirjoitti bloggaaja 1 (304 mainintaa eli 40 %), kun kaksi muuta kirjoittivat samasta aiheesta huomattavasti vähemmän (B2: 72 mainintaa eli 20 % ja B3: 28 mainintaa eli 19 %). Bloggaaja 1 kirjoitti ylipäätään kaikista kolmesta aihealueesta eniten ja monipuolisimmin. Liikunta ja syöminen olivat suosituimmat aiheet postauksissa ulkonäön jäädessä vähemmälle huomiolle. Tämä oli mielestämme odotettavissa, kun kyseessä on hyvinvointiblogit, jotka mainostavat itseään liikunnallisen ja terveellisen elämäntavan lähettiläinä. Kuitenkin näin matalat prosentit ulkonäköaihealueelle pakottivat meidät tutkijoina miettimään, oliko ulkonäkökategoria sittenkään tarpeellinen. Toisaalta, näin saimme selville sen, että hyvinvointibloggaajat todella keskittyvät siihen, mitä mainostavat, eivät ulkonäköön.

KUVIO 1. Kirjoitusaiheiden jakautuminen pääkategorioihin (%)



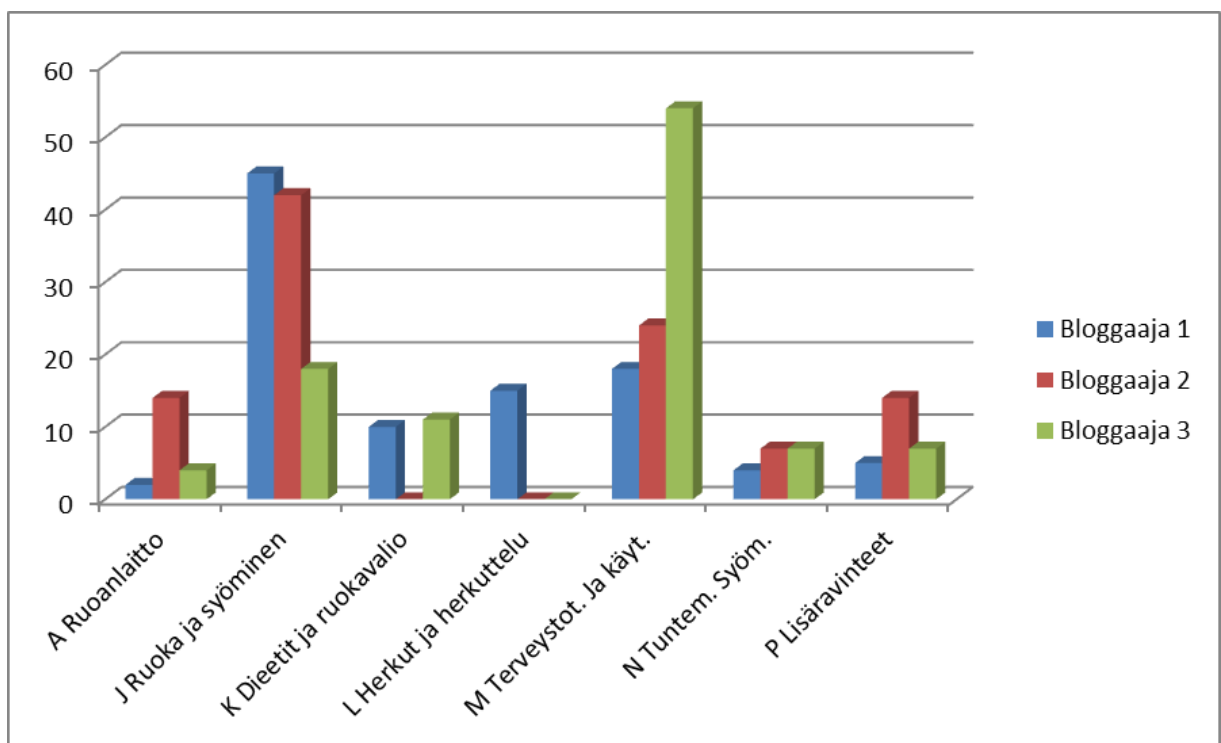
Kuvia kahden kuukauden ajalla oli bloggaajalla 1 yhteensä 156, bloggaajalla 2 yhteensä 126 ja bloggaajalla 3 yhteensä 52. Bloggaajan 1 postauksissa kuvia esiintyy keskimäärin yhdessä postauksessa 6,8 kappaletta, bloggaajan 2 postauksissa 3,4 kappaletta ja bloggaajan 3 postauksissa 4,3 kappaletta. Tästä havaittavissa on se, että eniten postanneella bloggaajalla ei ollutkaan eniten kuvia, niin kuin olisi voinut olettaa. Sen sijaan eniten kuvia oli toiseksi useimmin postaavalla bloggaajalla. Kolmannella bloggaajalla, jolla postausten määrä oli selkeästi muita vähäisempi, oli kuvia kuitenkin keskimäärin enemmän kuin eniten postanneella bloggaajalla.

5.1 Syöminen

Syömiseen liittyviä kategorioita muodostui yhteensä 7: A Ruoanlaitto, J Ruoka ja syöminen, K Dieetit ja ruokavalio, L Herkut ja herkuttelu, M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen, N Tuntemukset syömisestä ja P Lisäravinteet. Bloggaajat 1 ja 2 kirjoittivat eniten kategoriasta J Ruoka ja syöminen (B1: 138 mainintaa eli 45 %, B2 30 mainintaa eli 42 %), kun taas bloggaajan 3 suosikkikategoria oli terveystottumukset ja -käyttäytyminen (15 mainintaa eli 54 %). Bloggaaja 1 kirjoittaa vähiten A Ruoanlaitto -kategoriasta. Bloggaaja 2 ei kirjoita lainkaan

kategorioista K Dieetit ja ruokavalio eikä L Herkut ja herkuttelu. Bloggaaja 3 ei kirjoita lainkaan kategoriasta L Herkut ja herkuttelu. Siinä missä bloggaajat 2 ja 3 eivät kirjoittaneet lainkaan L Herkut ja herkuttelu -kategoriasta, kirjoitti bloggaaja 1 samasta kategoriasta 44 kertaa (15 %). Samoin huomattavan eron bloggaajien välille muodostaa kategoria K Dieetit ja ruokavalio, josta bloggaaja 2 ei kirjoita lainkaan, mutta bloggaaja 1 kirjoittaa 31 kertaa (10 %) ja bloggaaja 3 kirjoittaa 3 kertaa (11 %).

KUVIO 2. Kirjoitusten jakautuminen kategoriassa syöminen (%)



Bloggaaja 1 kuvaa syömistottumuksiaan ja -ihanteitaan todella terveellisiksi ja postauksista saa kuvan, että hän on hyvin ehdoton syömisissään. Hän kirjoittaa paljon puhtaasti syömisestä ja välttelee herkuja kurinalaisesti. Esimerkkeinä seuraavanlaiset kohdat postauksissa:

”Lopeta aineenvaihduntasi tukkiminen noilla epäluonnollisilla väriainekönteillä (nallekarkit) ja valitse viisaammin!”

”Itse en pidä mitään herkkupäiviä, vaan saatan syödä jotakin kun siltä tuntuu. Yleensä 1-2 krt kuukaudessa. Se tarkoittaa sitä, että saatan syödä yhden jätskiannoksen tai juustokakkupalan. Ei siis kahta levyä tummaa suklaata ja paketillista jäätelöä.”

”Halusin hieman herkutella, sillä kohta alkaa kauan silmissäni kiilunut dieetti. En tiedä vielä odotanko sitä vai en. Päätin kuitenkin, että olen ansainnut myslini.”

”Myslin voi jättää hyvin terveelliseksi, mutta herkutteluun sinne voi lisätä vaikka kookoshiutaleita, kuivattuja mangoja tai raakasuklaa/suklaahiutaleita”

”Meillä meni nyt ihan herkutteluksi, sillä olin saanut muutaman Alpron kotiinviemisen maisteluun.. Yllätyksekseni Alpron kasvipohjainen vaihtoehto jugurtille oli aivan liian hyvää! Sopii hyvin meikäläisen herkkupäivään”

- Bloggaaja 1

Ensimmäisestä lainauksesta tulee kuva, että esimerkiksi karkkia ei saisi syödä lainkaan. Toisaalta karkkien nimittäminen epäluonnollisiksi väriainekönteiksi on kärjistettyä, mutta toisaalta ohje ”Valitse viisaammin!” on hyvä neuvo nuorille lukijoille. Kolmesta viimeisestä lainauksesta saa kuvan, että herkuttelua voi harrastaa vain 1-2 kertaa kuukaudessa ja silloinkin vain myslillä ja kookoshiutaleilla tai Alpron soijajugurtilla.

”Itselläni rasvaprosentit laskevat, vaikka olen massalla ja syön kuin hevonen! Paino saattaa pysyä pitkäänkin samana”

”Optimoi jokaisen aterian ruokamäärät ja punnitse ne keittiövaanalla muutaman viikon ajan”

”Uudet ruoka-aineet tulee kuitenkin aina punnita, jotta ne tulevat tutuiksi”

- Bloggaaja 1

Ensimmäisessä lainauksessa massakaudella tarkoitetaan postausten perusteella ajanjaksoa, jolloin pyritään treenaamalla kasvattamaan lihaksia ja samalla syömään hieman yli kulutuksen, jotta lihasten kasvu maksimoituisi. Tässä lainauksessa massakauden tarkoitus kuitenkin katoaa. Käsityksemme mukaan massakaudella pitäisi kertyä sekä rasvaa että lihasta, eikä näin ollen rasvaprosentin lasku olisi mahdollista. Tämä voi antaa vääristyneen kuvan nuorille lukijoille siitä, että vaikka syö kuin hevonen niin laihtuu. Tai vähintäänkin lisätä kateutta ja huonommuuden tunnetta kun ei itse pystykään samaan kuin bloggaaja. Kaksi viimeistä kommenttia keittiövaanallaan käytöstä kannustavat kaiken ruoan punnitsemiseen. Puntarin käyttö ja grammojen laskeminen onnistuu ehkä kotiooloissa, mutta koululaisen ja opiskelijan elämästä se voi tehdä hyvinkin hankalaa. Ruoan punnitseminen ja kaiken syömisen tarkkailu voi vääristää terveellistä ja normaalia syömiskäyttäytymistä.

Bloggaaja 2 käsittelee syömistä selkeästi vähemmän. Hän ei anna äärimmäisiä dieettivinkkejä eikä ohjeita ruokailuun, vaan puhuu terveellisestä ruokavaliosta ja urheilijan ruokavaliosta, jossa rajat eivät ole niin ehdottomat vaan tärkeintä on syödä riittävästi ja mahdollisimman puhtaasti.

”Suhtaudun skeptisesti moneen ravintolisään”

”Palautusjuomani ei sisällä makeutusaineita eikä muuta ekstraa”

”Syökää oikeaa ruokaa!”

”Hedelmiä ja kasviksia kotiin! Hyvä tapa pitää välipalat terveellisenä”

”Harvoin esim. vain yksi omena riittää välipalaksi - varsinkin jos eletään aktiivista elämää!”

- Bloggaaja 2

Kolme ensimmäistä muistuttavat puhtaan ruoan tärkeydestä ja siitä, että ”tavallisesta” ruoasta voi saada kaikki ihmisen tarvitsemat ravintoaineet. Bloggaaja antaa myös hyviä ja selkeitä esimerkkejä hedelmien ja kasvien päivittäisestä käytöstä ja muistuttaa liikuntaa harrastavia lukijoita siitä, että jaksakseen liikkua ihmisen tulee syödä riittävästi.

Bloggaaja 3 korostaa kahden muun bloggaajan tavoin terveellistä ja puhdasta ruokavaliota. Hän korostaa oikeanlaisen ruokavaliion tuomaa hyvää, pirteää ja raikasta oloa. Bloggaaja puhuu jonkin verran muita bloggaajia enemmän kiristymisestä ja dieettaamisesta.

”Terveellinen ja puhdas ruokavalio pitää myös olon pirteenä ja raikkaana.”

”Sain koottua ja syötyä terveellisesti ja tottakai muutamana päivänä söin herkkuja (lomalla)!”

”Jos olen tehnyt aamutreenin otan mukaan hiilaria, kuten riisikakkuja, pilttiä tai banaanin ja tietty vitamiinit”

”Keskivartalo vaikein paikka saada kireäksi dieetillä”

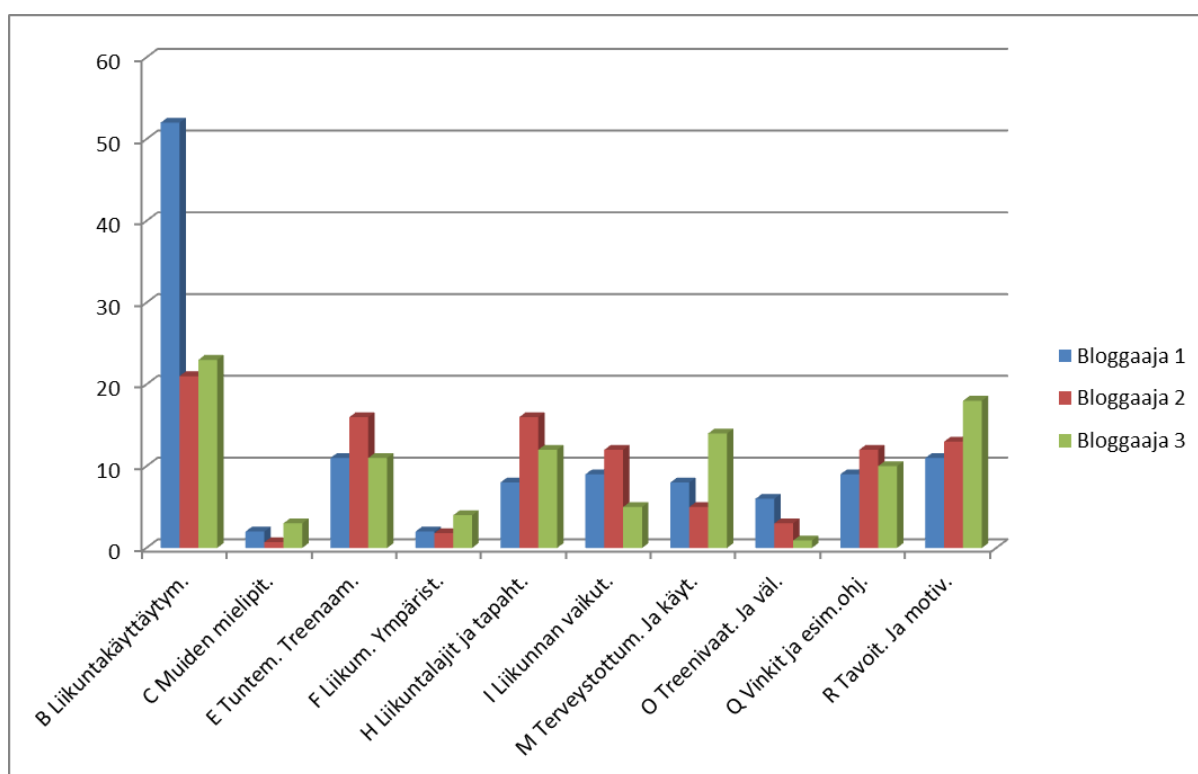
- Bloggaaja 3

Vaikka bloggaaja 3 korostaa kireyttä ja terveellisyttä, antaa toisen kommentin maininta herkkujen syömisestä inhimillisen muistutuksen siitä, että vaikka lomalla pyrkisikin pitämään kiinni terveellisestä ruokavaliosta, voi silti syödä herkkuja. Kolmas lainaus antaa sellaisen kuvan, että aamupalalla voi olla hiilihydraatteja vain jos on treenannut ennen aamupalaa.

5.2 Liikunta

Liikuntaan liittyviä kategorioita muodostui yhteensä 10: B Liikuntakäyttäytyminen, C Muiden mielipiteet, E Tuntemukset treenaamisesta, F Liikkumisen ympäristöt, H Liikuntalajit ja -tapahtumat, I Liikunnan vaikutukset, M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen, O Treenivaatteet ja -välineet, Q Vinkit ja esimerkkiohjelmat, R Tavoitteet ja motivaatio. Kaikki kolme bloggaajaa kirjoittavat eniten liikunnasta (B1: 439 mainintaa eli 57 %, B2: 284 mainintaa eli 78 % ja B3: 118 mainintaa eli 80 %). Bloggaajat 2 ja 3 keskittyvät vielä selkeästi enemmän liikunta-aiheeseen kuin bloggaaja 1. Kaikki bloggaajat kirjoittavat eniten B Liikuntakäyttäytyminen -kategoriasta (B1: 157 mainintaa eli 52 %, B2: 60 mainintaa eli 21 % ja B3: 27 mainintaa eli 23 %). Kuitenkin liikuntakategorioista monipuolisimmin kirjoittavat bloggaajat 2 ja 3, sillä heidän prosenttiosuutensa jakautuvat tasaisemmin. Bloggaajien 1 ja 2 vähiten käsittelemä kategoria on C Muiden mielipiteet (B1: 9 mainintaa eli 2 % ja B2: 2 mainintaa eli 0,7 %). Sen sijaan bloggaajan 3 vähiten käsittelemä kategoria on O treenivaatteet ja -välineet. (1 maininta eli 0,9 %) Liikuntakategorian kaikki alakategoriat ovat bloggaajilla käytössä, mikään ei jää keltään täysin mainitsematta.

KUVIO 3. Kirjoitusten jakautuminen kategoriassa liikunta (%)



Bloggaaja 1 kertoo treenaavansa todella paljon - myös lomalla. Hän on hyvin innostunut liikunnasta ja puhuu liikunnasta blogissaan aina positiiviseen sävyyn. Bloggaaja 1 kirjoittaa liikunnasta, kuten kaikesta muustakin, värikkäästi ja saattaa joskus käyttää provosoiviakin sanavalintoja.

”Lomamme on ollut todella aktiivinen, sillä olemme treenanneet joka päivä jotakin. Täällä mikään ei oikeastaan tunnu edes treeniltä!”

”Odotan jo niin innolla aerobisia! Kohta niitä saa taas tykittää”

”..peruskestävyyspainotteinen ja sykkeet 120-140”

”Kesä on paljon kivempi viettää tyytyväisin mielin, eikä tarvitse hikoilla turhaan extra kaloreidenkaan vuoksi.”

Pitkä lista treenikassin sisällöstä (esim. treenihanskat, lippis, sykemittari yms.) *”Kaikki tämä on tarpeellista!”*

- Bloggaaja 1

Bloggaaja 1 oli kahden kuukauden aineistonkeruujaksollamme pitkään ulkomailla, minkä vuoksi hän puhui paljon lomalla treenaamisesta. Ensimmäinen lainaus on hyvä esimerkki siitä, millaiseen sävyyn hän puhuu lomalla liikkumisesta. Lomallakin liikkumaan on helppo lähteä ja ylipäättään liikkuminen kuuluu automaattisesti myös lomaan. Toisesta lainauksesta selviää, että ohjelman mukaan aerobisia eli rasvaa polttavia kestävyysharjoituksia riittävän matalalla sykkeellä saa tehdä vain tiettyyn aikaan. Hän siis noudattaa tiukasti treeniohjelmaa. Kommentista tulee olo, että kun ohjelmassa on aerobiset harjoitukset kielletty, ei niitä saa tehdä vaikka niistä nauttisi ja ne toisivat henkisesti hyvän olon. Peruskestävyyslenkistä puhuttaessa sykkeet ovat hyvin matalat - antaa kuvan, että näillä sykkeillä pitäisi pystyä juoksemaan. Meidän ymmärryksemme mukaan suurella osalla ihmisistä tällä sykealueella juokseminen on kuitenkin mahdotonta.

Vaikka bloggaaja 1 korostaa paljon liikunnan tuomaa hyvää oloa ja terveyshyötyjä, antaa hän välillä ristiriitaisia kommentteja liikkumisen syistä ja tavoitteista. Neljännen lainauksen mukaan liikkumista tehdään lähinnä kaloreiden polttamisen vuoksi. Kesällä hyvä olo voi olla vain kun vartalo on talvella treenattu kesäkuuntoon. Treenivarusteiden ja -vaatteiden listaus ja niiden välttämättömiksi toteaminen antaa sellaisen kuvan, että salille ei voi mennä ilman kaikkea tätä tavaramäärää.

Bloggaaja 2:n kirjoitustyyli niin liikunnasta, syömisestä kuin ulkonäöstäkin on hyvin neutraali verrattuna esimerkiksi bloggaajaan 1. Hän kirjoittaa ammattimaisesti, pitää yksityiselämänsä pois blogista ja postausaiheet ovat selkeästi rajattu liikuntaan ja hyvinvointiin. Huolimatta siitä, että hänkin nauttii liikunnasta, tuo hän myös esiin rehellisesti liikkumisen varjopuolia. Bloggaaja 2 ei unohda myöskään päätreenin ympärillä tapahtuvia huolto- ja palautumistimenpiteitä. Myös näistä asioista hän kirjoittaa monipuolisesti ja ammattimaisesti.

”..niin kärsin hetken itse asiassa hieman treenimotivaatio-ongelmista. Riemuitsin kisoihin pääsyä, muttei tehnyt mieli treenata hetkeen. Pidinkin pidemmän treeniloman (n. 2 viikkoa)..”

”Nyt tuntuu hyvältä, muttei tämä aina helppoa ole.”

”Maanantain treenillä saa viikon reippaasti käyntiin” ”Perjantain treenin jälkeen voi rentoutua hyvillä mielin”

”Less is more” -tyyli pätee treenissäkin!”

”Treenikesä 2014 – paljon hikiliikuntaa ulkona, raikkaita hedelmiä ja itsetekoisia makeuksia”

- Bloggaaja 2

Kaksi ensimmäistä kommenttia kuvaavat bloggaajan rehellistä suhtautumista liikuntaan ja taitavaa oman kropan kuuntelua. Lainauksista käy ilmi myös bloggaajan uskallus puhua myös liikunnan varjopuolista. Kolmas lainaus kuvaa liikunnan tärkeyttä arjen rytmittäjänä ja hyvän olon tuojana. Toisaalta lainauksesta voi saada sellaisen kuvan, että maanantai on pakko aloittaa treenillä ja viikko tulee lopettaa treeniin, jotta hyvä mieli säilyy. Neljäs kommentti muistuttaa, että treenata voi vähemmälläkin välineillä ja siitä voi tehdä hyvin yksinkertaista, mutta samalla toimivaa. Viimeisen lainauksen mukaan kesän tulee olla ennen kaikkea aktiivinen ja terveellinen.

Bloggaaja 3 korostaa usein omaa pirteyttään ja jaksamistaan kiireisen elämäntyylin keskellä. Hän tutkiskelee itseään ja elämää hyvin vahvasti urheilun ja liikunnallisen elämäntyylin kautta. Hän kertoo omistavansa urheilijan identiteetin. Bloggaaja treenaa kasvattaakseen lihaksia ja näyttääkseen hyvältä. Treenin tulee tuntua pahalta ja lihasten täytyy tulla kipeiksi treenistä - silloin hän kokee pääsevänsä tavoitteeseen.

”Heräsin joka aamu 6 aikoihin ja aloitin aamut aerobisilla.”

”Ihan hyvä näin, niin lihakset saivat vähän lepoa” ”tärkeintä kuitenkin, että ajatukset töistä, treeneistä ja koulusta sain hetkeksi siirrettyä muualle ja keskityin vain rentoutumaan” ”ja yleensä kahdeksalta altaalla ja vielä viiden- seitsemän välillä kävin tekemässä salitreenin.”

”Ja tottakai paremmassa mintissä kuin koskaan ennen! Se on itselläni aina tavoite.”

”Motivaatiota ja intoa riittää myös muillekin jakaa!”

”Aamutreeni antaa kovaa buustia päivään ja ainakin omalta osalta se jos joku pitää pirteenä.”

”Lihakset on ollu ihan pikkusen hellänä aina seuraavat kaksi päivää, parempaa ei voisi toivoakaan.”

”Treenaankin n.10 kertaa viikossa. Yöt on lepäämistä varten”

”En tiedä mitään muuta näin tunnetta herättävää asiaa, kuin urheilu”

”Töitä joka ikinen päivä lisäksi treenit ja muut menot joka suuntaa, mutta tällaista elämäni on aina ollut enkä mitään muuttaisi.”

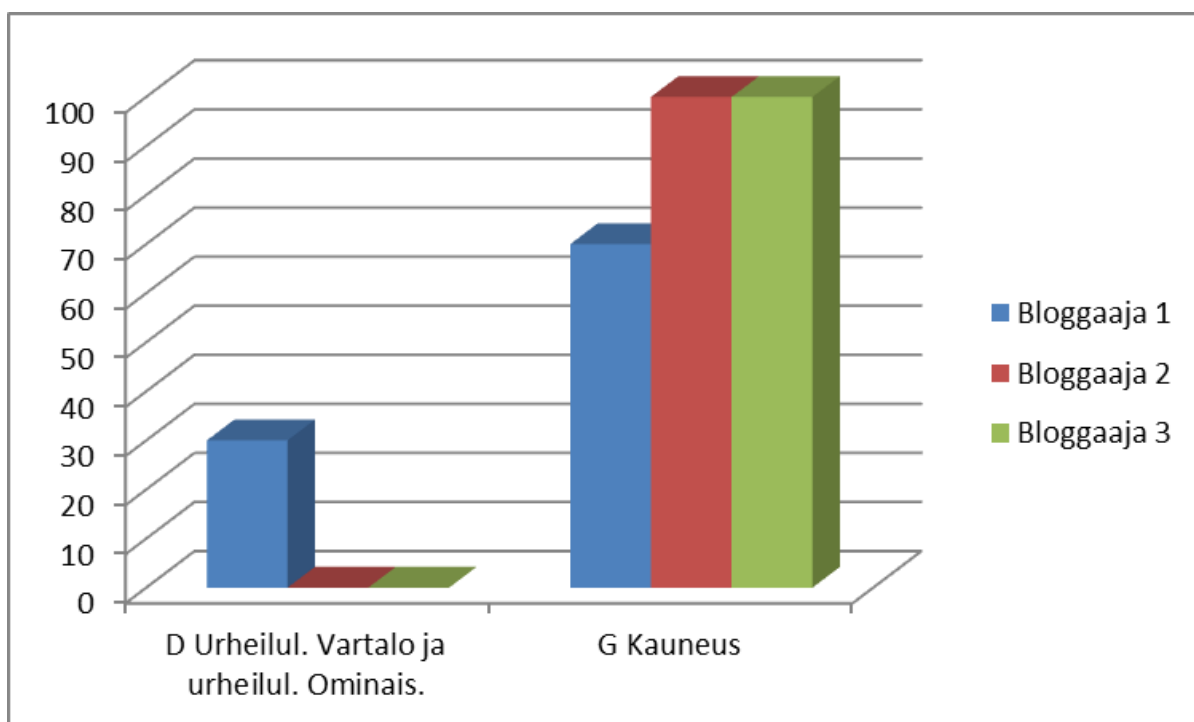
- Bloggaaja 3

Kahden ensimmäisen lainauksen kommentit koskevat lomalla treenaamista Hän treenaa lomallakin aktiivisesti; tekee aamulla aerobisen harjoituksen ja käy illalla salilla. Toisaalta hän kirjoittaa ristiriitaisesti, että lihakset saavat lepoa lomalla. Ulkonäölliset tavoitteet treenaamisessa tulevat esille kolmannessa lainauksessa, jossa hän avoimesti kertoo, että hänen tavoitteensa on olla aina paremmassa kunnossa kuin ennen. Kiireellistä ja urheilullista elämää elävä bloggaaja ei tuo blogissaan lainkaan esiin kiireestä aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia. Sen sijaan hän korostaa omaa jaksamistaan ja paikasta toiseen säntäilyä. Vain yöt ovat hänelle lepoaikaa. Urheilu on bloggaajalle iso asia elämässä ja hän kokeekin urheilun tuoneen elämään suurimmat tunteet, kokemukset ja sisällön.

5.3 Ulkonäkö

Ulkonäköön liittyviä kategorioita muodostui yhteensä 2: D Urheilullinen vartalo ja urheilulliset ominaisuudet sekä G Kauneus. Kaikki bloggaajat kirjoittavat vähiten ulkonäkökategorista (B1: 33 mainintaa eli 4 %, B2: 10 mainintaa eli 3 % ja B3: 3 mainintaa eli 2 %). Kaikki kirjoittavat enemmän kategoriasta G Kauneus (B1: 23 mainintaa eli 70 %, B2: 10 mainintaa eli 100 % ja B3: 3 mainintaa eli 100 %) kuin D Urheilullinen vartalo ja ominaisuudet (B1: 10 mainintaa eli 30 %, B2: 0 mainintaa 0% ja B3: 0 mainintaa eli 0 %). Bloggaajat 2 ja 3 eivät siis kirjoita lainkaan urheilullisesta vartalosta ja ominaisuuksista.

KUVIO 4. Kirjoitusten jakautuminen kategoriassa ulkonäkö (%)



Bloggaaja 1:n ulkonäköihanne blogin perusteella on ruskettunut, timmi ja urheilullisen näköinen. Hän puhuu paljon talven ja kesän treeni- ja syömistottumusten aiheuttamista vartalon ulkonäön vaihteluista. Hänelle normaalia on se, että talvella on massakausi, jolloin voi olla tuhdimmassa kunnossa ja kesällä kireämmässä kunnossa dieetin avulla.

”..aurinko tarttuu kuitenkin huomaamatta, joka on enemmän kuin tervetullutta” ”Suomi on siunannut minua kalpealla iholla - haaveilen sen vielä tottuvan tähän”

”Kesäkondis odottaa meitä kaikkia jo aletaanko kuorimaan tätä talviturkkia yhdessä?”

”Haalinkin lomalle rentoja, löysähköjä vaatteita, joissa tuntisin oloni mukavaksi. Kropan malli tuppaa muuttumaan hyvinkin paljon kesän ja talven välillä – hyvä niin.”

”Tavoitteiden tulisi olla myös yksinkertaistettuja – Haluan ensi kesänä tiukan pepun”

”Karkki ja pizza mätöt menevät ainoastaan sinne takamukseen – siksi se siis roikkuu ja tuntuu paisuvan kuin pullataikina.”

”En tuolloin vielä omistanut lihomisgeenejä, eikä Mäkkärin burgerit jämähtäneet paikoilleen ikuisiksi ajoiksi.”

”.. Kundit kuvittelevat itsenä patsastelemaan rannalle punaisissa Speedoissa, mimmit näkevät jo ne uudet Victoria’s Secretin biksut päällensä. Mahtuu vihdoin – ilman jenkkinsien pursuamista ja vatsalöllyjen peittelyä.”

”Talven aikana hakatut lihakset”

- Bloggaaja 1

Ensimmäisellä kommentilla bloggaaja 1 tuo esille sen, että hän ihailee ruskettunutta ihoa ja haaveilee sen saavuttamisesta. Hänen mukaansa kesällä tulee olla tiukassa kunnossa ja ”talvi-turkki” täytyy ehtiä kuoria pois ennen kesää. Koska talvella on sallittua olla tuhdimmassa kunnossa kuin kesällä, pukeudutaan talvella tämän vuoksi mukaviin ja löysiin vaatteisiin. Ulkonäön korostamisen tavoitteessa tulee esille myös neljännessä lainauksessa, jossa hän antaa esimerkkিতavoitteeksi tiukan takapuolen. Bloggaajan kärjistävä kirjoitustyyli näkyy karkki ja pitsa -lainauksessa, jossa herkut menevät suoraan takamukseen. Sama kärjistys jatkuu seuraavassa kommentissa, josta saa kuvan, että ”lihomisgeenit” on mahdollista saada pois. Ulkonäkökeskeinen lausahdus seitsemännessä lainauksessa luo kuvaa siitä, että kaikkien tulisi haluta olla esillä.

Bloggaaja 2 ei juurikaan ulkonäöstä kahden kuukauden aineistonkeruujakson aikana kirjoita. Hänen bloginsa on selkeästi suuntautunut hyvinvointiin ja liikuntaan, eikä ulkonäkö saa juuri tilaa.

”ja iho tarvitsee kosteutusta (ei vain ulkopuolista), jotta voisi hyvin ja näyttäisi nuorelta.”

”Olen käyttänyt yhtä "meikkivoidetta" (värillinen päivävoide epäpuhtaalle iholle) yli vuoden, jota voin suositella paljon treenaaville.”

”Saan jatkuvasti kuulla ihmisiltä, että näytän hyvältä, ja on myös kivempi katsoa itseään peiliin. Valehtelisin, jos sanoisin, ettenkö nauttisi kun saan kuulla ja huomata näitä asioita.”

- Bloggaaja 2

Ensimmäisen kommentti vahvistaa yleistä käsitystä siitä, että ihon tulee näyttää nuorelta. Toinen lainaus voi johtaa sellaiseen käsitykseen, että meikkivoidetta tulee käyttää treenatessakin. Viimeisessä lainauksessa hän myöntää, että ihmisten kehu ulkonäöstä nostavat itsetuntoa ja kun on hyvässä kunnossa, on myös tyytyväisempi omaan peilikuvaansa.

Bloggaaja 3 käsittelee kahden kuukauden aikana ulkonäköä pääasiassa hänen käyttämänsä kohdistetun rasvanpolttomenetelmä Hypoxin kautta. Kiristyminen, rasvanpoltto ja ympärysmittojen pieneneminen ovat hänelle tärkeitä asioita.

”Voin kertoa, että aika erilaista oli... jopa hiukan huvittavaa.” (Hypoxi)

”Innolla odotan kiristymistä!” ”Kuitenkaan hoito ei riitä pelkästään kiinteytymiseen, vaan tottakai perustreenit mukana ja terveellinen ruokavalio”

”Hypoxi menee samalla myös aerobisten korvaavana harjoitteena, ettei tule liikaa.”

”Voin vähän jo paljastaa, että kyllä toimi ja sentit hävis!” (Hypoxi)

”Tyhjän kohdan verran lähti yhteensä vatsa ympäryysmitasta! eli ihan huikееееetaa...”

”VOITTAJAFIIILIS!” (Hypoxi)

Ensimmäisessä kommentissa bloggaaja 3 myöntää itsekkin Hypoxin huvittavuuden, mutta käyttää menetelmää silti. Toisessa kommentissa hän myös myöntää, ettei pelkkä menetelmä riitä kiristymiseen, vaan mukana täytyy olla terveellinen ruokavalio ja normaalit treenit. Ulkonäköpainotteisuus näkyy kolmannessa lainauksessa, jossa pitää Hypoxi-hoitoa aerobisten harjoitteiden korvaajana eli motiivi aerobisten harjoitteiden tekoon on pääasiassa rasvanpoltto, eikä esimerkiksi liikunnan tuoma hyvä olo. Viimeinen kommentti kiteyttää hyvin koko Hypoxi-hoidon - voittajafiilis, vaikka periaatteessa hän on vain maannut Hypoxi-laitteessa.

5.4 Kuvat

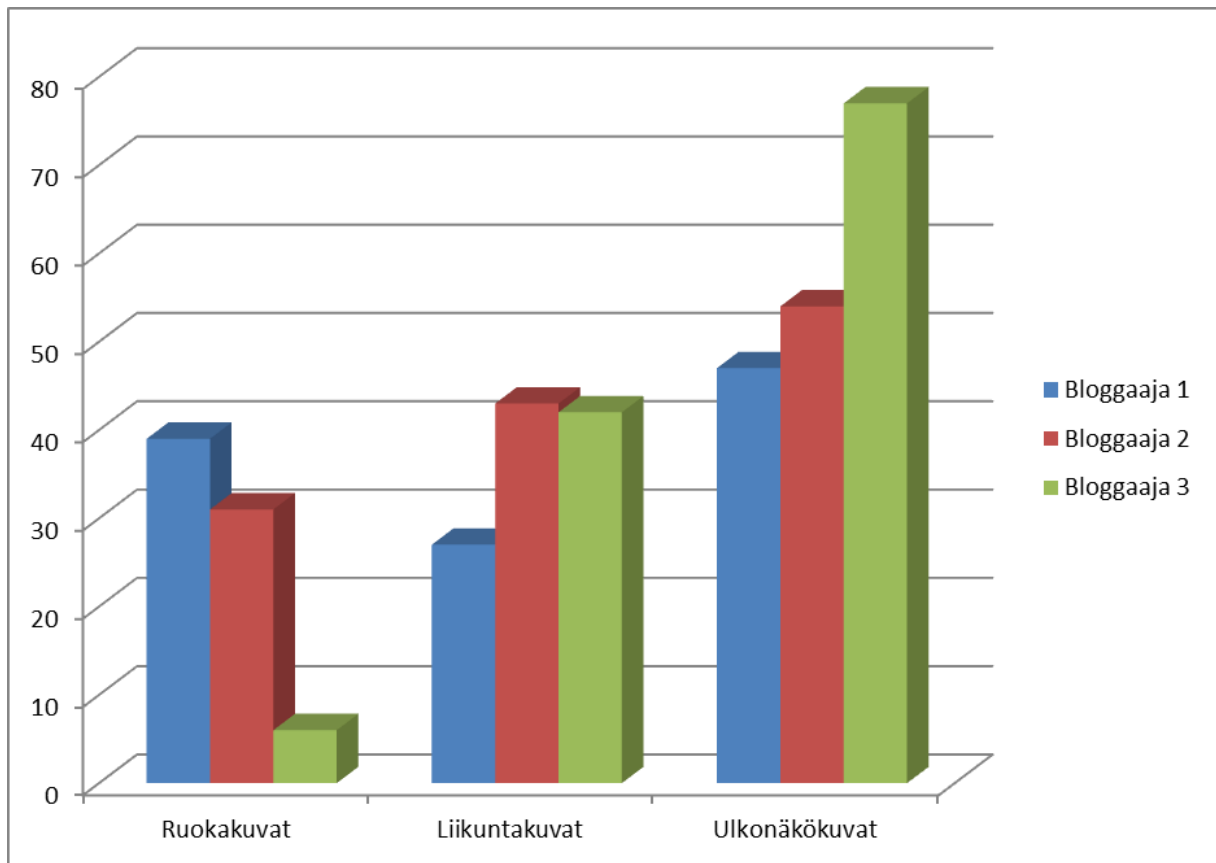
”Yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa” -lentävä lause pitää paikkansa myös blogeissa. Kuvat ovat tehokkaita katseen vangitsijoita ja voikin olla, että esimerkiksi tarkasteltavasta kohteesta katsotaan vain kuvat ja tekstiin kiinnitetään vähemmän huomiota. (Hietala 1993)

Kahden kuukauden aineistonkeruujaksolla bloggaajalla 1 oli kuvia yhteensä 156, bloggaajalla 2 yhteensä 126 ja bloggaajalla 3 yhteensä 52.

Ruokakuvia on eniten bloggaajalla 1 ja vähiten bloggaajalla 3 (B1: 61 kuvaa eli 39 %, B2: 39 kuvaa eli 31 % ja B3: 3 kuvaa eli 6 %). Ruokakuvista terveellisiä ruokakuvia on bloggaajalla 1 yhteensä 40 (25,6 %) ja herkkukuvia 21 (34,4 %), bloggaajalla 2 yhteensä 39 (100 %) ja 0 (0 %) sekä bloggaajalla 3 yhteensä 2 (66,7 %) ja 1 (33,3 %). Bloggaaja 1 eroaa ruokakuvien

suhteellisessa jakautumisessa siten, että hänellä on enemmän kuvia herkuista kuin terveellisistä ruoista, päinvastoin kuin kahdella muulla bloggaajalla. Useimmat bloggaajan 1 herkuista ovat kuitenkin ns. ”terveellisiä herkkuja”.

KUVIO 5. Kuvien jakautuminen eri kategorioihin



Ruokakuvat blogeissa ovat houkuttelevan ja terveellisen näköisiä, raikkaita ja värikkäitä. Kuvista näkee, että niiden asettelua ja kuvakulmaa on mietitty. Kuvat on otettu yleensä hyvällä kameralla, jolloin kuvista tulee tarkkoja ja laadukkaan näköisiä. Ruokakuvilla bloggaajat esimerkiksi näyttävät malliaterioita, -jälkiruokia ja -välipaloja. Myös reseptejä jaetaan ja kuvia reseptien lopputuloksista laitetaan blogiin.

Liikuntakuvia on lähes yhtä paljon bloggaajilla 2 (54 kuvaa eli 42,9 %) ja 3 (22 kuvaa eli 42,3 %). Bloggaajalla 1 liikuntakuvia on 42 (27 %). Liikuntakuvia, joissa ulkonäkö on pääosassa, on bloggaajalla 1 yhteensä 21 (50 %) ja liikuntakuvia, joissa liikunta pääosassa yhteensä 21 (50 %). Bloggaajalla 2 samat lukemat ovat 8 (15 %) ja 47 (87 %) ja bloggaajalla 3 lukemat

ovat 8 (36,4 %) ja 14 (63,7 %). Bloggaajalla 1 kuvat jakautuvat tasaisesti sekä ulkonäkökeskeisiin liikuntakuviin, että liikuntakeskeisiin liikuntakuviin. Kahdella muulla bloggaajalla ero on selkeä - liikunnallisia liikuntakuvia esiintyy heidän blogeissaan enemmän kuin ulkonäkökeskeisiä liikuntakuvia.

Liikuntakuvat blogeissa ovat värikkäitä, hyvälaatuisia ja iloisia. Usein kuvat välittävät hyvänolon tunnetta, jonka liikunnasta saa ja kuvaa siitä, millaisen vartalon liikunnalla saa aikaan. Lisäksi monissa kuvissa annetaan vinkkejä ja suoritusmalleja erilaisista liikkeistä ja liikuntamuodoista. Toisinaan liikuntakuvissa esitellään myös esimerkiksi uusia liikuntavaatteita ja -välineitä.

Ulkonäkökuvia on eniten bloggaajalla 3 ja vähiten bloggaajalla 1 (B1: 74 kuvaa eli 47 %, B2: 68 kuvaa eli 54 %, B3: 40 kuvaa eli 77 %). Ulkonäkökuvista liikunnallisia ulkonäkökuvia oli bloggaajalla 1 yhteensä 21 (28,4 %) ja ei-liikunnallisia ulkonäkökuvia 33 (44,6 %), bloggaajalla 2 yhteensä 8 (11,8 %) ja 15 (22 %) sekä bloggaajalla 3 yhteensä 8 (20 %) ja 15 (37,5 %). Bloggaajilla 1 ja 3 näiden kahden luokan välinen ero on suurempi kuin bloggaajalla 2. Bloggaajan 2 blogissa esiintyy tasaisemmin sekä liikunnallisia ulkonäkökuvia että ei-liikunnallisia ulkonäkökuvia.

Ulkonäkökuvia on kaikilla bloggaajilla laidasta laitaan. Bloggaajalla 1 on eniten ulkonäkökuvia elämästä liikunnan ulkopuolella. Bloggaajalla 2 ulkonäkökuvat ovat lähes aina urheiluun liittyviä ja hyvin luonnollisia. Hän ei esimerkiksi esittele blogissaan arkiasujaan tai meikkejään. Bloggaajan 3 blogissa taas esiintyy paljon arkipäivän ”selfieitä” arkivaatteissa, mutta myös urheiluun liittyviä poseerauskuvia. Ylipäätään ulkonäkökuvat kaikissa blogeissa ovat bloggaajia imartelevia ja kauniita.

Kolmen pääkategorian lisäksi halusimme selvittää kussakin blogissa esiintyvien selfieiden ja inspiraatiokuvien määrän. Selfieitä on eniten bloggaajalla 3 ja vähiten bloggaajalla 1 (B1: 58 kuvaa eli 37 %, B2: 54 kuvaa eli 43 % ja B3: 37 kuvaa eli 71 %). Selfieiksi laskimme kuvat, joissa esiintyy ainoastaan bloggaaja itse. Inspiraatiokuvia on eniten bloggaajalla 2 ja vähiten eli ei lainkaan bloggaajalla 1 (B1: 0 kuvaa eli 0 %, B2: 29 kuvaa eli 23 % ja B3: 3 kuvaa eli 6 %).

Kuvat ovat blogeissa tärkeä tekstiä elävöittävä tekijä. On mielekkäämpää lukea tekstiä, jonka yhteydessä on siihen liittyviä kuvia. Tekstiä tuetaan kuvien avulla eli tekstin sanoma saattaa avautua lukijalle paremmin, kun tekstin yhteyteen liitetään aiheeseen liittyviä kuvia. Kuvat

antavat teksteille elävyyttä ja niiden avulla lukijan on helpompi päästä lähemmäs bloggaajaa. Kuvat saattavat olla niinkin tärkeässä merkityksessä, että lukija katsoo kuvat ensin ja vasta niiden perusteella alkaa lukea itse postausta. Terveelliset, iloiset ja sporttiset kuvat tukevat blogien sanomaa terveellisestä elämästä. Tilannetta voidaan verrata hyvin esimerkiksi muotiblogeihin, joissa kuvat ovat lähinnä asukuvia ja tukevat näin muotiblogin sanomaa muodista ja pukeutumisesta.

6 POHDINTA

Tutkijat ovat jo pitkään olleet kiinnostuneita siitä, kuinka naisille suunnatut aikakauslehdet esittävät naiset ensisijaisesti kuluttajina ja rohkaisevat heitä rakentamaan naiseuttaan kuluttamisen ympärille. Nyt aikakauslehtien rinnalle ovat syntyneet blogit, joissa nuoret naiset jakavat käsityksiään ja arvojaan muiden bloggaajien ja lukijoiden kanssa sekä rakentavat identiteettiään kuluttamalla. Tätä suurta määrää nuoria naisia koskettavaa ilmiötä ei kuitenkaan juuri ole tutkittu. (Kärki 2015.) Tutkimuksemme tavoitteena oli löytää kolmesta hyvinvointiblogista sellaisia tekijöitä, joilla bloggaajat voivat vaikuttaa nuoriin tyttöihin. Laadullisen sisällönanalyysin vaiheiden, pelkistämisen ja ryhmittelyn, myötä tutkimuksellemme muotoutui kolme eri pääluokkaa: syöminen, liikunta ja ulkonäkö. Halusimme myös selvittää blogeissa esiintyvien ruokakuvien, liikuntakuvien ja ulkonäkökuvien määrää suhteessa toisiinsa. Laadullisen analyysimenetelmän tukena käytimme kvantifiointia, jonka avulla kuvasimme aineistomme määrällisesti (Tuomi & Sarajarvi 2009, 120- 121).

Ennen aineiston käsittelyä oletimme blogien eroavan sisällöltään melko suurestikin toisistaan. Tämä oletus heräsi ehkä sen vuoksi, että aineistomme blogit olivat meille ennestään tuttuja. Tulosten mukaan blogeissa käsitellään paljon saman aihepiirin asioita, mutta jollain lailla erilaisista näkökulmista ja erilaisin suhtein. Luemme erityyppisiä blogeja päivittäin, minkä vuoksi ”bloginlukutaitomme” on suhteellisen hyvä. Tiesimme, että bloggaajat ovat persoonina erilaisia ja heillä oli erilaiset lajitaustat. Oletimme myös, että ulkonäköön liittyvistä asioista olisi puhuttu blogeissa enemmän. Tämä ajatus syntyi lähinnä vallalla olevasta fitnessbuumista ja treenatun ulkonäön ihannoinnista. Ajattelimme blogien sisältävän paljon treeni- ja ruoanlaittovinkkejä sekä inspiroivia treenikuvia lukijoita motivoimaan, mikä osoittautuikin todeksi.

Seuraavaksi pohdimme tuloksia pääluokka kerrallaan. Liikunta on suosituin kategoria kaikilla bloggaajilla. Myös alaluokkia on liikuntakategoriassa eniten ja kaikki luokat olivat käytössä jokasella bloggaajalla. Bloggaajat 2 ja 3 keskittyvät postauksissaan liikuntaan enemmän kuin bloggaaja 1. Blogit 2 ja 3 vaikuttavatkin enemmän liikuntablogeilta kuin blogi 1, jossa on enemmän kirjoituksia liikuntaan liittymättömistä asioista. Blogien 2 ja 3 monipuolisempi liikunta-aiheista kirjoittaminen voi olla yhteydessä heidän korkeampaan koulutukseen liikunta-alalla. Yleisin kategoria on B Liikuntakäyttäytyminen, mikä voi johtua yksinkertaisesti sen yleisyydestä ja laajuudesta.

Bloggaaja 1:llä on yksi selkeä luokka liikuntakategoriassa, josta hän kirjoittaa eniten. Tämä on B Liikuntakäyttäytyminen, joka saa yli puolet (52 %) bloggaajan kaikista liikuntaan liittyvistä maininnoista. Luokan suosioista johtuen päädyimme johtopäätökseen, että bloggaaja kirjoittaa enemmän siitä miten hän liikkuu, eikä niinkään pohdi liikunnasta saatavia tuntemuksia, sen aikaansaamia vaikutuksia, siihen tarvittavaa motivaatiota tai tavoitteita. Kirjoitussävy liikunnasta on odotettavasti positiivinen ja innostunut, sekä siitä välittyy liikunnan tärkeys ja merkitys elämässä. Tuloksissa mainitsemamme ristiriitaisuuden tunne liikunnan syistä ja tavoitteista tulee useissa kohdissa esiin. Liikunnasta kirjoittaessa hän puhuu hyvästä olost ja oman kropan kuuntelusta, mutta samanaikaisesti noudattaa treniohjelmaa niin orjallisesti, että kun ohjelma kieltää aerobisten harjoitusten teon, hän ei niitä tee, vaikka mieli tekisi. Hän myös pitää massakausia, jolloin hän avoimesti kirjoittaa siitä kuinka massakauden aikana täytyy piilotella kroppaansa löysiin vaatteisiin. Onko tämä hyvinvointia ja terveellistä elämää?

Bloggaaja 2 kirjoittaa liikunnasta neutraalisti ja ammattimaisesti rajaten aiheet selkeästi liikuntaan ja hyvinvointiin. Tunne rajatuista aiheista tulee siitä, ettei hän sotke postauksissaan yksityiselämää ja perusarkea asiapostauksiin. Aiheiden rajaaminen ei vaikuta monipuolisuuteen, vaan bloggaaja käsittelee liikunta-aihetta kattavasti. Bloggaajan kirjoittaessa liikunnasta näin monipuolisesti ja ennen kaikkea rehellisesti ja niin, että faktat ovat aina oikein, lukija luottaa ja uskoo bloggaajan sanaan. Rehellisyydellä tarkoitamme sitä, että bloggaaja uskaltaa kirjoittaa myös liikunnan negatiivisista puolista. Varjopuolista ja epäonnistumisista puhuminen helpottaa bloggaajaan samaistumista. Kun bloggaaja kertoo avoimesti omista vaikeuksistaan, saavat lukijat realistisen kuvan suositun bloggaajan elämästä.

Bloggaaja 3:lle liikunta on suurin ja tärkein asia elämässä, mikä välittyy myös kirjoitussävyssä, joka on hyvin innostunut, positiivinen ja liikunnallista elämäntapaa ylistävä. Hänelle liikunta elämäntapana on paras mahdollinen ja kaikki asiat koetaan liikunnan välityksellä. Liikunta tähtää ulkonäöllisiin tavoitteisiin, eli liikunta-aiheiset kirjoitukset koskevat salilla treenaamista ja tätä tukevia aerobisia harjoituksia. Päinvastoin kuin bloggaaja 2, hän ei käsittele kiireestä ja suuresta määrästä liikuntaa aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia lainkaan.

Syöminen-kategoria on toiseksi suosituin kategoria liikunta-kategorian jälkeen. Yllätyimme siitä, että syömisestä puhuttiin niin vähän liikuntaan verrattuna, vaikka kyseessä olivat hyvinvointiblogit, joiden oletamme käsittelevän laaja-alaisesti hyvinvointiin liittyviä aiheita. Nyt näyttää siltä, että liikunta on suurin hyvinvoinnin lähde aineistomme bloggaajille. Syömisalakatgorioista eniten mainintoja blogiteksteissä saa kategoria J Ruoka ja syöminen. Kuten

nimikin kertoo, on kategoria hyvin laaja. Toinen laaja ja siitä johtuen suosittu kategoria on M Terveystottumukset ja -käyttäytyminen. Molemmat kategoriat ovat mielestämme sellaisia, joihin on helppo laittaa ne virkkeet, joita on vaikea luokitella mihinkään muuhun kategoriaan. Toisaalta suuri osa virkkeistä oli sellaisia, jotka kuuluivat juuri näihin kategorioihin, eivätkä olleet sinne väkisin sijoitettuja.

Bloggaaja 1 nousi eniten esiin syöminen kategoriassa, sillä hän kirjoitti kategoriasta selkeästi enemmän ja monipuolisemmin kuin kaksi muuta bloggaajaa. Tämä voi johtua siitä, että bloggaaja 1 kirjoitti ylipäättäänkin syömisestä enemmän kuin muut, jolloin mukaan mahtuu monipuolisemmin eri aiheisia syömistekstejä. Hän kirjoitti syömiseen liittyvistä aiheista eläväisesti ja värikkäästi, mistä voi tulla lukija voi herkästi saada epäammattimaisen kuvan bloggaajasta. Teksti oli tyyliältään välillä jopa itselleen kirjoitetun päiväkirjan näköistä. Syöminen suhteen bloggaaja 1 vaikutti myös hyvin ehdottomalta. Hän syö hyvin kurinalaisesti ruoan puhtauden ja terveellisuuden suhteen ja suosittelee samanlaista ruokavaliota lukijoilleen ja kertookin siitä yksityiskohtaisesti blogissaan.

Bloggaaja 2 ei kirjoittanut luokista K Dieetit ja ruokavalio ja L Herkut ja herkuttelu lainkaan, mikä saa hänen syömispostautensa aihealueiden käytön näyttämään suppealta. Muutenkin bloggaajan kirjoitussävy syömisestä on yksinkertainen, hän ei tehnyt postauksissaan ruoasta ja syömisestä suurta numeroa. Hän kannusti normaaliin terveelliseen ruokavalioon, ei suosinut lisäravinteita ja korostaa liikkuvan ihmisen riittävää ravinnonsaantia. Bloggaaja 2:lla vaikuttaa olevan kolmesta bloggaajasta rennoin suhtautuminen syömiseen, hän ei esimerkiksi punninnut ruokiaan eikä kannustanut lukijoitaan siihen. Tämä voi johtua bloggaajien erilaisista lajeista ja tavoitteista - kahdella muulla tavoitteet ovat enemmän ulkonäöllisiä, kun taas bloggaaja 2:lla urheilullisia. Bloggaaja ei kertonut yhtä yksityiskohtaisesti aterioita aterialta omista ruokailutottumuksistaan vaan hän lisäili blogiinsa silloin tällöin kuvia ruoista tai jakoi reseptivinkkejä. Bloggaaja 3:n laji on sellainen, jossa kehittyäkseen tulee huolehtia riittävästä syömisestä eikä tiukasta ruokailujen säännöstelystä. Tämäkin voi olla yksi syy sille miksi bloggaaja ei ruotinu syömistään blogissaan.

Bloggaaja 3 kirjoitti kaikista muista luokista syömiskategoriassa paitsi L Herkut ja herkuttelu. Koska bloggaajan postausten määrä on muutenkin vähäinen, ei myöskään syömisaiheisia postauksia ole yhtä paljon kuin muilla bloggaajilla. Silloin kun bloggaaja kuitenkin syömisestä puhui, tuli fitness-elämäntapa näkyvästi ilmi - puhuttiin dieettaamisesta ja kiristymisestä. Bloggaajan kirjoituksista saa helposti kuvan, että vaikka ruokavalio on tiukka, sen noudatta-

minen on helppoa. Tällainen kuva syntyi, kun bloggaaja ei puhunut lainkaan herkuista ja dieetin vaikeuksista tai epäonnistumisista. Tähän vaikutti myös bloggaajan kirjoitussävy, joka oli hyvin energinen ja positiivinen, mikä luo kuvan kaikkivoipaisuudesta. Bloggaaja 1:n tavoin bloggaajan tekstit vaikuttavat epäammattimaisilta, koska tekstistä löytyy paljon kirjoitusvirheitä. Tuntuu, että postaukset on tehty nopeasti ja julkaistu ilman tarkastamista.

Ulkonäkökategoriasa alaluokkia on selkeästi vähemmän kuin muissa kategorioissa. Kaikki bloggaajat myös kirjoittivat vähiten ulkonäöstä. Olettamuksemme oli, että ulkonäöstä olisi kirjoitettu enemmän, mutta toisaalta tulos oli kuitenkin odotettavissa, sillä onhan kyseessä hyvinvointiblogit. Aineistomme blogit ovat edustava otos hyvinvointiblogeista, sillä vaikka juuri he eivät ulkonäkökeskeisesti kirjoitakaan, on paljon saman aihealueen blogeja, jotka keskittyvät ulkonäköön huomattavasti enemmän. Tällaisia blogeja ovat esimerkiksi liikuntaan ja hyvinvointiin keskittyvät fitness-blogit. Kaikilla bloggaajilla ulkonäkökirjoitukset painotuitivat kauneuteen liittyviin aiheisiin eivätkä urheilulliseen vartaloon tai -ominaisuuksiin, mikä oli mielestämme yllättävää. Tietysti oletimme, että bloggaajat olisivat puhuneet ulkonäöstä enemmän urheilun- ja liikunnan kautta.

Bloggaaja 1 on ainoa, joka kirjoitti molemmista kategorioista, hänkin kuitenkin selkeästi enemmän kauneudesta kuin urheilullisesta vartalosta ja -ominaisuuksista. Kirjoitussävy säilyi samanlaisena bloggaajalle 1 tyypillisenä tälläkin aihealueella. Ruskettuneesta ihosta sekä timmistä ja urheilullisesta vartalosta hän puhui paljon ulkonäköaiheisten postausten yhteydessä. Postauksista välittyi tekstin ja kuvien yhteisvaikutuksena ulkonäön merkityksen tärkeys. Joissain kohdissa ulkonäöstä kirjoittaessaan bloggaaja kärjisti asioita voimakkaasti, mikä antaa monista asioista (esimerkiksi lihomisesta, lihavuudesta) negatiivisen, mutta toisaalta joistain asioista (esimerkiksi rusketus) positiivisen kuvan.

Bloggaaja 2 ei juuri ulkonäöstä kahden kuukauden aikana puhunut. Blogia paljon seuranneena tiedämme kuitenkin, että bloggaaja kyllä ulkonäöstäkin puhuu, mutta aina todella terveesti - ei koskaan esimerkiksi painonpudotusmielessä. Tälle aineistonkeruujaksolle tällaisia postauksia ei kuitenkaan osunut. Lyhyt maininta ulkonäöstä eräässä postauksessa kertoo, että hän tarkastelee ulkonäköä hyvän kunnon ja suorituskyvyn kannalta: hyväkuntonen ihminen on myös tyytyväisempi itseensä ja sitä kautta omaan peilikuvaansa.

Bloggaaja 3 käsitteli ulkonäköä aivan päinvastaisesti kuin bloggaaja 2. Siinä missä bloggaaja 2:lle ulkonäkö tulee liikunnan ja urheilun sivutuotteena, on se bloggaaja 3:lle liikunnan ja urheilun tavoite. Hänelle tuli hyvä olo siitä, kun rasvaa palaa ja kroppa kiristyy. Hyvä ja rai-

kas olo tuli, kun on hyvässä eli mahdollisimman kireässä kunnossa. Kaikesta tästä tulee vahva mielikuva siitä, että ulkonäkö on hyvin tärkeää ja timmi kroppa jatkuvana tavoitteena elämässä.

”Yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa” -lentävä lause pitää paikkansa myös blogeissa. Kuvat ovat tehokkaita katseen vangitsijoita ja voikin olla, että esimerkiksi tarkasteltavasta kohteesta katsotaan vain kuvat ja tekstiin kiinnitetään vähemmän huomiota. (Hietala 1993). Kun yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa, voi se myös vaikuttaa lukijaan tuhatta sanaa voimakkaammin. Aineistomme blogit käyttivät postauksissaan paljon kuvia tekstin tukena ja välillä jopa päinvastoin - tekstiä kuvien tukena. Kuvilla bloggaajat pyrkivät välittämään samaa sanomaa kuin teksteillä. Ruokakuvat ovat usein terveellisen ja herkullisen näköisiä, liikuntakuvat iloisia ja raikkaita sekä ulkonäkökuvat kauniita ja viimeistelyjä. Kuvanlaatu on selkeästi kaikille kolmelle bloggaajalle tärkeää. Kuvausvälineisiin panostetaan ja kuvien sommittelua mietitään tarkkaan. Blogien lukijat nykypäivänä varmasti arvostavat laadukkaita kuvia ja blogin viimeistelyä ulkoasua, koska blogeja on niin paljon, että persoonalliset ja erottuvat blogit erottuvat joukosta edukseen ja jäävät mieleen.

Seuraavaksi pohdimme, millaisia vaikutteita blogeissa esiintyvät kuvat voivat antaa lukijoille. Ruokakuvien määrä oli verrannollinen postausten määrään, sillä bloggaaja 1:llä esiintyi ruokakuvia eniten ja vähiten niitä esiintyi bloggaaja 3:lla. Myös prosentuaalisesti ruokakuvia esiintyi eniten bloggaajalla 1 ja vähiten bloggaajalla 3. Bloggaaja 1:llä ruoka oli kuvienkin perusteella suuremmassa roolissa kuin kahdella muulla bloggaajalla. Tässä kohtaa hyvä huomioida bloggaaja 1:n pitkä ulkomaanreissu aineistonkeruujakson aikana, mikä voi vaikuttaa siihen, että erilaisista ruoista on paljon kuvia. Lomalla ruokailu on usein erilaista kuin arjessa, mikä voi vaikuttaa siihen, että siitä haluaa kertoa enemmän blogissaan ja jakaa kuvia arki-ruoista poikkeavista eksoottisista ruoka-annoksista. Bloggaaja 2 jatkoi selkeää bloggauslinjaansa myös ruokakuvien kohdalla, sillä hänellä ei ollut lainkaan kuvia herkuista - selkeä linja terveystblogille. Tästä saattaa tulla lukijalle kuitenkin sellainen kuva, ettei bloggaaja syö herkkuja lainkaan ja lukija pitää tätä normaalina. Uskomme kuitenkin, että tässä tapauksessa lukija ei ajattele näin, sillä kyseisen blogin linjaus on niin selkeästi liikuntaan painottuva. Myöskään teksteissä bloggaaja ei antanut ymmärtää, ettei söisi koskaan herkkuja. Hän ei vain julkaise herkkukuvia blogissaan. Bloggaaja 3 erosi kahdesta muusta bloggaajasta siten, että hänen ruokavalionsa vaikuttaisi kuvien perusteella olevan kaikista tiukin ja niin sanotusti ”fitness”. Ruokakuvat painottuivat proteiinirikkaisiin aamiaiskuviin, kanasalaattilounaisiin sekä riisi-

kakkuvälipaloihin. Hänen ruokakuvansa eivät olleet kovin monipuolisia esimerkkejä terveellisestä ruokavaliosta lukijoille.

Bloggaajien ruokakuvat antavat lukijoille positiivista esimerkkiä ruokailujen säännöllisyydestä, aterioihin panostamisesta ja ruoan puhtauteen ja -laatuun huomion kiinnittämisestä. Herkullisilla ruokakuvilla muistutetaan lukijaa siitä, että terveellisesti syöminen on tärkeää ja inspiroidaan heitä kokeilemaan ja maistamaan uusia ruokia. Toisaalta täydellisesti asetellut ja loppuun asti mietityt ruokakuvat saattavat luoda paineita siitä, että ruokailun kuuluu arjessakin olla aina tällaista - täydellistä, viimeisteltyä ja kuvauskelpoista.

Liikuntakuvia suhteessa kaikkiin kuviin esiintyi enemmän bloggaajilla 2 ja 3 kuin bloggaajalla 1. Kuten jo aiemmin pohdimme, voi tämä johtua siitä, ettei bloggaaja 1 ole yhtä vahvasti liikunta- /urheilubloggaaja kuin kaksi muuta. Hän keskittyi monipuolisesti hyvinvoinnin osa-alueisiin. Yleisesti blogeissa esiintyi enemmän liikunnallisia liikuntakuvia kuin ulkonäöllisiä liikuntakuvia. Kuitenkin bloggaajalla 1 oli liikuntakuvien jakautuminen tasaisempaa kuin kahdella muulla (50 % liikunnalliset liikuntakuvat ja 50 % ulkonäölliset liikuntakuvat). Mieleemme tuli ajatus, että ehkä bloggaaja 1:lle on liikkuessakin ulkonäkö tärkeää ja hän viihtyy kameran edessä ja haluaa antaa itsestään hyvännäköisen kuvan. Kuvista nuorille saattaa tulla tunne, että urheilua ja liikuntaa harrastettaessa kuuluu näyttää hyvältä ja laitetulta. Kaikki nuoret eivät välttämättä ymmärrä, että eivät bloggaajakaan aina näytä hyvältä tai joka kuvassa samalta. Kuvakulmia, valotuksia ja sommitteluja on voitu miettiä pitkäänkin ja kuvankäsittelyllä pystytty tekemään parannuksia. Liikuntakuvissa bloggaajilla oli yleensä uusia ja laadukkaita urheiluvaatteita, mistä lukijalle voi syntyä paineita siitä, että liikuntaa harrastaakseen täytyy omistaa samanlainen urheiluvaatekaappi ja joka treenissä tulee olla eri asukokonaisuus. Lukijat eivät välttämättä ymmärrä, että bloggaajat saavat erilaisten yhteistyösopimusten kautta tuotteita ilmaiseksi, jotta he käyttäisivät ja mainostaisivat tuotteita blogissaan.

Ulkonäkökuvia prosentuaalisesti eniten oli bloggaajalla 1 ja vähiten bloggaajalla 3. Näillä bloggaajilla esiintyi postauksissaan myös enemmän ei-liikunnallisia ulkonäkökuvia kuin bloggaajalla 2. Bloggaajien lajit voivat osaltaan vaikuttaa tähän kuvien jakautumiseen, sillä bloggaajan 2 laji on sellainen, missä ulkonäkö ei ole yhtä suuressa roolissa kuin bloggaajien 1 ja 3 lajissa. Lisäksi bloggaajat ovat mielestämme ulkonäöltään erilaisia. Näemme suurimman eron juuri bloggaajan 2 kohdalla, hän on mielestämme bloggaajista luonnollisimman oloinen. Hän esimerkiksi esiintyi kuvissa hiukset märkinä, ilman meikkiä, urheiluvaatteet päällä ja ulkoilmassa enemmän kuin muut bloggaajat. Kahdella muulla bloggaajalla sen sijaan oli esi-

merkiksi ripsenpidennykset, joka vei heti luonnollisuutta pois. Koska kaikki kolme bloggaajaa ovat kauniita ja sporttisia, saattaa se herättää lukijoissa ihailun ja inspiroitumisen lisäksi myös kateutta ja alemmuudentunnetta.

Tutkimuksemme perusteella voi sanoa, että hyvinvointiblogit vahvistavat nykyistä kuluttajakulttuuria, joka ihanoi terveyttä, kuntoilua, dieettaamista ja ulkonäköä (Beedie & Craig, 2010). Tutkimamme bloggaajat tuovat blogeissaan jatkuvasti esille asioita, jotka tähtäävät terveeseen elämään, säännölliseen liikuntaan sekä terveelliseen ruokavalioon. Omalla esimerkillään he ohjaavat lukijoita kuluttajakulttuuriin, jossa esimerkiksi liikuntavaatteet, lisäravinteet ja superfoodit ovat tärkeitä terveellisen elämäntyylin kannalta ja niihin laitetaan rahaa. Hargreaves (1987) esittää, että esimerkiksi mainoksissa esiintyvät urheilulliset ja hoikat vartalot voivat herättää kuluttajissa halun omaksua nämä ominaisuudet itselleen. Hyvinvointibloggaajamme esiintyvät blogeissaan urheilullisina, iloisina, menestyneinä, hyväkuntoisina ja suosittuina, mikä saa lukijat näkemään tällaiset arvot ja identiteetin ideaalina ja ”oikeana”.

Kärjen (2015) tutkimuksen pyrkimyksenä oli selvittää, kuinka nuoret naiset kuvaavat kuluttamista muotiblogeissaan ja millaisia merkityksiä he antavat kuluttamiselle sekä tuoda esiin bloggaajien keinoja kulutuskulttuurin normatiivisuuden luomiseksi. Tutkimus osuu siis aihepiiriltään ja tutkimuskysymyksiltään ja -tavoitteiltaan hyvin lähelle meidän tutkimustamme. Hänen tutkimuksessaan bloggaajat näkevät pukeutumisen ja muodin viestinä, jonka he antavat itsestään muille. (Kärki 2015.) Meidän aineistomme bloggaajat sen sijaan näkivät viestinä terveellisen ja liikunnallisen elämäntyylin, josta he blogeissaan kertoivat. Kärki nosti tutkimuksessaan esiin bloggaajien yhteisen tavan käyttää termejä ”rakkaus” ja ”kiintymys” heidän kuvaillessaan tuntemuksiaan tiettyä asiaa kohtaan. Bloggaajille tyypillinen ilmaus oli ”rakastua tuotteeseen”. Tähän liittyi usein se, että bloggaajat ilmaisivat kiintymyksensä tuotteeseen esimerkiksi seuraavilla tavoilla: ”En voi elää ilman tätä!”, ”En voi vastustaa tätä!” tai ”En saa tästä tarpeekseni!”. (Kärki 2015.) Hyvinvointiblogeja tutkiessamme havaitsimme saman ilmiön. Hyvinvointibloggaajat puhuivat etenkin syömisestä ja liikunnasta samaan tyyliin. Esimerkiksi bloggaaja 1 kertoi rakastavansa tiettyjä terveellisiä proteiinituotteita ja Etelä-Afrikkalaista ruokaa ja bloggaaja 3 kertoi, että hän ei voisi kuvitella elämäänsä ilman liikuntaa.

Liikuntapedagogiikan kaksi päätehtävää ovat kasvattaminen liikuntaan ja kasvattaminen liikunnan avulla (Laakso 2007). Liikuntaan kasvattamisella tarkoitetaan liikunnan harrastamiseen, terveellisiin elämäntapoihin ja omasta hyvinvoinnista huolehtimiseen liittyvien taitojen,

tietojen ja asenteiden opettamista. Kasvattaminen liikuntaan taas tarkoittaa liikuntamotivaation kasvattamista luomalla myönteisiä kokemuksia tarjoavia liikuntaympäristöjä ja -tilanteita. (Jaakkola ym. 2013). Liikunnanopetuksen tärkeimpänä tehtävänä on tukea oppilaiden fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista toimintakykyä sekä myönteistä suhtautumista omaan kehoon ja tätä kautta vaikuttaa heidän hyvinvointiinsa. Vuosiluokilla 7-9 on erittäin tärkeää pyrkiä vahvistamaan oppilaan myönteistä minäkäsitystä ja opettaa oman muuttuvan kehon hyväksymistä. Yläkoulussa opetus pyrkii tukemaan oppilaiden hyvinvointia, itsenäisyyttä ja osallistumista sekä ohjata ja kannustaa terveyttä edistävään omaehtoiseen liikkumiseen. (Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014). Liikuntakasvatuksen arvot painottuvat terveyteen, virkistykseen ja iloon. Tavoitteena on löytää itselleen sopiva liikunnallinen elämäntapa sekä säilyttää toiminta- ja työkykyisyys (Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 1994).

Monien hyvinvointi- ja liikuntablogien sisällöissä ja tavoitteissa on nähtävissä samankaltaisuutta liikuntakasvatuksen tavoitteisiin ja arvoihin nähden. Useat bloggaajat, myös meidän aineistomme bloggaajat, haluavat inspiroida ja motivoida nuoria terveeseen ja liikunnalliseen elämäntapaan. Hyvinvointibloggaajat haluavat toimia liikunnan ja -terveystiedon opettajan tavoin hyvinvoinnin, liikunnan ja terveellisen elämäntavan lähettiläinä. Liikunnanopettaja pyrkii kouluympäristössä ja liikuntatunneilla levittämään liikunnan ilosanomaa, samalla kun bloggaaja viestittää samaa sanomaa blogissaan kuvin ja kirjoituksin. Vaikka tavoitteet ovat samankaltaisia, niiden vaikutuskanavat ovat hyvin erilaiset. Esimerkiksi peruskoulussa liikunnan ja terveystiedon tunnit kuuluvat oppivelvollisuuteen, mutta blogeja luetaan vapaaehtoisesti omalla ajalla. Monesti bloggaaja voi olla huomattavasti motivoivampi lähde esimerkiksi liikunnan harrastamiselle kuin liikunnan- ja terveystiedon opettaja. Nuoret saattavat uskoa hyvinkin sokeasti ihailemaansa bloggaajaa. Tänä päivänä blogien suuren suosion aikakautena on selvää, että blogit ovat hyvin suuri vaikuttaja nuorten elämässä. Bloggaajan tulisi miettiä tarkasti mitä blogiinsa kirjoittaa ja millaisen kuvan esimerkiksi ulkonäköön liittyvistä asioista antaa. Media vaikuttaa erityisen herkästi silloin, kun sen viestit osuvat identiteetin aralle alueelle kuten fyysisen minäkuvan alueelle (Mustonen 2001).

Koska bloggaajat ovat usein keskimääräisesti nuorempia kuin opettajat, on selvää, että nuorten on helpompi samaistua heihin. Myös bloggaajien on helpompi vaikuttaa nuoriin, koska he ovat lähempänä heidän maailmaansa. Pystyäkseen paremmin vaikuttamaan nuoriin tulisi opettajan tutustua nuorten maailmaan tunnistamalla ajan henkeä ja sitä merkitysmaailmaa joka tiettyssä ympäristössä tai nuorisoympäristössä vallitsee. Tähän kokonaisuuteen liikuntaa tulisi pyr-

kiä istuttamaan. (Koski 2013). Suomalaisen koulujärjestelmän yhtenä keskeisenä tavoitteena on oppilaiden fyysisen, motorisen, psykologisen ja sosiaalisen kehityksen turvaaminen. Heikinaro-Johanssonin ja Telaman (2004) mukaan riittävä määrä liikuntaa hyvinvoinnin kannalta pitäisi kuulua lukuaineiden tapaan oppilaiden päivittäiseen ohjelmaan. Koulujen opetussuunnitelmat eivät kuitenkaan tätä tavoitetta turvaa, mikä tarkoittaa, että oppilaiden liikunnalliseen elämäntapaan sosiaalistaminen jää liikunnanopettajan harteille. Pohdittavaksi jää, kuinka tässä tavoitteessa voidaan onnistua kun eri oppilaitoksissa Suomessa on vain kahdesta kolmeen liikuntatuntia viikossa. (Ilmanen 2013).

Nuorisokulttuurin kenttä muuttuu jatkuvasti ja liikunnanopettajakin kohtaa useita erilaisia nuorisokulttuurin ilmentymiä. Nykyään näihin ilmentymiin voisi kuulua alaa valtaava fitnessbuumi, teknologian kehitys ja sen mukanaan tuomat erilaiset teknologiset välineet, skeittaus, parkour sekä lumilautailu. Mahdollisten idolien kirjo on tänä päivänä entistä monipuolisempi, jos verrataan nykyisyyttä entisaikaan, jolloin nuorten esikuvat olivat pääasiassa urheilijoita. Idolien valinnalla voi olla merkittävä vaikutus harrastusvalinnalle, jolloin liikuntaan kohdistuvat arvostukset muotoutuvat sen mukaan. (Itkonen 2013)

Tutkimuksemme heikkoutena voi nähdä lyhyen, kahden kuukauden, aineistonkeruujakson ja tutkittavien pienen määrän. Pidemmällä jaksolla ja suuremmalla tutkittavien määrällä olisi varmasti saatu luotettavampia ja yleistettävämpiä tuloksia. Tarkoituksemme oli ottaa aineistoomme neljä blogia, mutta yksi bloggaajista ei vastannut lähettämäämme lupasähköpostiin, joten päätimme ottaa käsittelyyn vain kolme sähköpostiin vastannutta blogia. Tuloksia saattaa vääristää tai tehdä suppeammaksi erityisesti liikuntakategorian osalta se, että aineistonkeruujakso ajoittuu talviaikaan. Tällöin liikutaan usein sisällä ja liikunnanharrastamisen valikoima on pienempi. Näin tutkimuksen viime metreillä tulee mieleen, että hyvä idea olisi ollut ottaa aineistoksi kuukausia eri vuodenajoilta, edes yksi kesältä ja talvelta. Tämä olisi voinut monipuolistaa tutkimusaineistoa ja näin mahdollistaa paremmin yleistettävät tulokset. Yksi heikkous tutkijan näkökulmasta on tietysti se, ettei aihetta ole juurikaan tutkittu. Emme voineet vertailla tutkimuksemme tuloksia aiempien tutkimusten tuloksiin.

Toisaalta tällainen vähäinen aiempi tutkimus aiheesta tekee aiheestamme kiinnostavan ja haastavan. Aiheemme on myös hyvin ajankohtainen, koska sekä hyvinvointi että bloggaaminen ovat tällä hetkellä suuria trendejä. Meidän kannaltamme tutkimusaihe oli myös viisaasti valittu niin, että pystyimme käyttämään kandidaatintutkielmiamme teoriaosuutta tukena kir-

joittaessamme. Vahvuutena näemme myös sen, että aineistomme blogit olivat meistä kummallekin ennestään tuttuja, joten niitä oli helppo tarkastella ja käsitellä. Vaikka blogien määrä oli vähäinen, emme näe tätä ainoastaan heikkoutena. Aineiston pieni koko antoi meille mahdollisuuden päästä syvemmälle blogien maailmaan ja käsitellä niitä yksityiskohtaisemmin muun muassa ottamalla mukaan kuvien analysointi.

Luotettavuuspohdintaa teimme muun muassa seuraavien neljän käsitteen kautta. Vahvistettavuudella tarkoitetaan sitä, että tulee olla varma, ettei tutkimuksen tulokset perustu tutkijoiden käsityksiin tutkittavasta asiasta vaan aineistoon (Lincoln & Cuba 1985). Tutkimuksemme on vahvistettavuuden käsitteen perusteella luotettava, sillä etenimme tutkimuksessamme aineistolähtöisen sisällönanalyysin mukaisesti. Pää- ja alakategoriat syntyivät täysin aineiston pohjalta. Tutkimuksen uskottavuus on myös yksi näkökulma, josta luotettavuutta voi pohtia. Siihen liittyy esimerkiksi se, kuinka totuudenmukainen aineisto on, kuinka sitoutunut tutkija on tutkimuksen tekemiseen ja millainen hänen kulttuurinen herkkyytensä on tutkimuksen aiheita kohtaan. (Denzin & Lincoln 2000; Lincoln & Cuba 1985). Uskottavuutta pohtiessamme tajusimme, että meillä on suhteellisen vahva oma käsitys ja tiedot terveellisestä liikunnasta, ruokavaliosta ja ulkonäöstä sekä pitkä kokemus blogien lukemisesta. Tämän koimme välillä haasteena tutkimusta tehdessä tilanteissa joissa olimme selkeästi eri mieltä bloggaajan kanssa. Tämä saattoi johtaa lievään provosoitumiseen ja tuomitsemiseenkin. Tätä helpotti kuitenkin se, että tutkijoita oli kaksi, jolloin pystyimme keskustelemaan provosoivasta asiasta ja suhtautumaan siihen puolueettomasti. Luotettavuutta arvioidessa on hyvä ottaa huomioon tutkimuksen siirrettävyys. Onko tutkimus sellainen, että siitä voisi olla hyötyä jollekin toiselle? (Lincoln & Cuba 1985). Mielestämme tutkimus ja sen tulokset ovat hyvinkin siirrettävissä saman alan tai aihepiirin tutkimuksiin. Erityisesti hyödyksi tutkimuksemme voisi olla hyvinvointibuumin tai sosiaalisen median vaikutuksia nuorisokulttuuriin selvittäessä. Myös seuraamuksellisuutta on hyvä tarkastella, eli tunnistaa tutkimusasetelmaan liittyviä muutoksia prosessin aikana ja tutkijoiden ajatusten inhimillistä vaihtelua. (Lincoln & Cuba 1985). Tunnistimme tutkimusta tehdessä tilanteen, jossa muodostamamme luokat eivät olleet järkeviä, eivätkä olisi tutkimuksen jatkon kannalta järkeviä. Päädyimme tekemään luokitteluvaiheen uudelleen, jolloin luokista tuli paremmat.

Opettajien sosiaalisen median käyttötaidot ovat tänä päivänä ja tulevaisuudessa suuressa roolissa opetustyössä. Sosiaalisen median sovelluksia voidaan käyttää opetuksen tukena ja palveluista voidaan saada opetukseen uusia ideoita ja esimerkkejä. Esimerkiksi Hautalan & Jyrkkä-

sen (2011) tutkimuksesta selviää, että opettajat suhtautuvat mielenkiinnolla sosiaalisen median käyttöön opetuksessa, mutta kokevat haasteena selkeän opetusmateriaalin ja sosiaalisen median käytön ohjeiden puuttumisen. Oppilaat taas ajattelevat että osatakseen käyttää sosiaalista mediaa, tulisi opettajien yksinkertaisesti käyttää sitä enemmän. (Hautala & Jyrkkänen 2011.) Mielestämme oppilaat ovat siinä mielessä oikeassa, että sosiaalisen median käyttöön on vaikea luoda selkeitä käyttöohjeita, koska se on alati muuttuva ja hyvin laaja kokonaisuus. Sen käytön oppii parhaiten tutkailemalla ja kokeilemalla. Perusopetuslain (2§/1998) mukaan yksi opetuksen tavoitteista on ”elämässä tarpeellisten tietojen ja taitojen” antaminen. Laki velvoittaaakin kouluja turvaamaan oppilaiden yhdenvertaisuutta koulutuksen mahdollisuuksien suhteen. Näistä syistä tietotekniikka on nähty tärkeänä osana opetusta ja oppimista (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011). Nykypäivänä tietotekniikkataitoihin voisi hyvin sisältyä sosiaalisen median käyttötaidot.

Kouluja on syyllistetty siitä, että opetusteknologian käyttö on vähäistä verrattuna teknologian käyttöön ylipäätään yhteiskunnassa. Ongelma tämä on siksi, että teknologian hyötyä oppimiselle itsessään ei ole todennettu (Honey ym. 1999). Goodson ym. (2002) nimeävät ryhmän epäloogisia syitä, joita opetusteknologian käyttöönottoon liittyy: tietotekniikan lisääminen ei automaattisesti lisää oppimista, tietomäärän laajuus voi jopa rajoittaa ajattelua, liika vapaus käytänteissä johtaa oppimisen yksipuolisuuteen, laajentunut vapaus saattaa johtaa tiukempaan kuriin ja liika muutos saattaa johtaa vanhaan palaamiseen ja tulevaisuusajattelu johtaa yleensä menneeseen. Opettajan ei siis tulisi käyttää teknologiaa tai sosiaalista mediaa opetuksessaan vain siksi, että niin kuuluu nykypäivänä tehdä.

Kuitenkin vuoden 2014 perusopetuksen opetussuunnitelman mukaan tieto- ja viestintäteknologia on nykypäivänä olennainen osa monipuolisia oppimisympäristöjä. Sen avulla vahvistetaan oppilaiden yhteisöllisen työskentelyn taitoja, osallisuutta ja tuetaan oppilaiden henkilökohtaisia oppimispolkuja. Uusia tieto- ja viestintäteknologisia ratkaisuja otetaan käyttöön ja sillä pyritään edistämään ja tukemaan oppimista. Erilaisten oppimisympäristöjen kehittämisessä huomioidaan monimuotoinen mediakulttuuri. Oppilaat saavat käyttää omia tietoteknisiä laitteita oppimisen tukena huoltajien kanssa sovittavilla tavoilla. Näin varmistetaan, että kaikilla oppilaille on mahdollisuus tieto- ja viestintäteknologian käyttöön. (Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014.)

Suomalainen opettajankoulutus antaa korkeasti ja laadukkaasti koulutetuille opettajille vapauksia opetuksen tavoitteiden toteutukseen. Tämä mahdollistaa sen, että opettajan henkilökoh-

taiset vahvuudet ja persoonallisuuden piirteet pääsevät esiin. Tulevaisuuden taitoja kuten kriittistä ajattelua, ongelmanratkaisutaitoa, informaatiolukutaitoa, yhteistoimintaa, elämänhallinnan taitoja sekä oppimaan oppimista edistävä opettaja vaikuttaa aktiivisena erilaisina toiminta- ja vuorovaikutuskulttuureja, eikä pelkästään yksin luokkahuoneessa. (Norrena 2013).

Mielenkiintoista on nähdä teknologian ja sosiaalisen median käytön muutos ja kehitys koulu- maailmassa. Maailman nopean muutoksen myötä koulun tehtävä vaikuttaa tällä hetkellä epäselvältä. Tuntuu, että siinä missä opettajan vastuu jatkuvasti kasvaa ja työkenttä laajenee, oppilaiden pienenee ja supistuu. Pohdittavaa kaikille kouluissa jo työskenteleville ja tuleville opettajille riittää siinä, että onko koulun tehtävä säilyttää arvoja vai uudistua muun yhteiskunnan vauhdilla? Hyvinvointiblogien tutkimuksissa olisi mielenkiintoista nähdä blogien kommenttien tutkimuksiin mukaan ottaminen. Kommentit ovat kuitenkin suuri osa blogeja ja kommenttikentässä saatetaan käydä useinkin katsomassa muiden kommentteja ja siellä tapahtuvaa keskustelua. Siellä lukijat saavat tuoda oman mielipiteensä esiin niin halutessaan. Usein kommenttikentässä saattaa syntyä kiivastakin mielipiteiden vaihtoa niin bloggaajan ja lukijoiden välillä kuin lukijoiden välillä. ”Hyvinvointibuumi” on tällä hetkellä pinnalla, mikä tekee aiheestamme erittäin ajankohtaisen ja mielenkiintoisen. Koska nykypäivänä sosiaalisen median suosio on niin suuri, olisi kiinnostavaa nähdä tutkimuksia myös muista sosiaalisen median palveluista tähän aiheeseen liittyen.

LÄHTEET

- Aarnio, A & Multisilta, J. 2011. Facebook ja Youtube - ne on meidän juttu! Kansallinen tutkimus lasten ja nuorten sosiaalisen median ja verkkopalvelujen käytöstä 2011. Helsingin yliopisto. CIERCO learning.
- Alasuutari, E. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.
- Becerra, E & Stutts, M-A. 2008. Ugly duckling by day, super model by night: The influence of body image on the use of virtual worlds. *Journal of virtual worlds research*, 1-19.
- Beedie, P. & Craig, P. 2010. Sport sociology. Padstow, Cornwall: TJ International Ltd Learning Matters Ltd. 233.
- Brown, J. and Witherspoon, E. 2002. The mass media and American adolescents' health. *Journal of Adolescent Health* 31, 153–170.
- Bruns, A. & Jacobs, J. 2006. Uses of blogs. New York: Peter Lang Publishing.
- Buss, D. & Schmitt D. 2011. Evolutionary psychology and feminism. *Springer Science+Business Media* 64, 768-787.
- Cavanagh, S. 1997. Content analysis: Concepts, methods and applications. *Nurse researcher* 4, 5-16.
- Chappell, D. Eatough, U., Davies, M.N. & Griffiths, M. 2006. Everquest – It's just a computer game right? An interpretative phenomenological analysis of online game addiction. In *Journal of Mental Health Addiction* 4, 205-216.
- Clay, D., Vignoles, V.L. & Dittmar, H. 2005. Body image and self-esteem among adolescent girls: testing the influence of sociocultural factors. *Journal of Research on Adolescence* 1, 451-477
- Cogan, J., Bhalla, S., Sefa-Dedeh, A., Rothblum, E. 1996. A comparison study of United States and african students on perceptions of obesity and thinness. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 98-113.
- Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. 2000. Handbook of qualitative research. California: Thousand Oaks, Sage.

- Dey, I. 1993. Qualitative data analysis. User-friendly guide for social scientists. London: Routledge.
- Eco, U. 2008. Kauneuden historia. Helsinki: WSOY.
- Ehrlén, V. 2013 Liikunta ja tiede. 50. 4/ 13. 48-50.
- Fyysisen aktiivisuuden suositus kouluikäisille 7–18-vuotiaille. Lasten ja nuorten liikunnan asiantuntijaryhmä. 2008. Opetusministeriö, Nuori Suomi ry. Helsinki: Reptalo Lauttasaari Oy.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8. Uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Global web index. 2013. Viitattu 16.4.2015. <http://blog.globalwebindex.net/facebook-teens>
- Goodson, I., Knobel, M., Lankshear, C. & Mangan, J.M. 2002. Cyber spaces/social spaces: Culture clash in computerized classrooms. New York: Palgrave MacMillan.
- Grogan, S. 1999. Body Image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children. Taylor & Francis e-Library, 2001.
- Gruneau, R (1993) The critique of sport in modernity: theorising power, culture and the politics of the body. Teoksessa E. Dunning, JA Maguire, ja RE. Pearton (toim.) The sport process: A comparative and developmental approach. Champaign, IL: Human kinetics.
- Haasio, A & Haasio, M. 2008. Pulpetit virtuaalivirrassa. BTJ kustannus.
- Haglund, B., Huupponen, T., Ventola, A-L. & Hakala-Lahtinen, P. 2009. Ihmisen ravitseminen. Helsinki: WSOY-pro Oy. 134-136.
- Hargreaves, J. (1987) The body, sport and power relations. Teoksessa J. Horne, D. Jary ja A. Tomlinson (toim.) Sport, leisure and social relations. London: Routledge & Kegan Paul.
- Hautala, T. & Jyrkkänen, L. 2011. Yläkoulun oppilaiden ja opettajien käsityksiä uusmedian hyödyntämisestä opetuksessa. Jyväskylän yliopisto. Kielten laitos. Pro gradu -tutkielma.

- Helsingin yliopisto. 2005. Verkko-opetuksen tukitiimi. Viitattu 19.8.2014.
<http://www.cs.helsinki.fi/group/vertti/vertti/elearn0.shtml>
- Hietala, V. 1993. Kuvien todellisuus. Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hintikka, K. 2007. Web 2.0 -johdatus internetin uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin. TIEKE ry:n julkaisusarja, 28. Viitattu 16.4.2015.
http://www.tieke.fi/download/attachments/20218187/julkaisu_28.pdf
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Honey, M., Culp, K.M. & Carrigg, F. 1999. Perspectives on technology and education research: Lessons from the past and present. The secretary's conference on educational technology 1999: Evaluating the effectiveness of technology.
- Honkanen, P., Kangaspunta, S., Koponen, E-L., Tulkki, J. & Tuohinen, T. 2013. Ilmiöitä 2013 – Toimintaympäristön muutoksia, joita TEM ei voi väistää. TEM-analyseja. 46/2013. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki 2013.
- Huntemann, N. & Morgan, M. (2001). Mass media and identity development. Teoksessa Singer, D.G. & Singer, J.L. (Eds). Handbook of Children and the Media. California: Sage Publications.
- Huotari, P. 2004. Kaikki kunnossa? - Suomalaisen koululaisten fyysinen kunto vuosina 1976 ja 2001. Liikuntapedagogiikan lisensiaatin tutkimus. Jyväskylän yliopisto.
- Hämäläinen, J. 1987. Laadullinen sosiaalitutkimus käytännössä. Johdatus sosiaalitutkimuksen ”käsityötaitoon”. Kuopion yliopiston julkaisuja. Yhteiskuntatieteet. Tilastot ja selvitykset 2/1987. Kuopio.
- IImanen, K. 2013. Arvot liikuntakasvatuksessa. Teoksessa T. Jaakkola, J. Liukkonen & A.Sääkslahti (toim.) Liikuntapedagogiikka. Juva: 2013. 48-61.
- IItkonen, H. 2013. Nuorisokulttuuri ajassa, tilassa ja liikkeessä. Teoksessa T. Jaakkola, J. Liukkonen & A.Sääkslahti (toim.) Liikuntapedagogiikka. Juva: 2013. 74-95.
- Jaakkola, T., Liukkonen, J. & Sääkslahti, A. (toim.). 2013. Liikuntapedagogiikka. Juva: 2013. 20.

- Kalliala, E & Toikkanen, T. 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Finnlectura.
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media, *Business Horizons* 53, 59-68
- Kilpi, T. 2006. Blogit ja bloggaaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino oy. 3-4, 11, 17.
- Kinnunen, T. 2001. Ruumiiden ja tilojen kohtaaminen kuntosalilla ja aerobicissa. Teoksessa A. Puuronen, R. Välimaa (toim.) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus, 121-134.
- Kling, K.C., Hyde, J.S., Showers, C.J. & Buswell, B.N. (1999). Gender differences in self-esteem-A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125, 470-473.
- Koivusalo, I. 1982. Voimistelu maamme oppikoulujen oppiaineenavuosina 1843–1917. Lii kuntatieteellisen seuran julkaisuno: 83.
- Kortesuo, K. & Kurvinen, J. 2011. Blogimarkkinointi. Blogilla mainetta ja mammonaa. Helsinki: Talentum.
- Koski, P. 2013. Liikuntasuhde ja liikuntakasvatus. Teoksessa T. Jaakkola, J. Liukkonen & A.Sääkslahti (toim.) Liikuntapedagogiikka. Juva: 2013. 96-124.
- Kozinets, R. 2010. Netnography: doing ethnographic research online. London: SAGE.
- Knauss, C., Paxton, S. & Alsaker, F. 2008. Body dissatisfaction in adolescent boys and girls: objectified body consciousness, internalization of the media body ideal and perceived pressure from media. *Springer Science+Business Media, Sex Roles* 59, 633-643.
- Kurunmäki, K. 2007. Vertailu. Teoksessa M. Laine, J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) Tapaus tutkimuksen taito. Helsinki: Yliopistopaino, 74.
- Kuula, A. 2006. Tutkimusetiikka: Aineiston hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino. 188-189, 195, 206.
- Kärki, M. 2015. Constructing consumer femininities – a study of young female bloggers' portrayal of consumption in fashion blogs. University of Jyväskylä. Department of languages. Master's thesis.

- Laakso, L. 2007. Johdatus liikuntapedagogiikkaan ja liikuntakasvatukseen. Teoksessa P. Hei kinaro-Johansson & T. Huovinen. (toim.), Näkökulmia liikuntapedagogiikkaan (s.16-24). Helsinki: WSOY.
- Laiho, M. & Ruoho, I. 2005. Median merkitsemät. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Laine, M., Banberg, J. & Jokinen, P. 2007. Tapaustutkimuksen käytäntö ja teoria. Teoksessa M. Laine., J. Bamberg & P. Jokinen (toim.) Tapaustutkimuksen taito. Helsinki: Gaudeamus, 9-40.
- Lietsala, K & Sirkkunen, E. 2008. Social Media. Introduction to the Tools and Processes of Participatory Economy. Tampere: Tampereen Yliopisto. Viitattu 19.8.2014. ><http://uta17-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/6556/978-951-44-732-3.pdf?sequence=1>> Tampere: Vastapaino. 9-33.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. California, Beverly Hills: Sage.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. 1994. Qualitative data analysis. 2. Painos. California: Sage.
- Moilanen, P & Räihä, P. 2010. Merkitysrakenteiden tulkinta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus, 46-69.
- Mustajoki, Pertti 2013. Lihavuus. Lääkärikirja Duodecim. WWW-dokumentti. http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk00042&p Viitattu 10.11.2015.
- Mustonen, A. 2001. Mediapsykologia. Helsinki: WSOY.
- Mustonen, A. 2012. Sosiaalinen media psykologisenä kasvuympäristönä. Teoksessa Niemi, H. & Sarras, R. (toim.) Tykkää tästä! Opettajan ammattietiikkaa sosiaalisen median ajassa. Jyväskylä: PS-kustannus, 53-62.
- Myllyniemi, S. & Berg, P. Nuoria liikkeellä! Nuorten vapaa-aikatutkimus 2013. Kopijyvä.
- Nardi, B., Schiano, D., Gumbrecht, M. & Swartz, L. Why we blog. Communication of the acm. December 2004/Vol. 47. No. 12. 41-46.

- Norrena, J. 2013. Opettaja tulevaisuuden taitojen edistäjänä. ”Jos haluat opettaa noita taitoja, sinun on ensin hallittava ne itse”. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä studies in computing 169.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2011. Koulutus ja tutkimus vuosina 2011-2016. Kehittämissuunnitelma. Viitattu 8.9.2015. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja. http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/koulutuspolitiikka/linjaukset_ohjelmat_ja_hankkeet
- Palssa, A. 2014. Lihas on uusi laihuus. Terveystalo. Viitattu 16.4.2015. <http://www.terveystalo.com/fi/Ajankohtaista/Blogit/Lihas-on-uusi-laihuus/>
- Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2004. Viitattu 28.5.2015. http://www.oph.fi/download/139848_pops_web.pdf
- Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014. Viitattu 28.5.2015. http://www.oph.fi/download/163777_perusopetuksen_opetussuunnitelman_perusteet_2014.pdf
- Rantala, I. 2010. Laadullisen aineiston analyysi tietokoneella. Teoksessa J. Aaltola ja R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus, 106-126.
- Ronkainen, S., Pehkonen, L., Lindblom-Ylänne, S. & Paavilainen, E. 2011. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: WSOY. 108.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOT – menetelmäopetuksen tietovaranto. Kvantifiointi. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 27.5.2015. http://www.fsd.uta.fi/metodimaopetus/kvali/L7_3_3.html.
- Saarela-Kinnunen, M. & Eskola, J. 2001. Tapaus ja tutkimus = tapaustutkimus? Teoksessa J. Aaltola ja R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus, 158-169.

- Salmenkivi, S & Nyman, N. 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki:Talemum.
- Salokoski, T. & Mustonen, A. 2007. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin -katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -säätelyn käytäntöihin. Mediasvatusseuran julkaisu 2/2007.
- Sosiaalisen median sanasto. 2010. Sanastokeskus TSK ry:n verkkojulkaisu. Helsinki 14.5.2010.
- Suuri blogitutkimus 2014. Media- ja markkinointitalo Aller & asiakasymmärrystoimisto Kopla.
- Terveyttä ruoasta. Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014. Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014. Tampere: Juvenes Print oy - Suomen yliopistopaino oy.
- Tilastokeskus. 2012. Tieto- ja viestintäteknikan käyttö 2012. Viitattu 7.3.2014. <URL: http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2012/sutivi:2012_2012-11-07:fi.pdf>
- Tolonen, T. 2001. Tyttöjen käsityksiä ihannenaiveudesta. Teoksessa A. Puuronen, R. Välimaa (toim.) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus, 73-88.
- Tovee, M. & Cornelissen, P. 2001. Female and male perceptions of female physical attractiveness in front-view and profile. *British Journal of Psychology* 92, 391-402.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 6. uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2011. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 7. Uudistettu painos. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Valli, R. 2010. Mitä numerot kertovat? Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus, 222-235.

- Valtari, M. 2005. Ulkonäön merkitys, elämän tavoitteet ja niiden yhteydet kulutukseen. Teoksessa Wilska, T-A (toim.) Erilaiset ja samanlaiset, nuorisobarometri 2005. Helsinki: Yliopistopaino, 82-97.
- Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.
- Välmaa, R. 2001. Nuoret ja ulkonäön merkitys. Teoksessa A. Puuronen, R. Välmaa (toim.) Nuori ruumis. Helsinki: Gaudeamus, 89-106.
- Weissenfelt, J., Huovinen, J. 2013. Sosiaalinen media ja nuoret. Ebrand Suomi oy.
- World Health Organization. 2012. Health behaviour on school-aged children (hbsc) study: international report from the 2009/2010 survey. Social determinants of health and well-being among young people.
- Östman, S. 2013. ”2005 - Tietoyhteiskunnasta kansalaisjournalismiin”. Teoksessa Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski & Riikka Turtiainen: Sosiaalisen median lyhyt historia. 67-87. Gaudeamus oy.
- Östman, S. 2013. ”2009 – Hömpäharrastuksen haltuunotto”. Teoksessa J. Suominen, S. Östman, P. Saarikoski & R. Turtiainen: Sosiaalisen median lyhyt historia 171-201. Gaudeamus oy.

