

Heli Kunttu

**SOSIAALISEN MEDIAN KOUKUTTAVUUS JA SEN
NEGATIIVISET VAIKUTUKSET KÄYTTÄJÄN
PSYYKKISEEN JA SOSIAALISEEN HYVINVOINTIIN**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
INFORMAATIOTEKNOLOGIAN TIEDEKUNTA
2022

TIIVISTELMÄ

Kunttu, Heli

Sosiaalisen median koukuttavuus ja sen negatiiviset vaikutukset käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2022, 30 s.

Tietojärjestelmätiede, kandidaatintutkielma

Ohjaaja: Lampi, Anna

Sosiaalinen media on yleistyttyään tuonut mukanaan positiivisia mahdollisuuksia, mutta samalla sillä on huomattu olevan haittavaikutuksia ihmisten hyvinvointiin. Sosiaalisen median koukuttavuuden vuoksi käyttäjät voivat tulla riippuvaisiksi sen käytöstä, ja käyttöön liittyvän tahdonvoiman on tutkittu vähentyneen sekä käytön aikaisen ajantajun menettämisen yleistyneen. Sovellusalustoihin on tarkoituksenmukaisesti suunniteltu sovelluskehityksellisiä, käyttäjiä koukuttavia ominaisuuksia. Tässä kirjallisuuskatsauksessa paneuduttiin sosiaalisen median teknisiin koukuttaviin piirteisiin. Lisäksi selvitettiin sosiaalisen median koukuttavuuden negatiivisia vaikutuksia käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Tutkielma toteutettiin systemaattisena kirjallisuuskatsauksena, ja se pyrki vastaamaan seuraaviin kysymyksiin: mitkä ovat sosiaalisen median koukuttavat piirteet ja mitä negatiivisia vaikutuksia sosiaalisen median koukuttavuudella on käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Tutkielmassa selvisi, että sosiaalisen median sovellusalustoissa on viisi erityisen koukuttavaa piirrettä: käyttäjän odottamaton palkitseminen, sisällön päättymättömyys, ilmoitukset, kohdennettu sisältö sekä käyttäjän panostaminen sovellukseen. Koukuttavuudella voi olla käyttäjille monenlaisia negatiivisia seurauksia, kuten sosiaalinen vertailu ja siitä aiheutunut ahdistuneisuus ja masentuneisuus, syrjäytyminen, huono itsetunto, omaan elämään tyytymättömyys sekä erilaiset ihmissuhdeongelmat. Tulokset osoittivat, että sosiaaliseen mediaan koukuttuminen on yksilöllistä ja yksilön omilla haavoittuvuuksilla on vaikutusta siihen, kuinka vahva riippuvuus hänelle syntyy. Sovellusalustat on kuitenkin tietoisesti suunniteltu olemaan addiktoivia ja käyttämään hyväkseen ihmisen psykologisia haavoittuvuuksia.

Asiasanat: sosiaalinen media, verkkoyhteisöpalvelut, koukuttavuus, psyykkinen hyvinvointi, sosiaalinen hyvinvointi

ABSTRACT

Kunttu, Heli

The addictiveness of social media and its negative impacts on user's mental and social well-being

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2022, 30 pp.

Information Systems, Bachelor's Thesis

Supervisor: Lampi, Anna

Social media has its positive sides but at the same time it has been recognized to have adverse effects on people's well-being. Due to the addictiveness of social media, users can end up using it in a problematic way or become addicted to its use: users may not have control of the use and they may start losing the track of time while being in social media. Social media platforms have been specifically designed to be addictive and exploit human psychology, and that is one of many reasons why social media use has become an automated habit for people. This study was conducted as a systematic literature review. The purpose of this study was to show the addictive features of social media and what kind of negative effects the addictiveness has on users' mental and social well-being. Five particularly addictive features were found: unexpected social rewards, endless scrolling, push-notifications, targeted content, and endowment effect. On its users, social media has negative effects such as social comparison, anxiety, depression, low self-esteem, and social isolation. Hence, the addictiveness can be harmful to both mental and social well-being.

Keywords: social media, social networking sites, addictiveness, mental health, social well-being

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	5
2	SOSIAALISEN MEDIAN KOUKUTTAVUUS.....	9
2.1	Sosiaalinen media ja verkkoyhteisöpalvelut	9
2.2	Koukuttavat ominaisuudet	10
2.2.1	Odottamattomat palkinnot	11
2.2.2	Sisällön päättymättömyys.....	13
2.2.3	Ilmoitukset.....	14
2.2.4	Kohdennettu sisältö	14
2.2.5	Panostaminen ja investoiminen	15
3	KOUKUTTAVUUDEN NEGATIIVISET VAIKUTUKSET KÄYTTÄJÄN PSYKKISEEN JA SOSIAALISEEN HYVINVOINTIIN.....	17
3.1	Vaikutukset psyykkiseen hyvinvointiin.....	19
3.2	Vaikutukset sosiaaliseen hyvinvointiin.....	21
4	YHTEENVETO	24
	LÄHTEET	27

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median ja verkkoyhteisöpalvelujen käyttö on kasvanut 2000-luvun aikana voimakkaasti, ja ne ovat yleistyneet osaksi jokapäiväistä arkeamme. Tilastokeskuksen (2021) vuosittain julkaisemassa Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö -tutkimuksessa selvitetään muun muassa eri ikäluokkien sosiaalisen median käyttöastetta. Vuoden 2021 tutkimuksessa ilmeni, että 70 prosenttia koko väestöstä käyttää yhteisöpalveluja ja 16–34-vuotiaiden nuorten ja nuorten aikuisten joukossa käyttäjiä on peräti 93 prosenttia (Tilastokeskus, 2021).

Sosiaalinen media on tuonut mukanaan lieveilmiöitä, kuten sosiaalisen vertailun ja ongelmallisen sosiaalisen median käytön. Tutkimuksessaan Ruhala (2022) on todennut, että sosiaalisen median käytöstä on tullut käyttäjilleen ikään kuin rutiini, automaatio tai tapa, jota käyttäjät toteuttavat huomaamattaan. Käytön hallinnan menettäminen ilmeni tutkimuksessa esimerkiksi käytön aikaisen ajantajun häviämisen tunteena ja käyttöä hallitsevan tahdonvoiman menettämisenä (Ruhala, 2022). Sosiaalisella medially ja sen sovelluksilla on niin suuri veto-voima käyttäjiinsä, että vaikka käyttäjät tiedostavat tuhlaavansa liikaa aikaa yhteisöpalveluissa, he eivät täysin pysty lopettamaan niiden käyttöä.

Ylen (Ihalainen, 2020; Karppinen, 2021) uutisoinnin mukaan sosiaalinen media on lisännyt supersuorittamista yhteiskunnassamme, ja tämän myötä tapahtuva paineistaminen saa ihmiset voimaan henkisesti huonommin. Kun yhteisöpalveluissa jaetaan sisältöä ylisuorittamisesta, sosiaalinen vertailu voi saada muut käyttäjät kokemaan riittämättömyyden tunteita itsessään. Sosiaalinen media ei enää tarjoile ainoastaan ulkonäköpaineita, vaan paineet ulottuvat myös muille elämän osa-alueille. Ylisuorittaminen näkyy opiskelijaterveydenhuollon vastaanotolla uupumisena ja voimien loppumisena, kun palautumiselle ei enää jää aikaa. (Ihalainen, 2020.) Ihmisten psyykinen hyvinvointi kärsii, kun sosiaalisen median luomien paineiden ansiosta oman elämän suoritukset eivät tunnu riittäviltä. Erilaisten sisältöjen jatkuvalla katselulla on myös vaikutus tarkkaavaisuuden keston lyhenemiseen, eivätkä ihmiset enää siedä pitkästyminen tai jaksaa keskittyä asioihin. (Karppinen, 2021.) Ihmiset päätyvät nykyään tylsistymisen, odottamisen tai toimettomuuden sijaan käyttämään sosiaalista mediaa ajanvietteenään (Brailovskaia, Schillack & Margraf, 2020).

Sosiaalisen median vaikutus ihmisten hyvinvointiin, ajankäyttöön ja käsitykseen itsestä ja elämästä vaikuttaa olevan suurempi kuin mitä sen tiedostetaan olevan. Tämä tekee aiheen tutkimisesta ajankohtaista ja tärkeää. Sosiaalisen median käyttö voi aiheuttaa ongelmia ja säröjä ihmisten psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Aiheeseen liittyvien ongelmien tutkiminen ja tunnistaminen mahdollistaa jatkotoimenpiteet niiden korjaamisen ja ehkäisemisen kehittämiseksi.

Tässä kandidaatintutkielmassa tutkittiin sosiaalisen median koukuttavia piirteitä ja niiden negatiivisia vaikutuksia käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Tutkielma pyrki vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitkä ovat sosiaalisen median koukuttavat piirteet?
- Mitä negatiivisia vaikutuksia sosiaalisen median koukuttavuudella on käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin?

Tutkielma toteutettiin Salmisen (2011) esittämänä systemaattisena kirjallisuuskatsauksena, jota pidetään tiivistelmänä tietystä aihepiiristä tehtyjen aiempien tutkimusten olennaisimmasta sisällöstä. Systemaattisen kirjallisuuskatsauksen tavoitteena on kartoittaa keskustelua ja seuloa esiin tulosten kannalta tärkeitä tutkimuksia (Salminen, 2011). Systemaattinen kirjallisuuskatsaus valikoitui tutkielman tyyliksi siksi, että lähdemateriaalin kartoittaminen systemaattisesti vaikutti tehokkaimmalta tavalta käydä julkaisuartikkeleja läpi, ja kirjallisuuskatsausta on yleisesti pidetty sopivana kandidaatintutkielman laajuuteen nähden. Systemaattisen kirjallisuuskatsauksen tärkeimmät päätavoitteet ovat Petticrew'n (2001) mukaan tiettyyn kysymykseen vastaaminen, tutkimusten valintaan ja sisällyttämiseen liittyvän harhan vähentäminen, valittujen tutkimusten laadun arvioiminen sekä tutkimusten objektiivinen tiivistäminen. Tämä tutkielma vastasi tutkimuskysymyksiin, ja siihen sisällytettyä lähdemateriaalia arvioitiin ja seulottiin tiettyjen kriteerien mukaisesti. Valitun lähdemateriaalin olennainen sisältö tiivistettiin tähän tutkielmaan objektiivisuuteen pyrkien.

Tutkielman luomisprosessi mukaili Finkin (2005) seitsenvaiheista mallia systemaattisen kirjallisuuskatsauksen toteuttamiseksi: Ensimmäisenä asetettiin tutkimuskysymys, minkä jälkeen aiheesta etsittiin lähdemateriaalia erilaisia tietokantoja hyödyntäen. Hakutermistöä pyrittiin tarkentamaan materiaalia etsiessä niin, että valtaosa hakutuloksista olisi tutkimuskysymystä vastaavia. Oikeanlaisten hakutulosten löydyttyä niitä seulottiin sekä käytännöllisesti sisällön ja julkaisujankohdan mukaan että metodologisesti tieteellistä laatua arvioiden. Laadukkaimman lähdemateriaalin valikoiduttua kirjallisuuskatsauksen kirjoittamisprosessi alkoi ja tuloksia syntetisoitiin tämänhetkistä tietoa raportoimalla ja löydöksiä selittämällä. Varsinaisen tulossynteessin valmistuttua tunnistettiin tutkielman rajallisuus ja nimettiin jatkotutkimusaiheet ilmiön osalta.

Aiheen ulkopuolelle rajattiin sosiaalisen median yleiset piirteet, sosiaalisen median positiiviset vaikutukset sekä vaikutukset käyttäjän fyysiseen hyvinvointiin. Koukuttavia piirteitä käsiteltiin vain sovellusalojen teknisten ominaisuuksien näkökulmasta, jolloin psykologiset, yksilön persoonasta peräisin olevat syyt käyttäjä sosiaalista mediaa jäivät rajauksen ulkopuolelle.

Lähteiden etsimiseen käytettiin hakutermejä (social media OR sns) AND addict*, (social media OR sns) AND mental health, social media addict* design, social media addict* feature, social media AND health AND (effect* OR impact) sekä näiden hakutermin yhdistelmiä. Joitakin hakuja suoritettiin alkuun suomeksi, mutta hakuprosessin kunnolla käynnistyttyä haut suoritettiin valtaosin englanniksi. Hakutietokantoina käytettiin Google Scholaria, Scopusta ja Springeriä. Aiheeseen liittyvien artikkelien lähdekirjallisuuslistat sisälsivät lisää joitakin aihepiirin hyödynnettäviä artikkeleita. Lähteitä seulottiin julkaisuajankohdan mukaan pääosin viimeisen kymmenen vuoden sisällä julkaistuista artikkeleista. Sisällön osuvuuden mukaisesti lähteitä seulottiin rajaamalla pois muun muassa sosiaalisen median positiiviset vaikutukset sekä pelkästään netti- tai älypuhelinriippuvuuteen keskittyvät artikkelit. Keskusteltaviin piirteisiin liittyvistä artikkeleista valikoitiin vain teknisiä sovellusalustojen ominaisuuksia koskevia artikkeleita. Persoonapsykologiset syyt sosiaalisen median käyttämiselle seulottiin pois. Lähteistä valittiin yleisesti olennaisimmat ja luotettavimmat artikkelijulkaisut, jotka ovat vertaisarvioituja, ja jotka on sisällytetty johonkin tieteenalan julkaisuun. Julkaisufoorumin luokittelun mukaan valtaosa lähdemateriaalin tieteellisistä artikkeleista on johtavaa tasoa 2 sekä perustasoa 1. Koska tutkimusaihe on ajankohtainen ja uusi, suurin osa lähteistä on hyvin tuoreita ja julkaistu viime vuosien aikana. Lähteitä löytyi reilusti sosiaalisen median vaikutuksista erityisesti nuorten mielenterveyteen, mutta myös ihmisiin yleisesti. Haastavampaa oli löytää teknisiä, sovelluskehityksellisiä piirteitä, joilla luodaan sosiaalisen median koukuttavuutta. Lähteiden sisältämä informaatio oli keskenään hyvin samankaltaista ja yhtenevää.

Tutkielmassa selvisi, että sosiaalisen median sovellusalustoissa on viisi erityisen koukuttavaa piirrettä: käyttäjän odottamaton palkitseminen, sisällön päättymättömyys, ilmoitukset, kohdennettu sisältö sekä käyttäjän panostaminen sovellukseen. Koukuttavuudella voi olla monenlaisia negatiivisia seurauksia käyttäjille, kuten sosiaalinen vertailu ja siitä aiheutunut ahdistuneisuus ja masentuneisuus, syrjäytyminen, huono itsetunto ja epävarmuus, omaan elämään tyytymättömyys sekä erilaiset ihmissuhdeongelmat. Tulokset osoittavat, että sosiaaliseen mediaan koukuttuminen on yksilöllistä ja yksilön omilla haavoittuvuuksilla on osansa siihen, kuinka vahva riippuvuus hänelle syntyy. Sovellusalustat on kuitenkin tietoisesti suunniteltu olemaan addiktoivia ja käyttämään hyväkseen ihmisen psykologisia haavoittuvuuksia. Sosiaalisen median käytöstä voi sen koukuttavuuden vuoksi tulla käyttäjilleen tiedostamaton ja automatisoitu rutiini. Sosiaalisen median koukuttavuuden negatiiviset vaikutukset ovat laajoja ja voivat johtaa vakaviin ilmiöihin kuten itsetuhoisuuteen.

Tutkielman rakenne sisältää johdannon, kaksi sisältöluvua ja yhteenvedon. Johdannossa esitellään aihe ja motivoidaan sen tutkimistarpeet käytännön ja tutkimuksen näkökulmista, käsitellään tutkimuksen tarkoitus ja toteutus sekä tutkimuskysymykset, tutkimuksen merkittävimmät tulokset ja esitellään tutkimuksen sisältö pääpiirteissään sisältöluvuittain. Ensimmäisessä sisältöluvussa vastataan ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, määritellään aiheeseen liittyvä termistö, käsitellään sosiaalisen median koukuttavuutta ja perehdytään sovellusten

viiteen erilaiseen koukuttavaan ominaisuuteen. Toisessa sisältöluvussa käsitellään psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin termit sekä esitellään sosiaalisen median koukuttavuuden negatiiviset vaikutukset käyttäjänsä psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin eli vastataan toiseen tutkimuskysymykseen. Tutkielman yhteenvedossa kerrataan tutkielman sisältö ja kuinka tutkielma toteutettiin, mihin kysymyksiin sillä pyrittiin vastaamaan sekä millaisiin tuloksiin tutkielmassa päädyttiin. Yhteenvedossa käydään läpi myös tutkielman rajoitteet ja nimetään ilmiön jatkotutkimusaiheet.

2 SOSIAALISEN MEDIAN KOUKUTTAVUUS

Sosiaalinen media koukuttaa ihmisiä eri tavoin yksilöstä riippuen. Toiset ihmiset koukuttuvat addiktoiviin asioihin otollisemmin kuin toiset. Koukuttumisen ja addiktion taustalla voi olla yksilön persoonaan liittyviä taipumuksia ja erityisiä haavoittuvuuksia, jotka edesauttavat riippuvuuden syntymistä tai jopa aiheuttavat sitä. Sosiaalisen median koukuttavuus on kuitenkin myös sovelluskehittäjien tietoisesta suunnittelusta johtuvaa. Tässä sisältöluvussa keskitytään sosiaalisen median koukuttaviin piirteisiin sovelluskehityksellisestä ja teknisestä näkökulmasta. Lisäksi perehdytään tarkemmin viiteen eri ominaisuuteen, joita sovelluksiin on upotettu käyttäjien koukuttamiseksi ja huomion kiinnittämiseksi.

2.1 Sosiaalinen media ja verkkoyhteisöpalvelut

Tässä tutkielmassa sosiaalisen median koukuttavuutta käsitellään erityisesti verkkoyhteisöpalvelujen näkökulmasta. Moni mieltää verkkoyhteisöpalvelun ja sosiaalisen median termit synonyymeiksi toisilleen, vaikka tarkemman määrittelyn mukaan verkkoyhteisöpalvelut ovat vain yksi sosiaalisen median osa-alueista. Sosiaalisella medialla viitataan kuitenkin sekä arkikielessä että varhaisissa tutkimuksissa usein yhteisöpalveluihin, ja siksi näitä termejä on yhä sallittua käyttää tarkoittamaan samaa asiaa. (Tanner, Radwan, Korhonen & Mustonen, 2020.)

Sosiaalinen media voidaan määritellä usein eri tavoin ja useista eri näkökulmista. Obarin ja Wildmanin (2015) määrittelyn mukaan sosiaalisella medialla tarkoitetaan Web 2.0 -teknologian mukaisia internet-pohjaisia sovelluksia, joiden sisältö on käyttäjien itsensä luomaa. Yksilöt ja ryhmät voivat luoda sovellukseen käyttäjäkohtaisia profiileja, ja näitä profiileja yhdistämällä mahdollistetaan sosiaalisten verkostojen muodostuminen (Obar & Wildman, 2015). Lietsala ja Sirkkunen (2008, s. 24) puolestaan määrittelevät sosiaalisen median vuorovaihtuslähtöisemmin viiden pääpiirteen mukaisesti:

1. Sisällön jakamiselle on olemassa yhteinen virtuaalinen tila.

2. Virtuaaliseen tilaan osallistuvat henkilöt luovat, jakavat tai arvioivat kai-
ken tai suurimman osan sisällöstä itse.
3. Toiminta perustuu sosiaaliseen vuorovaikutukseen.
4. Kaikella sisällöllä on oma URL-osoite, jolla se on yhdistettävissä ulkoisiin
tietoverkkoihin.
5. Jokaisella aktiivisesti osallistuvalla sivuston jäsenellä on oma profiilisi-
vunsa, jonka kautta kytketyminen muihin ihmisiin, sisältöön, sovelluk-
siin ja itse sovellusalustaan on mahdollista. (Lietsala & Sirkkunen, 2008, s.
24.)

Erilaisille sosiaalisen median määritelmille yhteisiä piirteitä ovat mahdollisuus sosiaalisten verkkojen muodostamiselle ja ylläpitämiselle sekä yhteisöllinen tie-
don tuottaminen, jakaminen ja arviointi (Tanner ym., 2020). Sosiaalisen median
määritelmä on muuttuva, sillä sen sisältö ja piirteet uudistuvat ja mukautuvat
jatkuvasti käyttäjien ja sovelluskehittäjien toiminnan mukaan.

Verkkoyhteisöpalvelun (engl. *social network service* tai *social network site*, SNS)
määritelmän voidaan todeta olevan hyvin samantapainen kuin sosiaalisella me-
dialla. Lawler ja Molluzzo (2010) kuvaavat verkkoyhteisöpalvelun olevan erään-
lainen sijainti, jonne käyttäjät luovat oman sivun, jossa he jakavat tiedostojaan,
ideoitaan ja informaatiotaan muiden palvelun käyttäjien kesken. Verkkoyhteisö-
palvelun kuvataan olevan yksi väline sosiaaliseen verkostoitumiseen ja verkos-
toitumissuhteen ylläpitämiseen (Lawler & Molluzzo, 2010). Nykypäivän suositu-
tuja verkkoyhteisöpalveluja ovat esimerkiksi Facebook, Twitter, Instagram ja
TikTok.

2.2 Koukuttavat ominaisuudet

Sosiaalisen median palvelut pitävät sisällään monia suunnitelmallisia ominai-
suuksia, joilla yksilöt saadaan sitoutumaan pitkäaikaisiksi palvelun käyttäjiksi
heti ensikokeilusta alkaen. Tanner ym. (2020) nimeävät yleisiksi sosiaalisen me-
dian koukuttavuuden syiksi muun muassa jatkuvasti uudistuvat ja päivittyvät
sisällöt, toimintojen vastavuoroisuuden ja sosiaaliset palkinnot sekä mahdolli-
suuden päästä digitaalisten medioiden ääreen ajasta ja paikasta riippumatta. In-
formaatiosisällön jatkuva uusiutuvuus luo käyttäjälle halun tai jopa riippuvuu-
den selata uutissyötteen uusimpia päivityksiä (Salo, Pirkkalainen & Koskelai-
nen, 2019). Reaaliaikaisesti päivittyvä sisältö antaa sovelluksen käyttäjälle välit-
tömiä mielihyvän kokemuksia ja täyttää viiveettä sosiaaliset, älylliset tai kulu-
tukseen liittyvät tarpeet (Tanner ym., 2020). Sosiaalinen media ja sen tarjoamat
yhteisölliset verkostot ovat jatkuvasti käyttäjien saatavilla ja käytettävissä missä
ja milloin tahansa. Näin ollen käyttäjän ei koskaan tarvitse kokea olevansa yksi-
näinen tai tylsistynyt, sillä hänellä on aina mahdollisuus siirtyä virtuaalitodelli-
suuteen täyttämään esimerkiksi sosiaaliset tarpeensa tai torjua ikävät tunteensa
sosiaalisen median tarjoaman sisällön avulla.

Sosiaalisen median alustat on suunniteltu olemaan addiktoivia ja käyttämään hyväkseen ihmisen psykologisia haavoittuvuuksia (Bhargava & Velasquez, 2020; Purohit, Barclay & Holzer, 2020). Sovellukset kykenevät esimerkiksi vaikuttamaan käyttäjän valintoihin tarjoamalla jotakin tiettyä toimintoa, ja tällä tavoin pyrkivät helpottamaan toiminnon suorittamista ja kasvattamaan sen toteutumisen todennäköisyyttä (Eyal & Hoover, 2014). Palveluiden kaupalliset tuottajat pyrkivät saamaan käyttäjiltään huomiota ja pitämään sitä yllä (Tanner ym., 2020), minkä myös Griffiths (2018) tuo esiin huomiotalouden termin kautta. Sosiaalisen median sovelluksissakin esiintyvää huomiotaloutta voidaan pitää tilana, jossa yksilöiltä halutaan huomiota, ja tätä huomiota myydään edelleen esimerkiksi mainospaikkoina sosiaalisen median alustoilla. Mitä enemmän sosiaalisen median palvelu kerää huomiota, sitä enemmän mainokset saavat näkyvyyttä ja sitä enemmän mainospaikoista voidaan pyytää rahaa. (Griffiths, 2018.) Kaupallinen näkökulma on suuri syy sille, minkä takia sosiaalisen median palveluista tehdään mahdollisimman houkuttavia ja kiinnostavia käyttäjille. Sosiaalisen median yritykset hyötyvät rahallisesti huomiosta, jonka he ovat onnistuneet käyttäjänsä koukuttamalla saamaan itselleen.

Mujican, Crowellin, Villanon ja Uddinin (2022) mukaan sosiaalisen median yritykset maksimoivat alustojensa potentiaalin kolmella erityisellä tavalla: visuaalisuudella, tiedon keräämisellä sekä käyttäjän mielen ennustamisella. Käyttöliittymän visuaalisessa suunnittelussa otetaan huomioon, että käyttöliittymä itsessään on houkutteleva ja kiinnittää sekä ylläpitää käyttäjän huomion. Tiedonkeruukäytännöillään yritykset keräävät suuria määriä dataa käyttäjistä ja heidän käytöksestään. Kerätyn datan perusteella tehdään tarkkoja ennusteita käyttäjien demografisista tiedoista ja mieltymyksistä. Algoritmit hyödyntävät yksilön ennakoituja mieltymyksiä ja luovat niiden pohjalta käyttäjälle mahdollisimman kiinnostavaa sisältöä tarjoavan henkilökohtaisen syötteen. (Mujica ym., 2022.) Tämä kohdennetun sisällön piirre esitellään tarkemmin tämän tutkielman luvussa 2.2.4.

Sosiaalisen median koukuttavat piirteet ovat pääosin näkyvissä olevia ominaisuuksia käyttäjien silmien edessä, mutta silti suuri osa käyttäjistä ei tiedosta niiden olemassaoloa tai etenkin niiden aiheuttamaa koukuttavaa vaikutusta. Tämä viestii siitä, että sosiaalisen median yritykset ovat onnistuneet palveluidensa suunnittelussa ja kehittämisessä: ne ovat saaneet rutinoitua ja automatisoitua ihmisten tavan käyttää palvelua. Seuraavissa alaluvuissa käsitellään syvemmin ja perusteellisemmin viittä eri sosiaalisen median koukuttavaa ominaisuutta, jotka nousivat esiin useissa eri lähdemateriaaleissa.

2.2.1 Odottamattomat palkinnot

Sosiaalisessa mediassa tykkääminen ja kommentointi ovat osa vuorovaikutuksellista kanssakäymistä. Muiden antamia tykkäyksiä tai kommentteja pidetään odottamattomina palkintoina niitä vastaanottavalle käyttäjälle, sillä niiden toteutumista tai määrää ei ole mahdollista ennakoita. Griffiths (2018) sekä Eyal ja Hoover (2014) kertovat, että käyttäjä saadaan palaamaan sosiaalisen median alustoille epäsäännöllisen palkitsemisen avulla. Palkkiot tulee suunnitella niin,

että käyttäjä kokee ne tarpeeksi tyydyttävinä, mutta jää silti kaipaamaan niitä lisää (Eyal & Hoover, 2014). Käyttäjä saattaa esimerkiksi odottaa, toisiko seuraavaksi saapuva ilmoitus hänelle mielihyvää jonkinlaisen positiivisen reagoinnin kuten tykkäyksen muodossa (Griffiths, 2018). Koska ilmoitus voi olla joko palkitseva tai ei-palkitseva, sen arvo on arvaamaton, ja siksi ilmoitus on käyttäjän mielestä tarpeellista tarkistaa joka tapauksessa (Mujica ym., 2022). Kyseinen ilmiö lisää rutiinin muodostumista ja edistää tapaa käydä sosiaalisessa mediassa tarkistamassa, odottaisiko siellä jokin viesti tai ilmoitus (Griffiths, 2018). Tämä johtaa siihen, että käyttäjä on kiinnostunut jokaisesta ilmoituksesta ja kokee tarpeelliseksi lukea niistä jokaisen, vaikka tiedostaisi, että joukossa on myös niin kutsuttuja turhia ilmoituksia. Ilmoitusten odottamattoman arvon kautta käyttäjä saadaan riippuvaiseksi ilmoituksista.

Alun perin Facebookiin suunniteltu tykkäysnappi on sittemmin otettu käyttöön myös muissa yhteisöpalveluissa kuten Instagramissa ja Twitterissä. Tykkäysnappi on lisännyt käyttäjien välistä sosiaalista vertailua: käyttäjät haluavat tietää, paljonko tykkäyksiä heidän julkaisunsa saavat ja onko määrä enemmän vai vähemmän kuin muilla käyttäjillä (Rosenthal-von der Pütten ym., 2019). Mitä enemmän käyttäjät saavat tykkäyksiä, sitä enemmän heidän itsetuntonsa kohoaa (Griffiths, 2018).

Tykkäysten keräämisen kautta tapahtuvan sosiaalisen kilpailun on tutkittu olevan yksi suurimmista syistä selfieiden julkaisemiselle (Griffiths, 2018). Käyttäjät saattavat sosiaalisen median käytöllään hakea sosiaalista hyväksyntää ympärillään olevilta ihmisiltä esimerkiksi julkaisemalla kuvia itsestään ja odottavat sitten saavansa reagoiteja niihin. Tykkäyksillä voidaan osoittaa sosiaalista ja yhteiskunnallista hyväksyntää (Griffiths, 2018). Positiivisen palautteen, kuten tykkäysten, muodossa saadun sosiaalisen hyväksynnän kokemisen on todettu olevan käyttäjälle palkitsevaa (Rosenthal-von der Pütten ym., 2019). On neurotieteellisesti todistettu, että ihmiset pitävät siitä, että he ovat pidettyjä (Montag, Lachmann, Herrlich & Zweig, 2019). Tykkäämisen on todettu olevan usein vastavuoroista: kun käyttäjä tykkää toisen käyttäjän julkaisusta, on todennäköistä, että sama tapahtuu myös toisinpäin (Griffiths, 2018). Tykkäyksen vastaanottaja voi kokea saavansa sosiaalista tukea tykkäyksen antajalta (Rosenthal-von der Pütten ym., 2019) ja saattaa myöhemmin kiitoksena tarjota sitä takaisinpäin tykkäyksinä. Tykkäysten aiheuttaman reaktion perusteella niitä voidaan pitää eräänlaisena sanattoman kommunikoinnin välineenä: niiden antamisella tai niiden antamatta jättämisellä voidaan tuottaa vastaanottajalle sekä positiivisia että negatiivisia tunteita.

Tykkäyksen, kommentin tai viestin vastaanottaminen välittää käyttäjän kehossa mielihyvähormoni dopamiinia: joka kerta, kun käyttäjä saa julkaisuunsa tykkäyksen tai kommentin, käyttäjä kokee dopamiiniannoksensa ansiosta vahvoja mielihyvän tunteita (Fox, 2018; Griffiths, 2018). Tykkäysnapin käyttöä onkin kärjistetysti kuvattu aivojen sosiaalisten palkitsemisjärjestelmien kaappaukseksi (Griffiths, 2018). Vaikka tykkäykset tai kommentit olisivat harvinaisia, pelkästään olemassa oleva mahdollisuus niiden toteutumiseen voi itsessään tuottaa tyydytystä (Tanner ym., 2020). Toteutumisen ennakoimista voidaan pitää ikään

kuin fantasiana halutusta palkkiosta, ja tämä on usein jopa tyydyttävämpää kuin itse palkinnon saavuttaminen (Mujica ym., 2022). Myös Griffiths (2018) mainitsee, että palkinnon odottaminen voi itsessään olla psykologisesti sekä fysiologisesti yksilöä tyydyttävää. On väitetty, että mobiilisovellusten avautumiseen kuluva muutama sekunti olisi tahallinen ominaisuus, jolla kasvatetaan käyttäjän ennakkoivia ja odottavia tunteita (Griffiths, 2018). Bhargavan ja Velasquezin (2020) väitteen mukaan sovelluksen avautuessa näkyvä latautumisviive olisikin eräs tapa tuottaa yksilölle ajoittaisia, muuttuvia palkkioita.

Sosiaalisen median palkitsemisjärjestelmää on useissa tutkimuksissa verrattu peliautomaatteihin. Mielihyvän odottaminen on verrattavissa peliautomaattien pelaamiseen, jota usein jatketaan tappioista huolimatta, sillä koskaan ei voi tietää, milloin voitto osuu omalle kohdalle (Griffiths, 2018). Bhargava ja Velasquez (2020) kertovat, että jotkin sovellusalojen elementeistä on suunniteltu jatkumona kasinojen peliautomaateille, sillä niitä seuraava kehitysaskel on ollut video- ja internetpelit, joiden jälkeen samoja suunnitteluelementtejä on käytetty nettisivuihin ja mobiilisovelluksiin. Esimerkiksi ”*pull-to-refresh*”-toiminnon, jolla sovelluksen sivua alaspäin vetämällä sivun sisällön saa päivitettyä reaaliaikaiseksi, on sanottu jäljittelevän peliautomaatin liikettä ja palkitsemisaikataulua. (Bhargava & Velasquez, 2020.)

2.2.2 Sisällön päättymättömyys

Yksi sosiaalisen median sovelluskeksinnöistä on sivun loppumaton selaaminen (engl. *endless scrolling*). Aiemmin verkkosivuja selatessa ensimmäisen sivun päätyttyä siirryttiin toiselle sivulle klikkauksella ja odotettiin uuden sivun latautumista, mutta sovelluskehityksen myötä erillisiä sivuja ei enää ole, vaan kaikki syöte tarjotaan yhdellä loppumattomalla sivulla automaattisesti ladattuna (Eyal & Hoover, 2014). Tanner ym. (2020) nimittää tätä sisällön päättymättömyydeksi. Palvelun tuottama uutisvirta ei pääty koskaan, mikä viestii aivoille keskeneräisyyttä, ja mikä puolestaan motivoi käyttäjää jatkamaan toimintaansa yhä edelleen (Tanner ym., 2020). Sivun päätyttyä ärsykeimpulssien virta katkeaa ja käyttäjä voi harkita selaamisen lopettamista tai sovelluksesta toiseen siirtymistä (Montag ym., 2019).

Sisällön päättymättömyys voi saada käyttäjän selaamaan ja vierittämään sivua yhä pidemmälle tiedostamattaan. Ihmisen aivot lajittelevat erilaiset toiminnot luonnollisesti alku-, keski- ja loppukategorioihin. Loputtomassa selaamisessa loppusignaalia ei ole, joten aivot eivät tiedä milloin pysähtyä. Tämän vuoksi ne jatkavat sen hetkistä toimintaansa niin kauan, kunnes saavat käskyn keskeytykselle. (Fox, 2018.) Bhargava ja Velasquez (2020) nimittävät ilmiötä pysähtymisvihjeeksi, joka löytyy usein perinteisiltä nettisivuilta: kun sivun loppu on saavutettu, käyttäjä saa mahdollisuuden valita, siirtyykö hän seuraavalle sivulle vai poistuuko hän nettisivuilta. Sovellusten poistettua tämän pysähtymisvihjeen ja tarjoamalla kaikki sivut peräjälkeen käyttäjä saadaan tiedostamattaan viettämään pidempiä aikoja kerrallaan palvelun parissa.

Sisällön päättymättömyyttä on sittemmin sovellettu myös videoiden loputtomaan suoratoistoon (engl. *endless streaming; auto-play*): kun yksi video päättyy,

seuraava saman aihepiirin video alkaa automaattisesti ilman käyttäjän aktiivista toimintaa (Montag ym., 2019).

2.2.3 Ilmoitukset

Uudesta, juuri saapuneesta ilmoituksesta viestivä älypuhelimien näyttöön syytyvä valo tai kuuluvasti kilahtava merkkiäänä vie yksilön ajatukset välittömästi tosimaailman tapahtumista sosiaalisen mediaan. Push-ilmoitukset (engl. *push notifications*) eli reaaliaikaiset ilmoitukset käyttäjää mahdollisesti kiinnostavista tapahtumista ovat yksi keino saada yksilö koukuttumaan sosiaalisen median palveluun (Tanner ym., 2020). Ilmoitukset voivat ilmestyä sovelluksesta työpöydälle tai älypuhelimien ruudulle äänen tai värinän kera. Häiritsevät äänet vievät huomiota todelliselta maailmalta ja vetävät yksilön mukanaan online-maailmaan (Griffiths, 2018). Ilmoitusten on todettu ruokkivan sosiaalisen median riippuvuuden syntyä (Tanner ym., 2020). Ne saavat käyttäjän lisäämään sovelluksen käyttökertoja sekä vahvistamaan henkilökohtaista yhteyttä sovellukseen (Salo ym., 2019). Griffithsin (2018) mukaan ihminen reagoi älypuhelimien ääniärsykkeisiin eli soimiseen, viestiäänäniin tai värinään usein lähes automaattisesti katsomalla, mistä ääni johtui. Tätä kutsutaan triggeriksi rutiiniin, jota kohti sosiaalisen median yhtiöt pyrkivät käyttäjiään ajamaan (Griffiths, 2018). Triggeriksi nimitetään ärsykettä, joka saa yksilön toimimaan tietyllä tavalla.

Eyal ja Hoover (2014) ovat jakaneet ärsykkeet sisäisiin ja ulkoisiin triggereihin. Sisäiset triggerit perustuvat ajatuksiin, tunteisiin sekä jo olemassa oleviin rutiineihin. Sovelluksen tuottamia ilmoituksia voidaan pitää ulkoisina triggerinä, jotka saavat käyttäjän palaamaan sovelluksen pariin kerta toisensa jälkeen. Kun yksilö on ulkoisten triggerien avulla saatu sitoutettua palvelun käyttäjäksi, sisäiset triggerit kuten tylsyyden tunne saavat käyttäjän automaattisesti ajattelemaan, että sovelluksen käyttäminen on ratkaisu ongelmaan. Näin yksilöt saadaan käyttämään palvelua ilman ulkoisten triggerien tarvetta. (Eyal & Hoover, 2014.)

Tykkäykset, kommentit ja muut vastaavat sosiaalisen median tapahtumat aiheuttavat ilmoituksia, joiden merkittävyyttä kuvataan usein punaisella värillä. Punaisen värin on todettu kasvattavan jonkin huomionarvoisen asian odottamista yksilössä, ja se saa käyttäjältä paremman vasteen kuin mikään muu ilmoituksissa käytetty väri. Yksilön on vaikeaa olla reagoimatta punaisella värillä merkittävyyden ilmoitukseen. (Mujica ym., 2022.)

2.2.4 Kohdennettu sisältö

Sosiaalisen median yhtiöt keräävät käyttäjistään jatkuvasti dataa, jota analysoidaan edelleen informaatioksi, ja jonka avulla käyttäjille voidaan tarjota yhä osuvampaa ja kiinnostavampaa sisältöä. Kohdennetun sisällön tarjoamiseksi vaaditun datan kerääminen on pyritty toteuttamaan sovelluksissa mahdollisimman huomaamattomasti. Esimerkiksi Facebookin uloskirjautumispainike on sovelluksessa piilotettu erillisen valikon taakse, ja Mildner ja Savino (2021) uskovat tämän johtuvan siitä, että mikäli käyttäjä ei kirjaudu ulos sovelluksesta, Facebook

saa kerättyä hänestä ja hänen verkkokäyttäytymisestään enemmän ja osuvampaa informaatiota. Näin ollen käyttäjän uloskirjautumisesta tehdään monimutkaisempaa, jotta käyttäjä ei välttämättä jaksa nähdä vaivaa uloskirjautumisensa eteen. Mitä enemmän vaivannäköä jokin toiminto vaatii, sitä todennäköisemmin se jää yksilöltä toteuttamatta (Eyal & Hoover, 2014).

Facebook on kehittänyt vuosien varrella koneoppimisalgoritmeja, jotka tutkivat yksilöiden käyttäytymistä, kuten millaisiin julkaisuihin he klikkaavat tykkäyksiä ja millaisten julkaisujen parissa he viettävät eniten aikaa. Kerätyn datan ja opitun käytöksen perusteella palvelut voivat tarjota käyttäjilleen räätälöityä sisältöä eli näyttää sovelluksessa sitä, mitä käyttäjät haluavat nähdä tai mikä herättää heidän mielenkiintonsa. (Montag ym., 2019.) Käyttäjä voi päätyä katsomaan sisältöä, jota hän ei alun perin etsinyt, mutta joka oli kiinnostavaa ja kätevästi saatavilla (Purohit ym., 2020). Uutta ja kiinnostavaa sisältöä tarjoamalla käyttäjä saadaan viettämään yhä pidempiä aikoja sovelluksen parissa, etenkin, kun kohdennetun sisällön ominaisuus yhdistetään sisällön loppumattomuuteen. Räätälöidyn sisällön avulla käyttäjäkokemus saadaan yksilöityä ja käyttäjän mielenkiinto palvelun sisältöön pidetään yllä. Käyttäjä saadaan palaamaan palvelun pariin yhä uudelleen, sillä hän tietää löytävänsä sieltä aina jotakin itseään kiinnostavaa uutta informaatiota.

2.2.5 Panostaminen ja investoiminen

Sosiaalisen median alustoihin on suunniteltu ominaisuuksia, joiden avulla käyttäjät saadaan panostamaan eli käyttämään aikaa ja vaivaa palvelun käyttöön. Palveluiden tai sovellusten maksullisiin versioihin tai lisäominaisuuksiin on mahdollista investoida myös rahallisesti. Palveluun panostaminen tekee sen käytön lopettamisesta vaikeampaa. Griffiths (2018) nimittää ilmiötä psykologiseksi investoinniksi. Mitä enemmän ihmiset panostavat johonkin, sitä todennäköisemmin he jatkavat käytöstään. Yksilö voi kokea psykologisen investointinsa ajanhukaksi, mikäli hän joutuisi kokonaan luopumaan sovelluksen käytöstä. (Griffiths, 2018.)

Montag ym. (2019) nimeävät yksilön panostuksen palvelua kohtaan erääksi sosiaalisen median koukuttavaksi piirteeksi ja kutsuvat tätä lahjoitusvaikutukseksi. He kuvaavat ilmiötä tuotteen kautta ja kertovat, että tuotteen ostaminen tai omistaminen johtaa sen arvon nousuun ja muuttumiseen tunnepitoisemmaksi. Sama on sovellettavissa sosiaalisen median palveluihin, sillä mitä useammin ja enemmän yksilö käyttää tiettyä palvelua, sitä vaikeampaa siitä luopuminen on. (Montag ym., 2019.) Sovelluksen käyttöön investoiminen viestii käyttäjän odotettavan tulevaisuudessa saavuttavan lisää palkkioita sovelluksen kautta. Mitä enemmän käyttäjät investoivat palveluun pienellä vaivannäöllä, sitä arvokkaampi palvelusta tulee heille ja sitä vähemmän he kyseenalaistavat sen käyttöä. (Eyal & Hoover, 2014.)

Multimedia-pikaviestisovellus Snapchat soveltaa yksilön psykologista investoimista näyttämällä käyttäjälle, kuinka monena peräkkäisenä päivänä tämä on ollut vuorovaikutuksessa toisen käyttäjän kanssa; toisin sanoen, kuinka monen päivän pituinen kuvaviestintäjatkumo (engl. *snap streak*) käyttäjien välille on

syntynyt. Mikäli molemminpuolinen vuorovaikutus katkeaa, luku nollaantuu. Mitä suurempi luku on, sitä enemmän yksilö on valmis näkemään vaivaa sen ylläpitämiseksi. Huomioitavaa on, että käyttäjällä on todennäköisesti useita ystävää sovelluksessa ja näin ollen enemmän ylläpidettäviä "snap streakeja", mikä puolestaan lisää sovelluksen parissa käytettyä aikaa. (Griffiths, 2018.)

3 KOUKUTTAVUUDEN NEGATIIVISET VAIKUTUKSET KÄYTTÄJÄN PSYYKKISEEN JA SOSIAALISEEN HYVINVOINTIIN

Sosiaalinen media tarjoaa paljon mahdollisuuksia ja sillä on positiiviset puolensa, mutta samanaikaisesti sovellusten koukuttavuus tuo mukanaan vaikeuksia käyttäjien henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin ylläpitämiseen. Ongelmallinen sosiaalisen median käyttö sekä sosiaalisen median riippuvuudet ovat yleistyneet verkkoyhteisöpalvelujen koukuttaessa käyttäjiään (Tanner ym., 2020). Ongelmallinen sosiaalisen median käyttö voidaan sijoittaa sosiaalisen median hallitun käytön ja riippuvuuden välille. Ongelmallisesti sosiaalista mediaa käyttäviä ihmisiä yhdistävät yhteisöverkkopalvelujen suurkulutus ja ajoittaiset vaikeudet hallita niiden käyttöä, mutta ajoittain koettujen ongelmien ei voida sanoa olevan luonteeltaan yhtä vakavia kuin varsinaisessa riippuvuudessa (Tanner ym., 2020).

Tässä tutkielmassa keskitytään sosiaalisen median koukuttavuuden negatiivisiin vaikutuksiin yksilön psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia koskien. Psykkinen hyvinvointi nähdään World Health Organizationin (2022) määritelmän mukaisesti henkisenä hyvinvoinnin tilana, jonka avulla ihmiset kykenevät selviytymään elämän paineista ja pystyvät toteuttamaan kykyjään, oppimaan ja työskentelemään hyvin sekä vaikuttamaan yhteisöönsä. Se on olennainen osa yksilön terveyttä ja hyvinvointia ja tukee yksilön päätöksentekoa ja ihmissuhteiden rakentamista (World Health Organization, 2022).

Sosiaaliselle hyvinvoinnille ei ole kirjallisuustutkimuksissa löydetty varsinaista määritelmää, mutta sen tiedetään olevan osa ihmisen kokonaisvaltaista hyvinvointia. Vesan ym. (2020) mukaan sosiaalinen hyvinvointi yhdistää kolme ulottuvuutta: elämänlaadun, pystyvyyden ja yhteiskunnan sosiaalisen laadun. Yksilön sosiaalisen hyvinvoinnin osatekijöitä voivat olla sosiaaliset suhteet, itsensä toteuttaminen, onnellisuus, osallisuus sekä sosiaalinen pääoma (Vesa ym., 2020).

Sosiaalista mediaa voidaan pitää psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia tukevana välineenä, mutta sillä on myös vahingollisia vaikutuksia yksilön kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. On huomattava, että yhteys sosiaalisen median koukuttavuuden ja negatiivisten vaikutusten välillä on kaksisuuntainen.

Esimerkiksi masentuneisuus ja ahdistuneisuus voivat saada yksilön käyttämään sosiaalista mediaa enemmän, kun taas sosiaalisen median ongelmallinen tai riippuvainen käyttö voivat aiheuttaa tai lisätä masentuneisuutta ja ahdistuneisuutta (Bhargava & Velasquez, 2020). Samoin Jasso-Medrano ja López-Rosales (2018) huomauttavat, että masentuneisuus voi johtua addiktiivisesta sosiaalisen median käytöstä, mutta sen on nähty olevan myös itse riippuvuuden aiheuttaja. Voi siis olla mahdollista, että tietyt tunnetilat saavat yksilön käyttämään aiempaa enemmän sosiaalista mediaa, mikä puolestaan voi edelleen aiheuttaa emotionaalisia sekä psyykkisen hyvinvoinnin haasteita.

On olemassa monia syitä sille, miksi tietyt yksilöt reagoivat vahvemmin sosiaalisen median koukuttavuuteen ja riippuvuutta aiheuttaviin ominaisuuksiin. Perinnöllisyydellä, ympäristötekijöillä ja yksilön omilla haavoittuvuuksilla on osansa siihen, miksi toisista tulee riippuvaisempia kuin toisista. Yhteistä ilmiölle kuitenkin on, että sovellusalojen suunnitteluelementit ajavat käyttäjiä tietoisesti kohti addiktiota. (Bhargava & Velasquez, 2020.) Coynen, Rogersin, Zurcherin, Stockdalen ja Boothin (2020) tutkimuksen mukaan sosiaalista mediaa enemmän käyttävillä yksilöillä voidaan yleisesti todeta olevan enemmän mielenterveyshaasteita. Yksilölliset vaihtelut pelkässä sosiaalisen median käytössä eivät kuitenkaan suoraan vastaa mielenterveyden vaihteluihin (Coyne ym., 2020). Tämä tarkoittaa sitä, että pelkkä sosiaalisen median käyttö ei välttämättä aiheuta mielenterveydellisiä ongelmia, vaan syitä tulisi etsiä suuremmasta kuvasta ja peilata yksilöä ympäröivään kontekstiin.

Sosiaalisen median vaikutusten voimakkuus voi olla riippuvainen myös käyttäjän iästä. Cotten, Schuster ja Seifert (2022) raportoivat useista eri tutkimuksista, joissa ikäihmisten sosiaalisen median käytön vaikutukset ovat olleet lähes poikkeuksetta positiivisia. Yli 65-vuotiaat käyttäjät eivät vaikuta olevan yhtä alttiita sosiaalisen median negatiivisille vaikutuksille kuin nuoremmat käyttäjät (Cotten ym., 2022). Ilmiö voi selittyä käyttötottumuksilla, sillä vanhemmilla ihmisillä ei ole ollut mahdollisuutta käyttää sosiaalista mediaa yhtä varhaisessa vaiheessa elämäänsä kuin nykynuorilla, eivätkä he ole altistuneet sosiaalisen median vaikutuksille yhtä nuorena eivätkä yhtä pitkäjäksoisesti. Ilmiöön liittyvien syiden selvittämiseksi tulisi tehdä perusteellisia jatkotutkimuksia.

Sosiaalisen median koukuttavien piirteiden ja negatiivisten vaikutusten välisen suhteen tunnistaminen voisi tulevaisuudessa mahdollistaa jatkotoimenpiteiden kehittämisen vaikutusten korjaamiseksi ja ennaltaehkäisemiseksi. Sosiaalisen median ydinpalvelut olisi mahdollista tarjota ilman niiden mukana tulevaa koukuttavuutta (Bhargava & Velasquez, 2020). Koukuttavuuden vaikutuksia lasten ja nuorten hyvinvointiin tulisi tarkastella syvemmin ja samalla pohtia, ovatko sosiaalisen median yhtiöt vastuussa aiheuttamistaan seurauksista. Koukuttavista piirteistä läpinäkyvästi kertomalla ja käyttäjien tietoisuutta kasvattamalla voitaisiin mahdollisesti auttaa käyttäjiä tunnistamaan koukuttavuuden seuraukset nykyistä aikaisemmassa vaiheessa. Näin käyttäjät voisivat ajoissa reagoida toiminnallaan negatiivisten vaikutusten lieventämiseksi.

Seuraavissa alaluvuissa käsitellään tarkemmin sosiaalisen median koukuttavuuden aiheuttamia haittavaikutuksia yksilön psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin.

3.1 Vaikutukset psyykkiseen hyvinvointiin

Sosiaalisen median koukuttavuuden ja sen aiheuttaman sovellusalustojen lisääntyneen käytön on nähty olevan yhteydessä ihmisten heikentyneeseen psyykkiseen hyvinvointiin. Sosiaalisesta mediasta riippuvaiset henkilöt kärsivät yleisesti tunne-elämään, ihmissuhteisiin, terveyteen ja suorituskykyyn liittyvistä ongelmista (Andreassen, 2015). Tarkemmin määritellen addiktoituneiden käyttäjien on todettu kärsivän muun muassa ahdistuksesta, masennuksesta, huonosta itsetunnosta, sosiaalisesta ahdistuksesta, syrjäytymisestä sekä köyhistä ihmissuhteista (Andreassen, 2015; Apoorva ym., 2022; Bhargava & Velasquez, 2020). Myös Coyne ym. (2020) tunnistavat, että verkkoyhteisöpalveluihin käytetyn ajan voidaan nähdä liittyvän kohtalaisesti ahdistukseen ja masennukseen. Sosiaalisen median aiheuttama ahdistuneisuus ja masentuneisuus voivat heikentyneen keskittymiskyvyn ja yhteistyötaitojen myötä vaikuttaa negatiivisesti yksilön sosiaalisuuteen ja ihmissuhteisiin sekä koulussa tai työssä menestymiseen (Andreassen, 2015).

Addiktiivisella sosiaalisen median käytöllä yksilö voi pyrkiä pääsemään eroon negatiivisista ajatuksistaan ja tunteistaan (Brailovskaia ym., 2020; Jasso-Medrano & López-Rosales, 2018), mutta kuten aiemmin mainittiin, koukuttavuudella ja sen aiheuttamilla vaikutuksilla on kaksisuuntainen yhteys: riippuvainen sosiaalisen median käyttö voi puolestaan lisätä haitallisia ajatuksia ja tunteita. Sosiaalisen median riippuvuuden onkin tutkittu olevan yhteydessä käyttäjän itsetuhoisiin ajatuksiin (Jasso-Medrano & López-Rosales, 2018) sekä kasvattavan itsetuhoisten ajatusten suunnittelua ja toteuttamista (Bhargava & Velasquez, 2020). Tällaiseen tilanteeseen ajautunut käyttäjä tulisi mahdollisimman pian saada tuen ja avun piiriin vakavien seurausten välttämiseksi. Riippuvaisten käyttäjien on todettu olevan yleisesti vähemmän tyytyväisiä elämäänsä, heillä on vähäisempi hallinta elämänsä suunnasta sekä vähäisempi kyky suunnitella omaa tulevaisuuttaan (Bhargava & Velasquez, 2020).

Käyttäjien jakama sisältö sosiaalisessa mediassa lisää yksilöiden välistä sosiaalista vertailua. Sosiaalinen vertailu voi olla ylöspäin suuntautuvaa, jolloin yksilö saattaa kokea omaa huonommuutta muihin verraten, tai alaspäin suuntautuvaa, jolloin yksilö voi kokea paremmuuden tunteita verratessaan itseään muihin (Rosenthal-von der Pütten ym., 2019). Ylöspäin suuntautunut sosiaalinen vertailu ja palautteen hakeminen esimerkiksi tykkäysten ja kommenttien muodossa heikentävät käyttäjän itsetuntoa ja vääristävät tämän kehonkuvaa (Apoorva ym., 2022). Itsensä vertaaminen muihin voi aiheuttaa masennusta, häpeää ja kateutta (Rosenthal-von der Pütten ym., 2019). Lisäksi yksilöt, jotka vertailevat itseään paljon muihin, kärsivät normaalia useammin mielialan laskusta sekä heikentyneestä itsetunnosta ja itsensä arvostamisesta (Vogel ym., 2015).

Verkkoyhteisöpalvelujen kuten Facebookin ja Instagramin on tutkittu lisäävän sosiaalista vertailua, mikä puolestaan lisää käyttäjän epävarmuutta, negatiivista ajattelua sekä asioiden vatvomista (Faelens ym., 2021). Asioiden vatvominen ja yksilön riippuvuus palautteesta on nähtävissä esimerkiksi tilanteessa, jossa uuteen julkaisuun ei tulekaan odotettua määrää tykkäyksiä. Yksilö alkaa keksiä päässään erilaisia skenaarioita tilanteesta: mitä kaikkia mahdollisia ja mahdottomia syitä on löydettävissä sille, että hänen julkaisustaan ei tykätä. Palautteen, kuten kommentin tai tykkäyksen, puute ei usein ole vain kahden ihmisen välistä, vaan saa sosiaalisen merkityksen sen näkyvyyden vuoksi (Fox & Moreland, 2015). Käyttäjä voi kokea sosiaalista häpeää tai alemmuudentunnetta, jos hänen julkaisunsa ei saavuta tiettyä määrää tykkäyksiä tai jos hänen lähimmät ystävänsä eivät ole kommentoineet sitä.

Sosiaalisessa mediassa seurattavilla ihmisillä on vaikutus siihen, millaisena yksilö elämänsä näkee. Sovelluksissa jaetaan usein liioitellun positiivista kuvaa omasta elämästä ja siihen liittyvästä informaatiosta sekä pyritään tuomaan omat piirteet ja persoona esiin mahdollisimman suotuisassa valossa (Chou & Edge, 2012; Vogel ym., 2015). Tuntemattomien ihmisten, kuten julkisuuden henkilöiden, seuraaminen tarjoaa sisältöä kiillotetusta, näennäisen täydellisestä elämästä. Yksilö voi verrata itseään tällaiseen sosiaalisen median käyttäjään, mikä vaikuttaa negatiivisesti yksilön hyvinvointiin sekä käsitykseen omasta elämästään ja minäkuvastaan (Hunt ym., 2021; Salo ym., 2019). Sosiaalinen vertailu ja sen aiheuttama kateellisuus ja tyytymättömyys saavat ihmisen harhaisesti miettimään, ettei hänen elämänsä ole yhtä hauska, jännittävä tai kiinnostava kuin muilla (Fox & Moreland, 2015). Mitä enemmän käyttäjällä on tuntemattomia kavereita sovelluksissa, sitä enemmän hän harhaisesti uskoo, että muilla on häntä parempi elämä ja että he ovat onnellisempia kuin hän. Jos taas seuratut koostuvat pääosin oikean elämän kavereista ja käyttäjä viettää heidän kanssaan aikaa myös tosielämässä sosiaalisen median ulkopuolella, on epätodennäköisempää, että käyttäjän mielestä toisten elämä olisi hänen elämänsä parempaa. (Chou & Edge, 2012.) Ilmiö johtuu siitä, että tällaisessa tilanteessa käyttäjällä on mahdollisuus nähdä kavereidensa todellista elämää ja siihen liittyviä ongelmia, kun taas tuntemattomien sosiaalisen median seurattavien elämän varjopuolet jäävät yleensä seuraajilta näkemättä.

Yksilö voi itse tiedostaa sosiaalisen median käyttönsä olevan normaalia runsaampaa tai omasta mielestään liian runsasta. Brooks (2015) mukaan normaalia runsaamman sosiaalisen median käytön voidaan katsoa liittyvän osaksi teknostressiä. Käyttäjät voivat kokea yhteisöpalveluiden aiheuttavan yliriippuvuutta ja ylikuormitusta niiden vetäessä käyttäjän huomiota puoleensa niin tiukasti (Salo ym., 2019). Suuria määriä teknologiaa käyttävien ihmisten on yleisesti todettu kokevan enemmän teknostressiä, minkä on nähty olevan yhteydessä epäonnellisuuden kokemiseen (Brooks, 2015). Mitä enemmän erityisesti nuoret ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa, sitä onnettompaa ja masentuneempia he ovat. On tutkittu, että mitä pidempään ihmiset viettävät aikaa Facebookissa, sitä negatiivisempi heidän mielialansa on myöhemmin. (Bhargava & Velasquez, 2020.) Mikäli yksilö kokee oman sosiaalisen median käyttönsä liialliseksi,

sosiaalisessa mediassa käytetty aika voi myöhemmin aiheuttaa ahdistusta ja ”morkkista”. Yksilö saattaa esimerkiksi ajatella, että sovellusten selaamiseen käytetyn ajan olisi voinut käyttää hyödyllisemmin ja tehokkaammin jonkin muun askareen parissa.

Sosiaalinen media voi koukuttavuutensa vuoksi viedä paljonkin aikaa muulta elämältä. Mitä enemmän aikaa käyttää sovellusten selaamiseen, sitä vähemmän aikaa on esimerkiksi opiskelulle tai työskentelylle, nukkumiselle, itsensä huolehtimiselle sekä ihmisten kanssa kasvokkain tapahtuvalle vuorovaikutukselle (Bhargava & Velasquez, 2020). Sosiaalisen median käytön rajoittaminen voi lyhentää ja tehostaa sovellusalustoilla käytettyä aikaa. Huntin ym. (2021) tutkimuksen mukaan käytön rajoittaminen esimerkiksi 30 minuuttiin vähentää sosiaalisen median passiivista selailua. Yksilö siis keskittyy käyttämään annetun ajan mahdollisimman tehokkaasti ja hyödyllisesti sovellusten parissa.

Sosiaalisen median alustojen koukuttavuudesta viestii myös se, että niiden käytön lopettamisesta on tehty hyvin vaikeaa ja monimutkaista. Esimerkiksi Facebook-tilin poistamisprosessin aikana käyttäjä yritetään käännäyttää monta kertaa ja hänelle tarjotaan monta mahdollisuutta perääntyä kesken tilin poistamisen (Bhargava & Velasquez, 2020). Mikäli käyttäjä on vahvasti riippuvainen sovelluksen käytöstä, käytön lopettamisesta on tehty hänelle lähes mahdotonta. Sosiaalisen median palvelusta poistumisesta tulisi tehdä mahdollisimman yksinkertaista ja helppoa, jotta kynnyks kytön lopettamiseen madaltuisi, negatiivisia vaikutuksia kyettäisiin häivyttämään ja käyttäjien hyvinvointia pystyttäisiin parantamaan.

3.2 Vaikutukset sosiaaliseen hyvinvointiin

Sosiaalisen median uskoisi tekevän ihmisten yhdessäolosta, kommunikoinnista ja uusien suhteiden luomisesta helpompaa. Nimestään huolimatta sosiaalinen media ja sen koukuttavuus voivat peräti vahingoittaa sosiaalista hyvinvointia, jos suuri osa yksilön ajasta kuluu sosiaalisessa mediassa. Online-maailmassa luodut ja ylläpidetyt suhteet eivät ole verrattavissa kasvokkain tapahtuvaan kommunikointiin. Sosiaalisen median ihmissuhteiden on todettu olevan muodollisempia ja ohimenevämpiä, eivätkä ne ole yhtä läheisiä ja luottamuksellisia kuin kasvotusten toteutuvat ihmissuhteet (Kolhar, Kazi & Alameen, 2021). Sosiaalisesta mediasta riippuvaiset yksilöt osallistuvat harvemmin sosiaalisiin aktiviteetteihin ja viettävät vähemmän aikaa muiden ihmisten kanssa. Tämä johtaa siihen, että heidän ihmissuhteensa jäävät pinnallisemmiksi ja he kokevat vähemmän läheisyyttä ihmissuhteissaan. (Bhargava & Velasquez, 2020.)

Sosiaalisen median käyttö voi vahingoittaa ihmissuhteita fyysisessä maailmassa. Sosiaalisen median riippuvuudella on yhteys sosiaalisen eristyneisyyden ja yksinäisyyden kanssa (Bhargava & Velasquez, 2020; Kolhar ym., 2021), sillä usein reaali maailman ihmissuhteet kärsivät, mikäli yksilö omistaa suurimman osan ajastaan sosiaalisen median käytölle. Käyttäjällä saattaa olla virheellinen tunne jatkuvasta yhteydenpidosta ihmisiin sosiaalisessa mediassa, mikä voi

tehdä hänen sosiaalisesta elämästään passiivista (Salo ym., 2019). Tällöin käyttäjä saattaa pitää läheisiinsä yhteyttä pelkkien viestintäsovellusten välityksellä eikä välttämättä tapaa heitä fyysisesti. Yksilön sosiaaliseen verkostoon kuuluvat ihmiset saattavat lopettaa yksilön kutsumisen mukaan sosiaalisiin tapahtumiin, mikäli he saavat tältä kerta toisensa perään kieltävän vastauksen. Näin yksilöstä voi tulla sosiaalisesti vetäytynyt tai yksin jätetty. Liiallinen sosiaalisen median käyttö voi myös aiheuttaa tyytymättömyyttä parisuhteessa, mikäli huomio kohdistuu puolison sijaan sosiaalisen median sovelluksiin. (Andreassen, 2015.)

Ihminen on tunnetusti sosiaalinen olento, ja kasvotusten tapahtuva kommunikointi on tärkeää yksilön kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin osalta (Kolhar ym., 2021). Sen puuttuessa on mahdollista, että yksilö voi kohdata ongelmia psyykkisessä hyvinvoinnissaan. Sosiaalisessa mediassa toteutuva sosiaalisuus ei korvaa ihmiskontaktia fyysisessä maailmassa (Salo ym., 2019). Kun kasvotusten tapahtuva kommunikointi vähenee tai loppuu kokonaan, ihminen voi tuntea itsensä ahdistuneeksi tai masentuneeksi (Bhargava & Velasquez, 2020). Ilmiötä voidaan verrata koronapandemian aikaiseen sosiaaliseen eristäytymiseen, jolla on ollut laajoja vaikutuksia sekä ihmisten psyykkiseen että sosiaaliseen hyvinvointiin.

Ympäriä tuleva sosiaalinen paine voi johtaa sovelluksen kokeilemiseen ja sen pidempiaikaiseen käyttöön. Mikäli monet yksilön sosiaaliseen verkostoon kuuluvista henkilöistä käyttävät jotakin tiettyä sovellusta, yksilö voi kokea painetta käyttää sitä myös itse välttyäkseen jäämästä jostakin tärkeästä paitsi. Tätä yksilön paitsi jäämisen pelkoa kutsutaan FOMO-ilmiöksi (engl. *fear of missing out*) (Przybylski, Murayama, DeHaan & Gladwell, 2013). FOMO ja jatkuva tarve käyttää verkkoyhteisöpalveluja tuottavat stressihormoni kortisolia. Kortisoli aiheuttaa epämurheutta ja ahdistusta, mikäli yksilö ei pääse toteuttamaan tarvettaan. Nopea ja helppo tapa päästä eroon ahdistuksesta on suorittaa tarpeen tyydyttämiseksi vaadittavat toiminnot, eli tässä tapauksessa kirjautua sosiaaliseen mediaan. (Fox, 2018.) Mitä enemmän yksilö tuntee FOMO:a, sitä vahvemmin sen aiheuttamat tunteet on liitetty sosiaaliseen mediaan sitoutumiseen, negatiiviseen mielentilaan ja heikkoon hyvinvointiin sekä yleisesti tyytymättömyyteen elämää kohtaan (Griffiths, 2018).

FOMO saa yksilön jatkamaan tietyn sovelluksen käyttöä, sillä esimerkiksi yksilön sosiaalisen verkoston viestintä saattaa keskittyä tietyille sovellusalustalle. FOMO on yksi määrittävä tekijä sille, kuinka usein yksilö käyttää sosiaalisen median alustoja ja kuinka montaa verkkoyhteisöpalvelua hän käyttää aktiivisesti (Apoorva ym., 2022). FOMO on yhdistetty myös osasyiksi sekä ongelmalliseen että riippuvaiseen sosiaalisen median käyttöön (Fox & Moreland, 2015; Griffiths, 2018). Samanaikaisesti yksilöt saattavat kuitenkin tiedostaa, etteivät he todellisuudessa käyttöä vähentäessään tai sen lopettaessaan jäisi juuri mistään paitsi (Fox & Moreland, 2015), vaan sovellusten käytöstä on tullut heille ennemminkin tapa.

Käyttäjät voivat kokea sosiaalista painetta myös siitä, että heidän oletetaan olevan jatkuvasti tavoitettavissa esimerkiksi viestein (Fox & Moreland, 2015). Sosiaalisen paineen ilmiö näkyy Montagin ym. (2019) mukaan esimerkiksi

pikaviestintäsovellusten lukukuittauksissa, jotka näyttävät, milloin viestin vastaanottaja on avannut eli teoriassa lukenut viestin. Jos viestintäsovelluksen käyttäjät ovat tietoisia tästä ominaisuudesta, se voi painostaa käyttäjiä vastaamaan viesteihin välittömästi ja tehdä pikaviestinnästä vieläkin nopeatempoisempaa (Montag ym., 2019). Koska sosiaalinen media kulkee nykyään älypuhelinien avulla koko ajan ihmisten mukana ajasta ja paikasta riippumatta, jatkuva tavoitettavuus ja paine reagoimiseen voivat aiheuttaa käyttäjälle ahdistusta ja stressiä.

4 YHTEENVETO

Sosiaalisen median käyttö on yleistynyt viime vuosikymmenten aikana voimakkaasti. Sosiaalisen median positiivisten puolien lisäksi se on tuonut mukanaan haitallisia lieveilmiöitä, kuten sosiaalisen median riippuvuuden ja ongelmallisen sosiaalisen median käytön. Sosiaalisen median koukuttavuuden vuoksi sen käytöstä on tullut käyttäjilleen ikään kuin rutiini, ja käytön aikana ajantaju tai käyttöä hallitseva tahdonvoima saattavat kadota. Osa sosiaalisen median käyttäjistä tunnistaa käyttävänsä yhteisöpalveluja ja sovelluksia liikaa, mutta ei kykene lopettamaan tai vähentämään niiden käyttöä. Sosiaalisen median mukanaan tuoma sosiaalinen vertailu ja sen myötä suorituspaineeet voivat saada ihmiset ylisuorittamaan ja voimaan henkisesti huonommin. Aiheen tutkiminen on tärkeää ja ajankohtaista, sillä sosiaalisella medialla vaikuttaa olevan ihmisten hyvinvointiin, ajankäyttöön ja käsitykseen itsestä ja elämästä suurempia seurauksia kuin mitä tiedostetaan olevan.

Tässä kandidaatintutkielmassa tutkittiin sosiaalisen median koukuttavia piirteitä ja niiden negatiivisia vaikutuksia käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin. Tutkielmalla pyrittiin vastaamaan kahteen tutkimuskysymykseen:

- Mitkä ovat sosiaalisen median koukuttavat piirteet?
- Mitä negatiivisia vaikutuksia sosiaalisen median koukuttavuudella on käyttäjän psyykkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin?

Aiheen ulkopuolelle rajattiin sosiaalisen median yleiset piirteet, sosiaalisen median positiiviset vaikutukset sekä vaikutukset käyttäjän fyysiseen hyvinvointiin. Koukuttavia piirteitä käsiteltiin vain sovellusalojen teknisten ominaisuuksien näkökulmasta, jolloin psykologiset, yksilön persoonaan pohjautuvat syyt käyttöä sosiaalista mediaa jäivät rajauksen ulkopuolelle.

Tutkielma toteutettiin systemaattisena kirjallisuuskatsauksena. Lähteiden etsimiseen käytettiin hakutermejä, joilla pyrittiin rajaamaan mahdollisimman tarkasti aiheeseen olennaisimmin liittyvät artikkelit. Hakutietokantoina käytettiin Google Scholaria, Scopusta ja Springeriä, ja hakuja suoritettiin alkuun suomeksi, mutta hakuprosessin kunnolla käynnistyttyä valtaosin englanniksi.

Lähteet valikoitiin pääosin viimeisen kymmenen vuoden sisällä julkaistuista artikkeleista. Sisällön osuvuuden mukaisesti lähteitä seulottiin rajaamalla pois muun muassa sosiaalisen median positiiviset vaikutukset sekä pelkästään netti- tai älypuhelinriippuvuuteen keskittyvät artikkelit. Koukuttaviin piirteisiin liittyvistä artikkeleista valikoitiin vain teknisiä sovellusalustojen ominaisuuksia koskevia artikkeleita. Persoonapsykologiset syyt sosiaalisen median käyttämiselle seulottiin pois. Lähteiksi valittiin vertaisarvioituja artikkeleja, jotka oli sisällytetty johonkin tieteenalan julkaisuun. Koska tutkimusaihe on uusi, suurin osa artikkeleista oli julkaistu viime vuosien aikana. Tietoa löytyi sosiaalisen median vaikutuksista erityisesti nuoriin ihmisiin, mutta haastavampaa oli löytää lähteitä sosiaalisen median koukuttavista teknisistä, sovelluskehityksellisistä piirteistä. Lähteiden sisältämä informaatio oli keskenään hyvin samankaltaista ja yhtenevää.

Tutkielmalla voidaan nähdä olevan rajoitteita. Hakukielenä käytettiin suomea ja englantia, mikä voi rajata ulos joitakin aihetta käsitteleviä, merkittäviä lähteitä. Lisäksi pitkittäistutkimusten vähyys kertoo ilmiön verrattaisesta uutuudesta. Useissa lähteissä käsiteltiin sosiaalisen median negatiivisia vaikutuksia erityisesti nuoriin käyttäjiin, jolloin tietoisuus negatiivisista vaikutuksista vanhempiin aikuisiin ja iäkkäämpään väestöön jäi vähäisemmäksi.

Tutkielmassa selvisi, että yleisiä sosiaalisen median koukuttavuuden syitä ovat esimerkiksi jatkuvasti uudistuva sisältö, toimintojen vastavuoroisuus sekä mahdollisuus käyttää sosiaalista mediaa missä ja milloin tahansa. Sosiaalinen media kykenee täyttämään yksilön sosiaaliset, älylliset ja kulutukselliset tarpeet välittömästi. Lähdemateriaalia läpikäydessä esiin nousi viisi erityisen koukuttavaa sosiaalisen median piirrettä: käyttäjän odottamaton palkitseminen, sisällön päättymättömyys, ilmoitukset, kohdennettu sisältö sekä käyttäjän panostaminen sovellukseen. Koukuttavuuden todettiin vaikuttavan negatiivisesti käyttäjän psyykkiseen hyvinvointiin lisäämällä sosiaalista vertailua, ahdistusta ja masentuneisuutta sekä heikentämällä itsetuntoa. Negatiiviset vaikutukset käyttäjän sosiaaliseen hyvinvointiin ilmenivät mahdollisena syrjäytymisenä, yksinäisyytenä, sosiaalisena paineena, FOMO:na sekä ongelmina ihmissuhteissa.

Tutkielman tulokset osoittivat, että sosiaaliseen mediaan koukuttuminen on yksilöllistä ja yksilön omilla haavoittuvuuksilla on osansa siihen, kuinka vahva riippuvuus hänelle syntyy. Sovellusalustat on kuitenkin tietoisesti suunniteltu olemaan addiktoivia ja käyttämään hyväkseen ihmisen psykologisia haavoittuvuuksia. Yhteys sosiaalisen median koukuttavuuden ja negatiivisten vaikutusten välillä on kaksisuuntainen. Esimerkiksi masentuneisuus ja ahdistuneisuus voivat saada yksilön käyttämään sosiaalista mediaa tavallista enemmän, kun taas sosiaalisen median ongelmallinen tai riippuvainen käyttö voivat aiheuttaa tai lisätä masentuneisuutta ja ahdistuneisuutta. Sosiaalisen median koukuttavuuden negatiiviset vaikutukset ovat laajoja ja voivat lopulta johtaa vakaviin seurauksiin kuten itsetuhoisuuteen. On kuitenkin huomioitava, että pelkkä sosiaalisen median käyttö ei välttämättä aiheuta mielenterveydellisiä ongelmia, vaan syyt tulisi löytää isommasta kuvasta ja peilata yksilöä ympäröivään kontekstiin.

Koukuttavien piirteiden ja negatiivisten vaikutusten välisen suhteen tunnistamalla voisi tulevaisuudessa olla mahdollista kehittää jatkotoimenpiteitä vaikutusten korjaamiseksi ja ennaltaehkäisemiseksi. Olisi tärkeää selvittää, voisiko koukuttavien piirteiden läpinäkyvyyttä lisäämällä ja käyttäjien tietoisuutta kasvattamalla ehkäistä ja lieventää sosiaalisen median negatiivisia vaikutuksia käyttäjiin. Jatkotutkimusta olisi hyvä tehdä myös vaikutusten voimakkuudesta eri ikäisten käyttäjien välillä sekä siitä, millä tavoin negatiiviset vaikutukset eri ikäryhmien välillä eroavat. Tieteenala kaipaa lisää pitkittäistutkimuksia sosiaalisen median negatiivisista vaikutuksista sekä varsinaisia keinoja näiden vaikutusten vähentämiseksi ja ehkäisemiseksi.

LÄHTEET

- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2, 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Apoorva, A., Chaudhuri, R., Hussain, Z. & Chatterjee, S. (2022). Social media usage and its impact on users' mental health: a longitudinal study and inputs to policymakers. *International Journal of Law and Management*, 64(5), 441–465 . <http://dx.doi.org/10.1108/IJLMA-08-2022-0179>
- Bhargava, V. R. & Velasquez, M. (2020). Ethics of the Attention Economy: The Problem of Social Media Addiction. *Business Ethics Quarterly*, 31(3), 321–359. <https://doi.org/10.1017/beq.2020.32>
- Brailovskaia, J., Schillack, H. & Margraf, J. (2020). Tell me why are you using social media (SM)! Relationship between reasons for use of SM, SM flow, daily stress, depression, anxiety, and addictive SM use – An exploratory investigation of young adults in Germany. *Computers in Human Behavior*, 113, 106511. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106511>
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26–37. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.053>
- Chou, H. G. & Edge, N. (2012). “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2). <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Cotten, S. R., Schuster, A. M. & Seifert, A. (2022). Social media use and well-being among older adults. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101293. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.005>
- Coyne, S. M., Rogers, A. A., Zurcher, J. D., Stockdale, L. & Booth, M. (2020). Does time spent using social media impact mental health?: An eight year longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 104, 106160. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106160>
- Eyal, N. & Hoover, R. (2014). *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*. Portfolio Penguin UK.
- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Soenens, B., Van Gaeveren, K., De Marez, L., De Raedt, R. & Koster, E. H. W. (2021). Social media use and well-being: A prospective experience-sampling study. *Computers in Human Behavior*, 114, 106510. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106510>
- Fink, A. (2005). *Conducting Research Literature Reviews: From the Internet to the Paper*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.

- Fox, J. (2018). An unlikeable truth: Social media like buttons are designed to be addictive. They're impacting our ability to think rationally. *Index on Censorship*, 47(3), 11–13. <https://doi.org/10.1177/0306422018800245>
- Fox, J. & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168–176. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>
- Griffiths, M. D. (2018). Adolescent social networking: How do social media operators facilitate habitual use? *Education and Health*, 36(3), 66–69.
- Hunt, M., All, K., Burns, B. & Li, K. (2021). Too much of a good thing: Who we follow, what we do, and how much time we spend on social media affects well-being. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 40(1), 46–68. <https://doi.org/10.1521/jscp.2021.40.1.46>
- Ihalainen, S. (2020). Kaurapuuron värinen arki voi ahdistaa, jos roikkuu liikaa Instagramissa, sanoo nuorisolääkäri – “Moni haluaisi olla superihminen”. Haettu 18.9.2022 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11583478>
- Jasso-Medrano, J. L. & López-Rosales, F. (2018). Measuring the relationship between social media use and addictive behavior and depression and suicide ideation among university students. *Computers in Human Behavior*, 87, 183–191. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.003>
- Karppinen, K. (2021). Aaron Putula on puhelimellaan aamusta iltaan, ja niin on moni muukin – asiantuntijat listaavat kolme seurausta älylaitteiden liiasta käytöstä. Haettu 18.9.2022 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11928696>
- Kolhar, M., Kazi, R. N. A. & Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28, 2216–2222. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010>
- Lawler, J. P. & Molluzzo, J. C. (2010). A Study of the Perceptions of Students on Privacy and Security on Social Networking Sites (SNS) on the Internet. *Journal of Information Systems Applied Research*, 3(12).
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). *Social Media: Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampereen yliopisto.
- Mildner, T. & Savino, G. (2021). Ethical User Interfaces: Exploring the Effects of Dark Patterns on Facebook. *Extended Abstracts of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–7. <https://doi.org/10.1145/3411763.3451659>
- Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M. & Zweig, K. (2019). Addictive Features of Social Media/Messenger Platforms and Freemium Games against the Background of Psychological and Economic Theories. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(14), 2612. <https://doi.org/10.3390/ijerph16142612>

- Mujica, A. L., Crowell, C. R., Villano, M. A. & Uddin, K. M. (2022). Addiction by Design: Some Dimensions and Challenges of Excessive Social Media Use. *Medical Research Archives*, 10(2), 1–29.
<https://doi.org/10.18103/mra.v10i2.2677>
- Obar, J. A. & Wildman, S. (2015). Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750.
- Petticrew, M. (2001). Systematic Reviews from Astronomy to Zoology: Myths and Misconceptions. *British Medical Journal* 322:7278.
<https://doi.org/10.1136/bmj.322.7278.98>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R. & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Purohit, A. K., Barclay, L. & Holzer, A. (2020). Designing for Digital Detox: Making Social Media Less Addictive with Digital Nudges. *Extended Abstracts of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–9. <https://doi.org/10.1145/3334480.3382810>
- Rosenthal-von der Pütten, A. M., Hastall, M. R., Köcher, S., Meske, C., Heinrich, T., Labrenz, F. & Ocklenburg, S. (2019). “Likes” as social rewards: Their role in online social comparison and decisions to like other people's selfies. *Computers in Human Behavior*, 92, 76–86.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.10.017>
- Ruhala, L. (2022). *Nuorten aikuisten kokemuksia ja näkemyksiä sosiaalisen median käytön hallinnasta ja hallinnan menettämisestä* (Pro gradu -tutkielma). Itä-Suomen yliopisto.
- Salminen, A. (2011). *Mikä kirjallisuuskatsaus? Johdatus kirjallisuuskatsauksen tyyppeihin ja hallintotieteellisiin sovelluksiin*. Vaasan yliopiston julkaisuja 62(4).
- Salo, M., Pirkkalainen, H. & Koskelainen, T. (2019). Technostress and social networking services: Explaining users' concentration, sleep, identity, and social relation problems. *Information Systems Journal*, 29(2), 408–435.
<https://doi.org/10.1111/isj.12213>
- Tanner, N., Radwan, R., Korhonen, H. & Mustonen, T. (2020). *Sosiaalinen media, ongelmallinen sosiaalisen median käyttö ja someriippuvuus*. Sosiaalipedagogiikan säätiö, Helsinki.
- Tilastokeskus. (2021). Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Suomen virallinen tilasto (SVT). Haettu 27.9.2022 osoitteesta
http://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021_2021-11-30_tie_001_fi.html

Vesa, S., Santalahti, V., Nieminen, V., Nikunlaakso, R., Reuna, K., Niemi, M., Ketonen, E., Kouvonen, A., Lintula, L., Salo, P., Luukkainen, K., Salenius, M. & Oksanen, T. (2020). *Sosiaalinen hyvinvointi ja sen tiedolla johtaminen*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja, 2020:52.

Haettu 27.9.2022 osoitteesta

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162555/VNTEAS_2020_52.pdf

Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K. & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256.

World Health Organization. (2022). Mental health: strengthening our response.

Haettu 27.9.2022 osoitteesta <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>