

## **Some ja koulutusvalinta**

Miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa tehdessään  
valintoja koulutusalojen välillä?

Hanna Vahala

Kasvatustieteen pro gradu -tutkielma

Kevätlukukausi 2023

Opettajankoulutuslaitos

Ohjausalan koulutus

Jyväskylän yliopisto

## TIIVISTELMÄ

**Vahala, Hanna. 2023. Some ja koulutusvalinta - Miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa tehdessään valintoja koulutusalojen välillä? Kasvatustieteen pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Opettajankoulutuslaitos. 52 sivua.**

Sosiaalinen media on yhä tiiviimmin mukana kaikenikäisten ihmisten elämässä ja sen rooli oppimisessa ja tiedonhaussa on myös tunnustettu. Nuoret etsivät sosiaalisen median kanavista yhteydenpidon lisäksi tietoa arkielämän asioihin. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa, kun he pohtivat itselleen koulutusalaan ammatillisessa oppilaitoksessa.

Tutkimus toteutettiin määrällisenä tutkimuksena ja aineisto kerättiin sähköisen kyselylomakkeen avulla marraskuussa 2022. Tutkimuksen kohderyhmä oli Varsinais-Suomessa sijaitsevan ammatillisen oppilaitoksen ensimmäisen vuoden opiskelijat, jotka olivat hakeutuneet koulutukseen yhteishaun kautta. Tutkimukseen osallistui 119 vastaajaa. Aineisto analysoitiin kuvailevan analyysin avulla sekä ristiintaulukoimalla. Ryhmien välisten erojen merkitsevyyttä testattiin Khiin neliö-testillä.

Tutkimuksessa havaittiin, että sosiaalisella medially oli oma roolinsa nuorten koulutusvalintaan liittyvissä pohdintoissa. Virallisten kanavien lisäksi nuoret hakivat itselleen tietoa myös sosiaalisen median kanavista. Virallisen tiedon lisäksi nuorille oli tärkeää kuulla toisten kokemuksia ja mielikuvia erilaisista opinnoista ja töistä. Nuoret olivat hakeneet myös kuvia ja videoita ihmisistä eri ammattialoissa ja ihmisistä opiskelemissa tiettyä alaa. Erilaisista sisällöistä nuoret kokivat hyödyllisiksi ja miellyttäviksi kirjoitetun asiatekstin sekä kuvat ja videot.

Asiasanat: sosiaalinen media, koulutusvalinta, sosiaaliset suhteet, epävirallinen tieto, mielikuva

## KUVIOT

Kuvio 1. Oman koulutusalan valinnan helppous/vaikeus, % (n=119) .....	29
Kuvio 2. Sosiaalisen median päivittäinen käyttö, % (n=118) .....	30
Kuvio 3. Sosiaalisen median kanavat, joita käytetään viikoittain, % (n=119) .....	31
Kuvio 4. Miten monta kertaa tietoa on haettu erilaisista kanavista, % (n=119) .....	32
Kuvio 5. Millaista tietoa eri kanavista etsittiin, % (n=119) .....	33
Kuvio 6. Millaisena eri sisällöt koettiin, % (n=114) .....	34
Kuvio 7. Kokemus sosiaalisen median hyödyistä koulutusvalinnassa, % (n=111) .....	36

## TAULUKOT

Taulukko 1 Sukupuolen vaikutus sosiaalisen median käytön määrään .....	30
Taulukko 2 Sosiaalisen median käytön määrän vaikutus sosiaalisen median koettuun hyötyyn koulutusvalinnassa .....	36

# SISÄLTÖ

<b>TIIVISTELMÄ.....</b>	<b>2</b>
<b>SISÄLTÖ .....</b>	<b>4</b>
<b>1 JOHDANTO.....</b>	<b>6</b>
<b>2 SOSIAALINEN MEDIA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Sosiaalisen median määrittelyä.....	8
2.2 Sosiaalinen media oppimisen ja tiedonhaun välineenä .....	9
2.3 Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä.....	11
<b>3 KOULUTUSVALINTA .....</b>	<b>12</b>
3.1 Peruskoulun jälkeinen koulutusvalinta.....	12
3.2 Sosiaalisten suhteiden vaikutus koulutusvalintaan .....	14
3.3 Epävirallisen tiedon ja mielikuvien vaikutus koulutusvalintaan.....	16
<b>4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....</b>	<b>19</b>
4.1 Tutkimustehtävä ja tutkimuskysymykset.....	19
4.2 Tutkimukseen osallistujat.....	20
4.3 Tutkimusaineiston keruu.....	21
4.4 Aineiston analyysi .....	24
4.5 Eettiset ratkaisut.....	26
<b>5 TULOKSET.....</b>	<b>28</b>
5.1 Tutkimuksen taustatiedot.....	28
5.2 Sosiaalisen median käyttö .....	29
5.3 Sosiaalinen media ja koulutusalan valinta .....	31
5.4 Sosiaalisen median koettu hyöty koulutusalan valinnassa .....	35
<b>6 POHDINTA.....</b>	<b>38</b>
6.1 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset.....	38

6.2 Tutkimuksen arviointi.....	40
6.3 Jatkotutkimusaiheita ja käytäntöön soveltamista .....	42
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>44</b>
<b>LIITTEET.....</b>	<b>48</b>

# 1 JOHDANTO

Nuorten tulevaisuusraportin mukaan (TAT, 2020) yläkouluikäisten koulutusvalintoihin vaikuttavat monet tekijät. Tiedon ja harkinnan lisäksi sosiaaliset, kulttuuriset ja emotionaaliset tekijät vaikuttavat nuoren koulutusvalintaan. Nuoret hakevat opiskeluvaihtoehtojen tueksi myös tietoa eri kanavista. Pääasialliset tiedonkeruukanavat ovat Talous ja nuoret TAT:n teettämän kyselyn mukaan olleet Google ja opintopolku.fi - sivustot. Näiden ohella myös YouTubella sekä oppilaitosten omilla nettisivuilla on tärkeä rooli. Tutkimuksen mukaan nuoret keräävät tietoa internetistä varsin laajasti. (TAT 2020, 16.)

Vuonna 2021 teetetyssä Tulevaisuusraportissa (TAT, 2021) asiaa on lähestytty nuorten työelämään liittyvien tietojen etsimisen kautta ja tulokset tukevat edellisessä kappaleessa esitettyjä tuloksia. Selvityksen mukaan omaa alaa ja polkua etsiessään nuorilla on usein erilaisia työelämään liittyviä odotuksia ja toiveita. Näitä tietoja nuoret saavat TET-jaksojen ja koulun lisäksi erilaisista kanavista. TAT kysyi nuorilta Tulevaisuusraportissaan (2021), mistä he kokevat saavansa tärkeimmät tulevaisuuden työelämää koskevat tiedot ja taidot. Vastausten perusteella tyttöjen ja poikien välillä on suuri ero. Tytöt käyttävät monipuolisemmin eri kanavia ja luottavat enemmän virallisiin kanaviin, kuten kouluopetukseen, lukemiseen ja itsenäiseen tiedon hakuun. Sosiaalinen media korostuu tytöillä ja siellä erityisesti Instagram. Sekä pojat, että tytöt keskustelevat kavereiden ja vanhempien kanssa työelämään liittyvistä asioista. Pojille ominaisia kanavia tiedonhakuun työelämästä ovat Youtube ja pelaaminen. Tulosten perusteella sosiaalinen media ja pelaaminen ovat nousseet koulun, kavereiden ja vanhempien rinnalle työelämän tietolähteiksi. (Talous ja nuoret TAT 2021, 26.)

Saman tyyppisiin tuloksiin on päätyttyä myös Tuomi ym. (2021) selvityksessään, jonka mukaan päätöksentekoteorioista lähtevät tutkimukset osoittavat, että nuorten tekemiin valintoihin vaikuttavat henkilökohtaiset kontaktit enemmän kuin nuorten saama ”virallinen informaatio”. Sosiaalisen

median käyttö on viime vuosina räjähdysmäisesti lisääntynyt, eikä sen vaikutusta koulutusvalintoihin liittyvissä tutkimuksissa vielä kovinkaan paljoa näy. Internet ja sosiaalinen media tulevat kuitenkin olemaan yhä tärkeämpiä tiedon lähteitä nuorille opintovalintoja tehdessään. Jo vuonna 2010 tehtyjen selvitysten mukaan noin 10 % ihmisistä on vaikuttajia (influentials), joiden mielipiteet muokkaavat muiden mielipiteitä. Yhä useammin nämä vaikuttajat toimivat sosiaalisessa mediassa ja tavoittavat suuria yleisöjä. (Tuomi ym. 2021, 155–156.)

Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa omassa päätöksenteossään, kun he valitsevat itselleen koulutusalaan ammatillisessa oppilaitoksessa. Tutkimuksessa tutkitaan myös sitä, mitä sosiaalisen median palveluita nuoret käyttävät ja millaista koulutusvalintaan liittyvää tietoa he ovat eri kanavista etsineet ja löytäneet. Tutkimus toteutettiin nettikyselylomakkeella ja kohderyhmänä oli Varsinais-Suomessa sijaitsevan ammatillisen oppilaitoksen yhteishaun kautta valitut ensimmäisen vuoden opiskelijat.

Aihe on todella ajankohtainen ja vähän tutkittu. Sosiaalisen median suosio on viime vuosina kasvanut valtavasti ja myös yritykset ovat huomanneet sosiaalisen median mahdollisuudet markkinoinnissa. Tutkimusten mukaan nuorten koulutusvalintaan vaikuttavat monenlaiset tekijät ja sosiaalisen median vaikutus siihen on varmasti lisääntymässä sen suosion myötä. Tutkimustulosten avulla voidaan pohtia myös sitä, miten oppilaitokset voisivat hyödyntää sosiaalista mediaa omassa viestinnässään.

## 2 SOSIAALINEN MEDIA

### 2.1 Sosiaalisen median määrittelyä

Sosiaalisen median määritelmä ei ole yksiselitteinen. Sanastokeskuksen mukaan sosiaalinen media on tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita sekä käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä. (Sanastokeskus 30.3.2023.) Toisen lähteen mukaan sosiaalisen median voi määritellä halutessaan myös niin, että se on ns. sateenvarjotermi, jonka alta löytyy useita erilaisiin verkkosisältöihin liittyviä kulttuurisia käytäntöjä sekä niihin liittyviä ihmisiä (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17–18).

Määrittelyn vaikeudesta huolimatta sosiaalinen media on erittäin suosittua. Digital 2023 Global Overview-raportin mukaan Suomessa sosiaalista mediaa käyttää noin 83 % väestöstä. Suosituimmat sosiaalisen median kanavat Suomessa ovat Facebook, Youtube, TikTok, LinkedIn, Snapchat, Twitter ja Pinterest. Suosituimmat kanavat muuttuvat kuitenkin jatkuvasti ihmisten käyttäytymisen myötä. (Meltwater & We are Social 2023.) Sosiaalinen media on siis selvästikin erittäin suosittua monessa eri ikäluokassa ja voimme varmasti ilman tutkimuksiakin todeta, että sosiaalisen median alustoilla vietetään paljon aikaa.

Sosiaalisen median suosio on siis suurta niin Suomessa kuin globaalisti. Tämän vuoksi sosiaalisesta mediasta on tullut tärkeä osa yritysten markkinointia. Sen avulla yritykset voivat tavoittaa suuria yleisöjä maailmanlaajuisesti sekä paikallisesti, rakentaa tunnettua brändiä, kasvattaa myyntiä ja olla vuorovaikutuksessa nykyisten ja tulevien asiakkaiden kanssa. (Suni 2021.) Yritykset hyödyntävät markkinoinnissaan yhä useammin myös ”influenssereita” eli sosiaalisen median vaikuttajia, jotka ovat ns. tavallisia ihmisiä, joilla on sosiaalisen median kanavissa paljon seuraajia. Nämä vaikuttajat esittelevät tuotteita ja brändejä seuraajilleen, jolloin yritys/tuote saa julkisuutta ja mahdollisesti uusia asiakkaita. (Lou & Yuan 2019, 58.)



Sosiaalinen media on siis paljon muutakin kuin joukko erilaisia alustoja, joilla ihmiset voivat kuluttaa aikaansa ja olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Sosiaalisen median suosio kasvaa koko ajan ja sen käyttötavat muuttuvat myös koko ajan. Sosiaalisen median vaikutus niin yksittäisten ihmisten, ryhmien kuin yritystenkin toimintaan on merkittävää.

## **2.2 Sosiaalinen media oppimisen ja tiedonhaun välineenä**

Käsitys tiedosta on teknologian kehityksen myötä muuttunut. Informaation määrällä ei ole juurikaan rajoja ja tieto päivittyy koko ajan. Uutta tietoa syntyy myös koko ajan. Tiedon oikeellisuutta ja totuutta pitää arvioida ja tiedon lähteitä tulee tarkastella kriittisesti. Oppimisen kannalta tämä kaikki merkitsee sitä, että oppijoilta edellytetään entistä enemmän tiedon hankinnan valmiuksia ja ymmärrystä siitä, miten tieto rakentuu ja miten eri käsitteet yhdistyvät toisiinsa. (Niemi & Multisilta 2014, 17.)

Edellä siis todettiin, että teknologian kehityksen myötä tiedon käsitys on muuttunut. Uskon, että jokainen teknologiaa käyttävä voi todeta myös sen, että eritasoista tietoa on saatavilla todella paljon. Niemi ja Multisilta (2014) tuovat esille näkökulman siitä, että sosiaalisen median myötä myös viestinnän nopeus ja tavoitavuus on kasvanut. Suuri osa sosiaalisessa mediassa tapahtuvasta viestinnästä tapahtuu välittömästi ja julkisesti. Se myös murtaa sekä kansalliset rajat että muut kiinteät ryhmittymät eikä myöskään tunne instituutioiden aikaita paikkarajoja. Heidän mukaansa sosiaalisella medially on merkittävä rooli myös erilaisissa oppimistapahtumissa, niin koulussa kuin sen ulkopuolella. (Niemi & Multisilta 2014, 27.)

Sosiaalisen median suosion ja sen roolin merkityksen erilaisissa oppimistapahtumissa ja lasten nuorten elämässä on havainnut myös Pönkä (2017), joka on kirjassaan tuonut esille sosiaalisen median tärkeyden opetustyössä. Hänen mukaansa sosiaalisen median palveluita voidaan käyttää yhteisölliseen työskentelyyn ja sen avulla voidaan tukea opetusta ja oppimista. Sosiaalisen median voidaan katsoa olevan nykyään myös osa yleissivistystä.

Sosiaalisen median tunteminen ja sen käyttämiseen liittyvät taidot ovat tarpeen digitalisoituvassa yhteiskunnassa. Teknisten taitojen lisäksi verkossa toimimiseen tarvitaan sosiaalisia taitoja ja siihen liittyy myös eettisiä valintoja, jotka näkyvät suhtautumisessa muihin ihmisiin, lakeihin ja oman toiminnan vastuullisuuteen. (Pönkä 2017, 9.)

Kuten aiemmissa kappaleissa on todettu, sosiaalisella medially on tärkeä rooli tiedonhaun, oppimisen ja viestinnän välineenä. Kim ym. (2014) ovat tutkineet sosiaalisen median käyttöä tiedonlähteenä. Heidän tekemänsä tutkimuksen mukaan erilaisia sosiaalisen median kanavia käytetään tietolähteinä erilaisissa yhteyksissä ja tilanteissa. Tutkimuksen kohdejoukko käytti sosiaalisen median kanavia yleisesti arkeen liittyvän tiedon hakuun, mutta tämän lisäksi joitakin sosiaalisen median kanavia käytettiin yhä enemmän myös akateemisen tiedon hankintaan. Tutkimuksessa tutkittiin myös sitä, miten kohderyhmä arvioi sosiaalisesta mediasta saamansa tiedon luotettavuuden. Kohderyhmä olikin kehittänyt itselleen erilaisia keinoja luotettavuuden arviointiin, kuten kiinnittämällä huomiota sisällön laatuun, muiden ihmisten arvioihin tai vertaamalla tietoa eri kanavilta saataviin tietoihin. Tutkimustulosten myötä tutkijat kuitenkin toivovat, että sosiaalisen median käyttäminen tiedonlähteenä tunnistettaisiin ja tiedon arvioinnin ja käyttämisen keinoja opetettaisiin erilaisissa koulutusohjelmissa. (Kim ym. 2014, 452–454.)

Tässä aluvussa esitetyt asiat tukevat sitä ajatusta, että sosiaalisella medially on sosiaalisen kanssakäymisen ja yhteydenpidon ohella tärkeä rooli erilaisen tiedon jakamisessa. Edellä esitettyjen näkökulmien perusteella on perustelua myös ajatella, että medialukutaito ja tiedon tulkitsemisen ja luotettavuuden arviointi tulee olemaan yhä tärkeämpää kaikille sosiaalisen median ja teknologian käyttäjille. Näitä taitoja tulisi opettaa eri kouluasteilla ja miksei myös työpaikoilla.

## 2.3 Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä

Some ja Nuoret 2022-kyselyn mukaan lähes 88 % 18–22-vuotiaista nuorista käyttää Internetiä yli 20 tuntia viikossa ja varsin iso osa tästä ajasta on sosiaalisen median sovellusten käyttöä. Sosiaalisen median käyttö on luonteva osa nuorten elämää ja monelle se on myös tapa. Tutkimuksen mukaan tärkein yksittäinen syy nuorten sosiaalisen median käyttämiselle on mahdollisuus keskustella tuttujen ihmisten kanssa. Tiedon etsiminen koettiin myös tärkeäksi osaksi sosiaalisen median käyttöä. Kyselyn mukaan suomalaisten nuorten suosituimmat sosiaalisen median kanavat ovat WhatsApp, YouTube, Instagram, Spotify, Snapchat, TikTok, Facebook, Discord, Pinterest ja Jodel. (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2022.) On siis selvää, että nuoret viihtyvät sosiaalisessa mediassa pitkiä aikoja ja se on heidän elämässään hyvin merkityksellinen asia. Seuraavissa kappaleissa pohditaan sitä, miten sosiaalisen median käyttäminen vaikuttaa nuoriin ja miksi siellä viihdytään niin paljon.

Some ja Nuoret 2022 - kyselyn mukaan sosiaalinen media ja siellä tapahtuva viestintä vahvistavat yhteenkuuluvuuden tunnetta ja se onkin tuottanut suurelle osalle vastaajista selkeää iloa ja lisävarmuutta. Kyselyn mukaan sosiaalisesta mediasta oli saatu myös apua erinäisiin ongelmiin ja koettu onnistumisen tunteita. Sosiaalinen media oli osalle vastaajista ainakin osittain tuottanut myös surua ja kiusaamista oli myös koettu. (Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2022.)

Lasten ja nuorten säätöön sekä TietoEVERYn teettämän ”Unelmien some”-selvityksen mukaan nuoret uskovat, että sosiaalinen media parantaa yhteiskunnallista keskustelua ja tulevaisuudessa nuoret tulevat käyttämään sitä tietoisesti oman maailmankuvansa laajentamiseen. Selvitykseen vastanneet nuoret kokivat myös, että tulevaisuudessa sosiaalinen media tulee viemään yhä suuremman osan nuorten ajasta, vaikka he eivät sitä haluaisikaan. (Lasten ja nuorten säätö & TietoEVERY, 2021.)

Sosiaalinen media ja siellä vastaantulevat asiat vaikuttavat nuorten hyvinvointiin sekä identiteetin rakentumiseen ja nuoret myös itse tunnistavat tämän. He eivät kuitenkaan pidä sitä hyvänä asiana. ”Unelmien some”-

selvitykseen vastanneista nuorista 72 % uskoi, että somen merkitys nuoren identiteetin rakentumisessa tulee kasvamaan tulevaisuudessa. Sosiaalisen median vaikuttajilla on suuri rooli nuorten arjessa, ja selvityksen mukaan nuoret uskoivatkin vaikuttajilla olevan jatkossa entistä suurempi vaikutus nuorten elämään. Nämä sosiaalisen median vaikuttajat ansaitsevat yleensä ainakin osan elannostaan somen avulla ja selvityksessä vastaajat uskoivat, että tulevaisuudessa yhä useampi nuori tulee tienamaan rahaa sosiaalisen median avulla. (Lasten ja nuorten säätiö & TietoEVRY, 2021.)

Koontina edellä kuvatuista tuloksista ja näkökulmista voidaan sanoa, että nuoret saavat sosiaalisesta mediasta sekä hyviä, että huonoja kokemuksia. Nuoret myös tunnistavat sosiaalisen median merkityksen heidän identiteettinsä rakentumisessa sekä vaikuttajien roolin heidän arjessaan. Vaikka nuoret viihtyvätkin sosiaalisen median parissa, he myös tunnistavat siihen liittyvät epäkohdat. Sosiaalinen media ja siellä toimivat vaikuttajat luovat erilaisia mielikuvia erilaisista asioista. Seuraavassa luvussa käsitellään koulutusvalintaa, joka on myös merkittävä asia nuoren identiteetin rakentumiselle. Erilaisiin ammatteihin ja koulutuksiin liittyvät mielikuvat voivat vaikuttaa myös koulutusvalintaan.

## **3 KOULUTUSVALINTA**

### **3.1 Peruskoulun jälkeinen koulutusvalinta**

Suomessa vakinaisesti asuvat lapset ovat oppivelvollisia ja oppivelvollisuus alkaa sinä vuonna, jona lapsi täyttää seitsemän vuotta. Oppivelvollisuus päättyy, kun oppivelvollinen täyttää 18 vuotta tai kun oppivelvollinen on tätä ennen suorittanut hyväksytysti ylioppilastutkinnon tai ammatillisen tutkinnon. (Oppivelvollisuuslaki 30.12.2020/1214 § 2). Oppivelvollisuuden laajentuminen toisen asteen koulutukseen tuli voimaan vuonna 2021, jolloin perusopetuksen päättäneet nuoret olivat velvoitettuja hakeutumaan jatko-opintoihin peruskoulun jälkeen. Taustana tälle muutokselle oli pääministeri Sanna Marinin

hallitusohjelman keskeinen tavoite koulutus- ja osaamistason nostamisesta kaikilla koulutusasteilla, oppimiseröjen kaventumisesta ja koulutuksellisen tasarvon lisääntymisestä (Hallituksen esitys HE 173/2020).

Nuorten peruskoulun jälkeinen toisen asteen koulutusvalinta on siis sekä yhteiskunnallinen asia että jokaisen nuoren omaan elämään merkittävästi vaikuttava asia. Tolonen ja Aapola-Kari (2021) pohtivatkin artikkelissaan nuorten koulutusvalintoihin liittyvää julkista keskustelua. Heidän mukaansa koulutusvalinta nähdään julkisessa keskustelussa usein nuorten yksilöllisinä prosesseina, vailla rakenteellista näkökulmaa, vaikkakin nuoret tekevät koulutusvalintansa tukeutuen erilaisiin kulttuurisiin ja sosiaalisiin pääomiin. Nuoret kiinnitetään yhteiskuntaan koulutusvalintojen kautta. Valintatilanteessa nuoren kouluarvosanat määrittelevät erilaiset koulutusmahdollisuudet ja valintakehykset, joiden kautta heitä arvotetaan yhteiskunnallisesti. Nuoret valitsevat itselleen tietyn koulutuspaikan ja sen myötä myös yhteiskunnallisesti määritellyn arvoaseman, josta he tulevat valintaprosessin aikana itsekin tietoisiksi. (Tolonen & Aapola-Kari 2021, 117.)

Tolonen ja Aapola-Kari (2021) analysoivat artikkelissaan eri puolella Suomea asuvien peruskoulun yhdeksäsluokkalaisten haastatteluita heidän koulutusvalinnoistaan. Nuorten puheista nousi esiin erilaisia valintastrategioita, jotka liittyivät vahvasti siihen, millaisia kulttuurisia ja sosiaalisia pääomia nuorilla oli. Esimerkiksi määrätietoisuuden ja jatkuvuuden strategiat liittyivät nuorten kulttuurisesti ja sosiaalisesti korkeisiin pääomiin, kun taas välttelyn strategia liittyi haavoittuvammassa asemassa olevien nuorten tarinoin. Nuorten koulutusvalinnat kiinnittyvät yhteiskuntaluokan, perheen resurssien ja pääomien lisäksi paikallisuuden, sukupuolen ja rodullistamisen ulottuvuuksiin. (Tolonen & Aapola-Kari 2021, 117.)

Peruskoulun jälkeinen koulutusvalinta on siis nuorille pakollinen ja valintaan vaikuttavat monet erilaiset seikat, joihin kaikkiin nuori itse ei pysty vaikuttamaan. Edellä esitettyjen tutkimustulosten perusteella nuorten koulutusvalinta on yhteiskunnallisesti hyvin merkittävä asia, puhumattakaan

siitä miten merkittävä asia se on nuorelle itselleen ja hänen identiteettinsä rakentumiselle.

### **3.2 Sosiaalisten suhteiden vaikutus koulutusvalintaan**

Kuten edellisessä alaluvussa todettiin, nuorten koulutusvalintaan vaikuttavat useat eri seikat. Myös Tuomi ym. (2021) toteavat että, koulutusvalinta ja siihen liittyvä päätöksenteko on hyvin moniulotteinen asia. Päätöksentekoon liittyy suoraan henkilöön liittyviä tekijöitä (kyvyt, motivaatio, informaation lukutaito), perheeseen liittyviä tekijöitä (kulttuurinen pääoma, vanhempien koulutustaso, varallisuus), ystäväpiiriin liittyviä tekijöitä (luokkatoverit, ryhmäpaine, harrastukset), paikkakuntaan liittyviä tekijöitä (opiskelupaikan sijainti) sekä nykyiseen kouluun liittyviä tekijöitä (opinto-ohjaus, opettajien näkemykset jne.). (Tuomi ym. 2021, 152.) Kuten tästä huomataan, moni näistä tekijöistä liittyy erilaisiin sosiaalisiin suhteisiin, joihin nuoret kuuluvat niin kotona, koulussa ja vapaa-ajalla.

Lahtinen ym. (2019) tarkastelevat sosiaalisten suhteiden merkitystä nuorten mielikuvien ja vaikutelmien muodostumisen kautta. Nuorten käsitykset erilaisista ammateista saattavat perustua melko pinnallisiin ja pikaisesti muodostettuihin vaikutelmiin. Nuorten ammattikäsitteissä saattaa korostua myös jokin yksittäinen seikka, jonka perusteella tietty ammatti voi näyttäytyä mahdollisena tai mahdottomana. Nuori saattaa siis sulkea jonkin ammattialan pois jopa yksittäisen oletuksen perusteella. Vanhemmat, sukulaiset sekä ystävät ovatkin tärkeässä asemassa, kun nuori miettii mihin alalle tai koulutukseen he voisivat suuntautua. Tiettyyn ammattialaan tutustuminen harrastusten kautta voi olla merkittävä tekijä nuoren koulutusvalinnassa. (Lahtinen ym. 2019, 146.)

Myös Tolonen ja Aapola-Kari (2021) huomasivat analyysissään, että sosiaaliset suhteet ja sosiaalinen pääoma vaikuttivat voimakkaasti nuorten koulutusvalintoihin. Varsinkin perhe- ja ystävyys-suhteet koettiin merkityksellisiksi. Pienellä paikkakunnalla asuvien nuorten valinnoissa korostui halu muuttaa pois kotoa opiskelujen perässä, jolloin heille avautuisi uudenlaisen

sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman kerryttäminen muualla. Toisaalta pienen kotipaikkakunnan turvalliset sosiaaliset verkostot koettiin tärkeiksi, vaikka se voisi tarkoittaa kapeampia koulutusmahdollisuuksia. (Tolonen & Aapola-Kari 2021, 129.) Lahtinen ym. (2019) kohtasivat tutkimuksessaan saman tyyppisiä tuloksia, vaikka heidän haastattelemansa nuoret korostivatkin tehneensä valintansa itse. Nuoret kuitenkin kertoivat, että heidän perhe- ja ystävyysuhteensa olivat merkityksellisiä heidän pohtiessaan erilaisia opiskelupaikkoja. Heille tärkeitä olivat esimerkiksi isompien sisarusten tai vanhempien kavereiden kokemukset tietyistä koulutusaloista ja oppilaitoksista. (Lahtinen ym. 2019, 83.)

Koontina edellä kuvatuista tuloksista voidaan siis sanoa, että nuorten sosiaaliset suhteet ovat merkityksellisiä nuorille myös koulutusvalintaan liittyvissä pohdinnoissa. Täytyy kuitenkin muistaa, että vaikka sosiaaliset suhteet koetaan merkityksellisiksi koulutusvalintaa tehdessä, se ei automaattisesti tarkoita sitä, että ne aina vaikuttaisivat nuorten tekemiin päätöksiin. Saarinen ja Kalalahti (2019) erittelivät tutkimuksessaan kaksi erilaista tapaa eli orientaatiota tehdä koulutusvalintoja; itsenäinen pyrkijä ja kaverisuuntautunut pyrkijä. Itsenäisen pyrkijän tavassa toimia korostuu oma päätös ja siihen nojautuminen. Päätökset tehdään itse omien taitojen ja mielenkiinnon pohjalta riippumatta esimerkiksi vanhempien toiveista eikä kavereiden valintasuunnitelmat ole kovinkaan merkityksellisiä. Kaverisuuntautuneelle pyrkijälle läheiset sosiaaliset suhteet koulukavereihin ovat merkityksellisiä, he saavat vastusta ja tukea kavereistaan ja he pitävät ystäviä omien valintojensa tukipilareina. Kaverisuuntautuneisuus ei kuitenkaan välttämättä tarkoita passiivisuutta, vaan aktiivista reflektiota kavereiden kanssa. Omia ominaisuuksia, saavutuksia ja toiveita pohditaan suhteessa muihin, jolloin kavereiden kanssa tehdyt valinnat tukevat nuoren itsenäisyyttä ja yhteisöllisyyttä. (Saarinen & Kalalahti 2019, 209–216.)

Sosiaaliset suhteet ovat siis merkityksellisiä nuorten elämässä ja valintoja tehdessä. Erilaiset tärkeät elämänvaiheet ja päätöksenteot elämässä voivat olla nuorille myös haastavia. Valtion nuorisoneuvoston toteuttaman

Nuorisobarometri 2022-selvityksen mukaan nuoret kokevatkin sosiaalisten suhteiden olevan niitä asioita, jotka auttavat selviytymään vaikeista tilanteista (Kivijärvi & Myllyniemi 2022, 27).

### **3.3 Epävirallisen tiedon ja mielikuvien vaikutus koulutusvalintaan**

Tiedon hankkiminen ja sen lisääminen on tärkeää erilaisten valintojen edessä. Valintojen ja isojen päätösten tekeminen on myös helpompaa, kun saa konkreettista tietoa päätöksenteon pohjaksi. Usein päätöksiä tehdään tai jätetään tekemättä oletusten ja hataran tiedon ja uskomusten varassa. (Ståhlberg & Herlevi 2017, 116.)

Kuten aiemmissa luvuissa on todettu, päätöksenteon tueksi on saatavissa monenlaista tietoa ja monista erilaisista kanavista. Koulutusvalinnan tueksi nuoret voivat saada tietoa erilaisista painetuista hakuoppaista, oppilaitosten ja erilaisten virallisten toimijoiden internet-sivuilta, sosiaalisesta mediasta, vierailuista oppilaitoksissa, opinto-ohjaajalta, ystäviltä, sukulaisilta jne. Näistä saatu tieto voi olla virallista tai epävirallista riippuen tiedon sisällöstä, antajasta ja kanavasta, josta tietoa saadaan. Jokainen tiedon hakija tulkitsee tietoa omalla tavallaan ja omien taitojensa mukaan.

Slack ym. (2014) ovat tutkimuksessaan tutkineet epävirallisen (hot knowledge) ja virallisen (cold knowledge) tiedon merkitystä yliopisto-opiskelijoiden koulutusvalinnassa. Heidän mukaansa epävirallinen tieto jakautuu kahteen osaan: sosiaalisten verkostojen eli "puskaradion" kautta saatuun tietoon sekä epävirallisiin tapaamisiin muiden opiskelijoiden ja tahojen kanssa (esim. oppilaitosten tutustumispäivät). Virallinen (cold) tieto pitää taas sisällään "kylmiä faktoja" esim. yliopistojen esitteissä ja internetsivustoilla. Tutkimuksen mukaan opiskelijat kokivat epävirallisen tiedon luotettavammaksi kuin virallisen tiedon, johon tiedon antajien koettiin pystyvän vaikuttamaan. Opiskelijat kokivat, että yliopistot pystyivät itse päättämään mitä virallista tietoa he koulutuksestaan antavat ja jättämään mahdollisesti jotakin oleellista päätökseen vaikuttavaa tietoa antamatta. Epävirallinen tieto esimerkiksi



opiskelijoiden mielipiteiden muodossa koettiin luotettavaksi eikä sitä kyseenalaistettu. Tässäkin tutkimuksessa huomattiin, että opiskelijat kaipaavat apua päätöksentekoon liittyvän tiedon etsimiseen sekä sen kriittiseen arviointiin. (Slack ym. 2014, 220–221.) Kuten tässä luvussa on jo todettu, erilaiset mielikuvat ja oletukset voivat vaikuttaa nuorten valintoihin. Erilaisten ”puskaradioiden” kautta annettu epävirallinen tieto muodostaa nuorten mielissä tiettyjä merkityksiä erilaisista asioista. Sosiaalisen median voidaan katsoa olevan yksi tällainen epävirallisen tiedon välittäjänä toimiva ”puskaradio”.

Karvonen (1999) käsittelee kirjassaan mielikuvia ja imagon rakentumista. Hänen mukaansa mielikuvan muodostumisen perusasetelmassa on kaksi osapuolta; se, josta kuva tai käsitys muodostetaan ja se, jolle kuva muodostuu. Osapuolet kohtaavat toisensa tai ovat toistensa kanssa vuorovaikutuksessa, niin että henkilö saa havainnointinsa pohjaksi informaatiota, jolloin mielikuvia muodostuu. Tarkoituksella tai tahattomasti tuotetun informaation pohjalta henkilö tuottaa asiasta itselleen jonkinlaisen käsityksen eli tietorakenteen, joka muodostuu kokemusten myötä ihmisten muistiin. Tällainen jostakin asiasta muodostunut tietorakenne toimii oletusarvona ja ennakkoluulona, jota jatkossa asiaan sovelletaan. Tietorakenne toimii myös suodattimena, joka määrittelee sen, mihin asiassa kiinnitetään huomiota. (Karvonen 1999, 51–52.)

Karvosen kirjoittaman teoksen aikaan sosiaalinen media oli vasta tulossa, mutta median vahva vaikutus mielikuvien ja imagojen rakentajana oli kuitenkin jo hyvin havaittavissa. Tätä ajatusta vahvistaa Power ja Phillips-Wren (2011), jotka ovat artikkelissaan selvittäneet jo yli kymmenen vuotta sitten, että sosiaalisen median vaikutus päätöksentekoon voi olla merkittävä joissakin tilanteissa. Vaikutus riippuu siitä, mitä sosiaalisen median kanavaa on käytetty. (Power & Phillips-Wren 2011, 258.)

Erilaisilla mielikuvilla voi olla vaikutusta koulutusvalintaan myös Penttisen (2015) mukaan. Hänen mukaansa nykyisessä mielikuvayhteiskunnassa koulutusvalintoja voidaan tehdä erilaisten mielikuvien perusteella. Vaarana tässä kuitenkin on se, että nämä mielikuvat ei todellisuudessa vastaa tietyn ammatin tai koulutuksen sisältöjä ja toimintaa. Tietoja eri ammateista voidaan

saada median välityksellä ja usein nämä median välittämät ammattikuvat luovat erilaisia stereotypioita tietyistä ammattialoista. Tämän vuoksi mediakriittisyys on tarpeen, kun ammattitietoutta omaksutaan mediasta. (Penttinen 2015, 107-108.)

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 4.1 Tutkimustehtävä ja tutkimuskysymykset

Nuorten koulutusvalintaan vaikuttavat useat asiat ja tietoa valinnan tueksi onkin saatavilla useista lähteistä. Talous ja Nuoret TAT (2020) onkin tutkimuksessaan selvittänyt, että opinto-ohjaaja, vanhemmat tai sukulaiset sekä ystävät ja tutut ovat nuorille tärkeitä tietolähteitä opiskelupaikkaa pohtiessa. Näiden lisäksi yläkoululaiset kokevat myös työelämään tutustumisjaksot (TET), median sekä kesätyökokemukset tärkeiksi tiedon lähteiksi. Koulussa pidetyt esittely- ja infotilaisuudet, oppilaitoksen nettisivut sekä eri aloista, ammateista ja koulutuksista kertovat videot vaikuttavat myös nuorten koulutusvalintaan. Yläkouluikäisenä nuoren itsenäinen tiedonhaku lisääntyy ja nuoret hakevat tietoa eri kanavista koulutusvalintansa tueksi. (Talous ja nuoret TAT 2020, 15–16.)

Sosiaalinen media on nuorille arkipäivää ja nuoret viettävät erilaisissa sosiaalisen median kanavissa paljon aikaa. On siis mielestäni luontevaa ajatella, että nuoret hakisivat sieltä tietoa myös koulutusvalintaansa liittyen. Tämän tutkimuksen tarkoituksena olikin selvittää miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa koulutusalan valinnassa hakiessaan ammatilliseen oppilaitokseen. Tutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään myös sitä, mitä sosiaalisen median palveluita nämä nuoret käyttävät, millaista koulutusvalintaan liittyvää sisältöä he ovat eri kanavista etsineet ja löytäneet sekä millaisen sisällön he kokevat merkityksellisimmäksi.

Tutkimuskysymykseni on:

1. Miten ammatilliseen koulutukseen hakeutuneet nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa koulutusalan valinnassa?

Tutkimustulosten avulla voidaan pohtia myös sitä, miten oppilaitokset voisivat hyödyntää erilaisia sosiaalisen median kanavia viestinnässään.

## 4.2 Tutkimukseen osallistujat

Tutkimukseen osallistui erään Varsinais-Suomessa sijaitsevan ammatillisen oppilaitoksen ensimmäisen vuoden opiskelijat. Tutkittavat rajattiin niihin opiskelijoihin, jotka ovat tulleet oppilaitokseen opiskelemaan yhteishaun kautta. Aikuisopiskelijat ja jatkuvan haun kautta tulleet opiskelijat rajattiin pois, koska tutkimuksen avulla haluttiin selvittää nuorten sosiaalisen median hyödyntämistä koulutusvalinnassaan eikä niinkään esimerkiksi alanvaihtajien tai täydennyskoulutusopiskelijoiden mielipiteitä aiheesta. Tässä oppilaitoksessa on valittavissa melkein 30 koulutusta, johon voi yhteishaun kautta hakea, joten tutkimukseen osallistujat edustivat kattavasti eri koulutusaloja.

Linkki kyselyyn lähetettiin yhteensä 1172 opiskelijalle ja vastauksia saatiin 119. Vastausprosentti oli siis noin 10 %. Tämä tutkimus toteutettiin kokonaistutkimuksena. Tämä tarkoittaa sitä, että koko perusjoukko otetaan tutkimukseen mukaan eikä otantamenetelmää käytetä (Vilkkä 2021, 98). Tämä koettiin tässä tutkimuksessa toimivaksi, koska sähköinen kyselylomake oli helppo toimittaa isolle joukolle ja etukäteen oli ennakoitavissa, että vastausprosentti ei ole välttämättä kovin suuri.

Kyselyyn vastanneista oli 58 % naisia, 34 % miehiä, 4 % oli valinnut sukupuolekseen muu ja 4 % ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Vastaajista 79 % kertoi asuvansa kaupungissa ja 25 % maaseudulla. Vastaajat edustivat kahtakymmentä eri koulutusalaa, joista eniten vastaajia oli liiketalouden, sähkö- ja automaatioalan ja sosiaali- ja terveystieteiden koulutusohjelmista. Vain yksi vastaaja ilmoitti suorittavansa kaksoistutkintoa. Ikää vastaajilta ei kysytty, koska se ei tutkimuskysymyksen kannalta ollut oleellista ja yhteishaun kautta koulutukseen hakevat opiskelijat ovat pääsääntöisesti saman ikäisiä.

### 4.3 Tutkimusaineiston keruu

Tämä tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, joka on enimmäkseen määrällistä tutkimusta ja siinä sovelletaan erilaisia tilastollisia menetelmiä. Määrällinen tutkimus antaa yleisen kuvan tutkittavien asioiden välisistä suhteista ja eroista. Tutkija ei vaikuta tutkimustulokseen, jolloin tutkimustulos on objektiivinen. Määrälliselle tutkimukselle on tyypillistä, että vastaajien määrä on suuri ja mitä suurempi otos on, sitä paremmin toteutunut otos edustaa perusjoukon keskimääräistä mielipidettä tai kokemusta tutkittavasta asiasta. (Vehkalahti 2014, 13 ; Vilka 2007, 13–17.) Tämän tutkimuksen kohdejoukko oli laaja ja tutkittava asia sellainen, jonka tutkimiseen sopi määrällinen tutkimusote. Tutkimuskysymys oli kuitenkin sellainen, jonka selvittämiseksi olisi sopinut myös laadullisen tutkimuksen menetelmät.

Määrällisen tutkimuksen aineiston keräämisen tavat ovat kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden tilastojen ja rekisterien käyttö. Kyselylomake on näistä tavallisimman määrällisessä tutkimuksessa käytetty aineistonkeruutapa. Kyselylomaketutkimuksessa vastaaja lukee itse kirjallisesti esitetyn kysymyksen ja myös vastaa siihen kirjallisesti. Kaikilta vastaajilta kysytään sama asiasisältö samalla tavalla, jolloin kysely on standardoitu. Aineiston kerääminen kyselylomakkeella sopii suurelle ja hajallaan olevalle joukolle ja sitä käytetään usein myös silloin, kun tutkimuksessa käsitellään arkaluontoisia kysymyksiä. Kyselylomakkeen haittapuoli on se, että vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi. (Vilka 2021, 94.) Tässä tutkimuksessa tutkittavia oli iso määrä ja he sijoittuivat eri koulutusaloille, joten kyselylomake katsottiin helpoimmaksi tavaksi tavoittaa näin laaja kohderyhmä.

Luonnon ilmiöitä ja ihmisiä koskevien asioiden tutkiminen määrällisellä tutkimuksella on mahdollista niin, että tutkittava asia operationalisoidaan. Tämä tarkoittaa sitä, että teoreettiset ja käsitteelliset asiat muutetaan sellaiseen muotoon, että tutkittava ymmärtää sen arkiymmärryksellään. Sen jälkeen tutkittavat asiat vakioidaan lomakkeeseen kysymyksiksi ja vaihtoehtoiksi niin, että kaikki ymmärtävät kysymyksen samalla tavalla ja kysymykset voidaan kysyä kaikilta vastaajilta samalla kysymyksellä. Operationalisointi ja

strukturointi tehdään ennen aineiston keräämistä. (Vilkkä 2007, 13–15.) Tässä tutkimuksessa keskeiset käsitteet operationalisoitiin ennen kyselylomakkeen tekemistä. Sosiaalisen median käsite jaettiin kyselylomakkeelle kysymyksiksi, joissa kysyttiin vastaajan sosiaalisen median käyttämiä kanavia, käytön määrää sekä mielipiteitä erilaisista sisällöistä. Koulutusvalinnan käsite muotoutui lomakkeelle kysymyksiksi, joissa kysyttiin vastaajan koulutusala, ensisijaista hakutoivetta ja kokemusta valinnan vaikeudesta/helppoudesta. Koulutusvalintaan liittyvä virallinen ja epävirallinen tieto esitettiin lomakkeella konkreettisina asioina, joita sosiaalisesta mediasta on etsitty sekä osittain myös kysymällä erilaisten sisältöjen mielekkyyttä. Sosiaalisen median hyödyntämistä koulutusvalinnan tukena kysyttiin vastaajilta kysymällä millaista tietoa etsi ja mistä kanavista tietoa etsittiin ja miten paljon.

Käsitteiden operationalisoinnin jälkeen suunnitellaan ja rakennetaan kyselylomakkeen kysymykset eli mittarit. Määrällisen tutkimuksen yksi perusta onkin mittaus. Asioiden tutkiminen tilastollisesti edellyttää, että tietoja voidaan mitata erilaisilla mittareilla. Mittauksen suunnitteluun kannattaa panostaa, sillä tehdyt ratkaisut vaikuttavat analyysimenetelmien valintaan sekä tutkimuksesta tehtävien johtopäätösten luotettavuuteen. (Vehkalahti 2008, 17.)

Mittaustasot voidaan tiivistää kolmeen päätyyppiin: luokittelu, järjestäminen ja mittaaminen. Luokittelu edustaa puhtaasti laadullista mittaustasoa, jossa määrällisillä asioilla ei ole sijaa. Luokittelun voi toteuttaa niin, että vastaaja voi vastata vain yhteen vastausvaihtoehtoon tai valita niin monta vaihtoehtoa kuin haluaa. Luokittelutason mittaukset ovat tärkeitä, mutta mittauksen taso on melko karkea ja ohut, jos kyselytutkimuksessa ei käytetä muita mittausvaihtoehtoja. (Vehkalahti 2008, 27–29.) Tässä tutkimuksessa käytettiin luokittelua yhtenä mittauksen tasona. Vastaajan taustatiedot sekä tiedot koulutusalan valinnan helppoudesta/vaikeudesta sekä kokemukset sosiaalisen median hyödyistä ja sieltä löydetyistä tiedosta kysyttiin niin, että vastaaja sai valita yhden vastausvaihtoehdon valmiiksi annetuista vaihtoehdoista. Kysymyksiin erilaisten sosiaalisen median kanavien käyttämisestä ja niistä etsitystä tiedosta vastaajat saivat valita useamman

vaihtoehdon annetuista vastausvaihtoehdoista. Vastaajille annettiin näissä kahdessa kysymyksessä myös vaihtoehto ”muu, mikä?”.

Kysymyksissä, joissa vastaajille on annettu valmiit vastausvaihtoehdot, tutkijan tulee ennakolta tietää, millaisia vastauksia vastaajat kysymyksiin tuottavat. Tällaiset kysymykset soveltuvatkin hyvin taustatietojen selvittämiseen. Valmiiden vastausvaihtoehtojen käyttämisessä on tärkeää, että vastaajalle löytyy aina oikea ja sopiva vaihtoehto. Tulosten analysointi ja tulkinta on helpompaa ja yksinkertaisempaa, kun vastaajalle sopivia vastausvaihtoehtoja on vain yksi. (Valli 2018.) Tässä tutkimuksessa kyselylomakkeen vastausvaihtoehdot perustuivat teoriaan ja tutkimustietoon, joiden pohjalta koottiin vastausvaihtoehdot. Vastaajille annettiin myös avovastausmahdollisuus, jos jokin vastausvaihtoehto jäi puuttumaan. Vaikka luokittelutason mittaaminen ei anna kovin tarkkaa tulosta, koen, että tutkimuskysymyksen ja tutkimuksen tavoitteen kannalta nämä kysymykset olivat perusteltuja. Kysymysten avulla saatiin kokonaisuuden kannalta tärkeitä ja kiinnostavia tietoja.

Suljettujen kysymysten lisäksi kyselylomakkeella voi kysyä asioita avoimilla kysymyksillä. Avointen kysymysten etu on se, että vastausten joukossa voi olla hyviä ideoita. Avointen kysymysten avulla voidaan saada vastaajan mielipide asiaan perusteellisesti. Huono puoli avointen kysymysten osalta on se, että niihin jätetään helposti vastaamatta ja vastaukset voivat olla epätarkkoja. Avoimet kysymykset ovat myös työläitä analysoida. (Valli 2018.) Tämän tutkimuksen kyselylomakkeessa käytettiin avoimia kysymyksiä harkiten. Kysymykset olivat sellaisia, joihin ei ollut odotettavissa pitkiä vastauksia, jolloin niiden analysoiminen ei ollut kovin työlästä.

Tämän tutkimuksen aihe ja kohderyhmä huomioon ottaen, oli luonnollista, että kyselylomake toteutettiin sähköisenä. Sähköisen kyselylomakkeen käyttämisessä on kuitenkin hyvä muistaa varmistaa, että perusjoukkoon kuuluvilla on mahdollisuus internetin ja sähköpostin käyttöön ja, että heillä on sellaiset tietotekniset taidot, jolla he kykenevät kyselyyn vastaamaan. (Vilkka 2021, 95.)

Kyselylomake tehtiin Webropol-ohjelman avulla. Kyselylomaketta testattiin säännöllisesti tutkijan lähipiirin ja opiskelutovereiden toimesta. Samalla testattiin, että vastaukset tallentuvat Webropol-ohjelmiston raportointiosioon. Kyselylomake oli kaksi sivua pitkä ja se oli helppo täyttää niin tietokoneella, tabletilla kuin puhelimellakin. Kyselylomakkeella oli vain kolme pakollista kysymystä. Lomakkeella oli paljon luokitteluasteikollisia kysymyksiä, joissa osassa vastaajat saivat valita useamman vastausvaihtoehdon. Sosiaalisen median käyttöä mitattiin myös välimatka-asteikolla ja sosiaalisen median käyttöä koulutusvalinnassa järjestysasteikolla.

Linkki kyselyyn luotiin Webropol-ohjelmassa ja se toimitettiin opiskelijoille Wilma-viestillä oppilaitoksen edustajan toimesta. Wilma-viestissä oli tutkijan laatima saateteksti, jossa kerrottiin lyhyesti tutkimuksen tarkoitus ja motivoitiin vastaajia vastaamaan kyselyyn. Myös opiskelijoiden huoltajille lähetettiin Wilma-viestillä tietoa tutkimuksesta, vaikka heiltä ei erillistä lupaa vastaamiseen tarvittukaan. Linkki kyselyyn oli auki kaksi viikkoa marraskuun alkupuolella 2022. Kyselylomakkeeseen vastaamisesta muistutettiin puolessa välissä oppilaitoksen Instagram-tilillä sekä Wilma-viestillä.

#### **4.4 Aineiston analyysi**

Empiiriset tutkimukset voidaan jakaa kvalitatiivisiin eli laadullisiin ja kvantitatiivisiin eli määrällisiin tutkimuksiin. Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään usein saamaan vastaus kysymyksiin ”miksi?”, ”miten?” ja ”millainen”. Määrällinen tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin ”mikä?”, ”missä?” ja ”kuinka paljon?”. Valittu tutkimustyyppi määrittelee usein käytettävän aineistonkeruu- ja analyysimenetelmän. (Holopainen & Pulkkinen 2013, 20–21.)

Kirjallisuudessa puhutaan jonkin verran siitä, että laadullisten ja määrällisten tutkimusten erottaminen toisistaan ei ole välttämätöntä, vaan tutkimuksissa voi olla elementtejä molemmista. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka (2009) toteavatkin, että määrällistä ja laadullista tutkimusotetta ei tulisi nähdä kilpailevina ja toisensa poissulkevinä. Määrällinen tutkimus sisältää



aina laadullisuutta ja laadullisessa tutkimuksessa on usein mukana myös määrällisiä elementtejä. Tietyn tutkimusotteen ja menetelmän käyttäminen ei sulje pois toista ja tutkimustehtävä- ja ongelmat määrittelevät sen, millaisia työkaluja kulloinkin valitaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2009, 5–6.)

Tämän tutkimuksen tutkimuskysymys etsii vastausta kysymykseen ”miten?”. Tutkimuskysymys itsessään olisi siis mahdollistanut myös laadullisen tutkimusotteen käyttämisen. Tyypillisen määrällisen aineistonkeruutavan eli kyselylomakkeen käyttäminen oli kuitenkin tässä tutkimuksessa perusteltua laajan ja erillään olevan kohderyhmän tavoittamiseksi. Kyselylomakkeessa käytetyt mittarit olivat suurimmaksi osaksi luokitteluasteikollisia, joilla saatiin tutkimuskysymyksen kannalta tärkeitä tietoja. Luokitteluasteikollisten mittarien luonteva käyttäminen juuri tässä tutkimuksessa selittynee tutkimuskysymyksen laadullisella luonteella.

Määrällisessä tutkimuksessa valitaan analyysimenetelmäksi sellainen, joka antaa tietoa siitä, mitä ollaan tutkimassa. Muuttujien mitta-asteikko eli kyselylomakkeessa käytetty mittaamisen taso on myös keskeinen määrittelevä tekijä, kun mietitään mitä analyysimenetelmää voidaan soveltaa. Laadullisia ominaisuuksia mittaavilla mittareilla saadusta tiedosta voidaan laskea eri vastausvaihtoehtojen lukumääriä ja prosenttiosuuksia. Näitä tietoja voidaan kuvailla ja tarkastella frekvenssijakaumien, pylväsdiagrammien ja ristiintaulukoinnin avulla. (Tähtinen ym. 2020, 31.) Täytyy kuitenkin muistaa, että syvempi tulosten tulkitseminen tapahtuu teoreettisen tulkinnan ja aiemman tutkimustiedon perusteella tapahtuvan vuorovaikutuksen avulla. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys on välttämätön osa tutkimuksen aineiston tulkintaa. (Tähtinen ym. 2020, 55.)

Tämän tutkimuksen kyselylomakkeessa käytetyt mittarit ja mittauksen taso sekä tutkimuskysymys huomioiden aineisto analysoitiin tilastollisen kuvailevan analyysin avulla ja tuloksia havainnollistettiin erilaisin graafisin keinoin. Aineistosta tehtiin myös muutamia ristiintaulukointeja, jotta saatiin vertailtua muuttujien riippuvuutta toisistaan. Tutkimusaineisto siirrettiin Webropol-ohjelmistosta Excel-taulukkolaskentaohjelmistoon sekä SPSS-ohjelmistoon,

joissa aineisto ensin tarkastettiin ja järjesteltiin tutkijan työtä helpottavaan järjestykseen. Aineiston tarkistuksen ja silmäilyn jälkeen aineistoon tutustuttiin tarkemmin ja muuttujien jakaumista laskettiin lukumääriä ja prosenttiosuuksia. Aineiston keskeisimmistä tuloksista luotiin graafisia esityksiä. Joistakin muuttujista tehtiin ristiintaulukointeja ja riippuvuuksien välistä merkitsevyyttä testattiin khiin neliö-testillä. Ristiintaulukointeja ja khiin neliö-testiä varten muuttujat luokiteltiin uudelleen, jotta kaikkiin luokkiin saatiin tarpeeksi vastauksia. Avoimet kysymykset analysoitiin sisällönanalyysin avulla, jossa vastaukset jaoteltiin erilaisiin teemoihin. Tämä toimi hyvin pienen aineiston kohdalla. Tutkimusaineiston tilastollisen analysoinnin jälkeen tulokset selitettiin ja tulkittiin sanallisesti, koottiin yhteen tulosten pääseikat ja vastattiin tutkimuskysymykseen.

#### **4.5 Eettiset ratkaisut**

Tutkimukseen haettiin tutkimuslupa hyvissä ajoin ennen tutkimusaineiston keräämistä ja se tutkijalle myönnettiin. Tässä samalla tutkijalle nimettiin oppilaitoksessa yhteyshenkilö, jonka kanssa käytännön asiat sovittiin. Tutkija ja yhteyshenkilö pitivät ennen aineiston keräämistä palaverin, jossa sopivat aineiston keräämiseen liittyvistä yksityiskohdista ja keskustelivat myös yleisesti tämän tutkimuksen tavoitteista ja muista oleellisista asioista. Oppilaitoksen edustaja toimi kohderyhmän ja tutkijan yhteyshenkilönä, jolloin tutkija ei itse ollut missään vaiheessa tutkittaviin suoraan yhteydessä eikä tiedä keitä kohderyhmään kuuluu.

Kuten Vilka (2021) teoksessaan mainitsee, sähköposti- ja internetkyselyyn voi liittyä tutkimuseettisiä ongelmia, jolloin vastaajan anonymiteetin turvaaminen on vaikeaa. Sähköpostiosoite voi paljastaa vastaajan tai internetissä vastanneen tietokone voidaan paikallistaa sen IP-numeron avulla. (Vilka 2021, 95.) Tässä tutkimuksessa käytetty Webropolin luoma julkinen nettilinkki on jo valmiiksi anonyymi, eikä siitä voi tunnistaa vastaajaa. Linkki toimitettiin

vastaajille oppilaitoksen yhteyshenkilön kautta, jolloin tutkija ei myöskään missään vaiheessa tiennyt kenelle linkki toimitettiin.

Kyselylomakkeen alussa vastaajia informoitiin tutkimuksen tarkoituksesta ja siitä, että vastausten perusteella ei vastaajaa voi tunnistaa. Tässä muistutettiin myös kyselyyn vastaamisen vapaaehtoisuudesta ja ilmoitettiin tutkimuksen tekijän yhteystiedot lisäkysymyksiä varten. Kyselylomakkeelta pääsi linkkiä painamalla lukemaan tietosuojalomakkeen.

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) tutkimuksen eettisten periaatteiden mukaan 15-vuotta täyttäneen nuoren tutkimukseen osallistumiseen riittää hänen oma suostumuksensa (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 9). Tutkimuksen kohderyhmänä olivat nuoret, jotka ovat täyttäneet 15 vuotta, joten erillistä suostumusta huoltajilta ei tarvittu. Tutkija ja oppilaitoksen yhteyshenkilö päätyivät yhdessä kuitenkin siihen, että huoltajille lähetettiin erillinen Wilma-viesti asiasta, jossa kerrottiin tutkimuksen tavoitteet ja keskeiset asiat. Heille annettiin myös tutkijan yhteystiedot mahdollisia lisäkysymyksiä varten. Tutkija ei saanut yhtään yhteydenottoa niin huoltajilta kuin tutkimukseen osallistuneilta nuoriltakaan.

Tutkimus toteutettiin niin, että vastaajilta ei kerätty mitään sellaista tietoa, joista vastaajan voisi tunnistaa eikä vastaajilta kysytty arkaluontoisia henkilötietoja. Tutkimusaineistoa ei luovuteta ulkopuolisille ja vain tutkijalla on pääsy siihen. Webropol-ohjelmisto on suojattu salasanalla ja aineistoa käsitellään paikassa, jossa ei ole tutkittavan lisäksi muita ihmisiä. Muut aineiston käsittelyyn tarvittavat ohjelmistot sijaitsevat tutkijan koneella, joka on suojattu salasanalla. Tietokone on suojattu tarvittavilla tietoturvasuojauksilla ja päivitykset ovat aina ajan tasalla. Aineisto hävitetään asianmukaisesti tutkimuksen valmistuttua.

## 5 TULOKSET

Tässä tulosluvussa kuvataan kyselylomakkeella kerätystä aineistosta nousseet tutkimuskysymyksen kannalta oleelliset tulokset. Tulosluku on jäsennetty alalukuihin, jotka helpottavat tulosten esittelyä sekä tämän luvun lukemista. Alalukujen teemat nousivat aineistosta luontevasti ja ne liittyvät tiiviisti tutkimuskysymykseen ja työn teoriaan. Ensimmäisessä ja toisessa alaluvussa kuvaillaan tutkimuksen kohdejoukkoa ja heidän sosiaalisen median käyttöään. Kolmannessa alaluvussa kuvaillaan sitä, miten tutkimukseen osallistuneet nuoret ovat hyödyntäneet sosiaalista mediaa ja eri kanavia koulutusvalinnassaan. Viimeisessä alaluvussa kuvaillaan vastaajien kokemuksia sosiaalisen median hyödystä päätöksenteossa. Tulosten yhteenveto ja teoriaan pohjautuva vuoropuhelu tapahtuu seuraavassa pääluvussa.

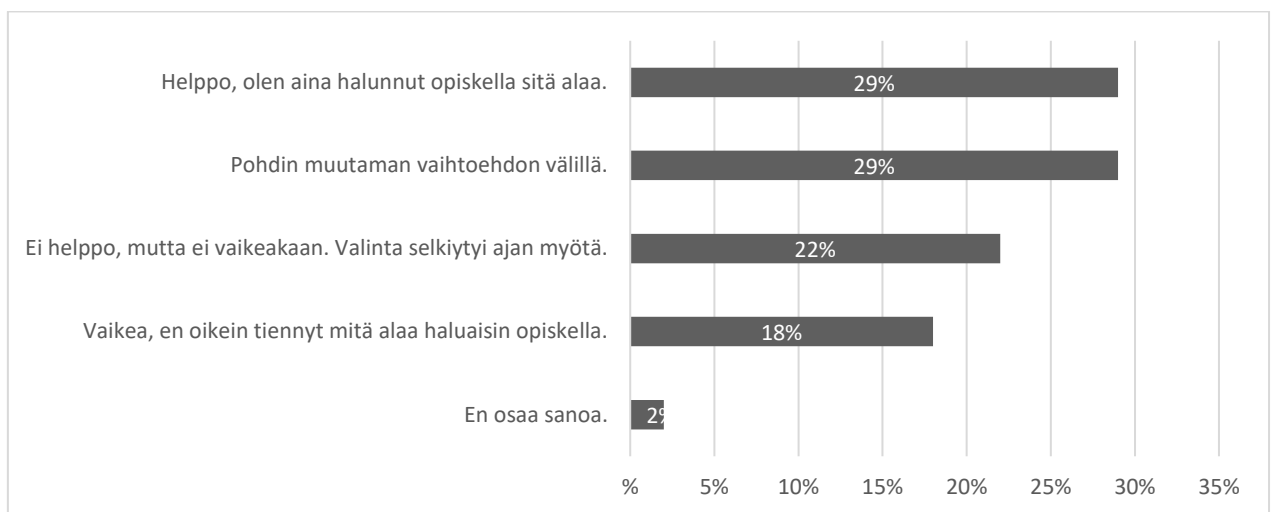
### 5.1 Tutkimuksen taustatiedot

Tutkimukseen osallistui 119 vastaajaa, joista naisia oli 58 % (n=67), miehiä 34 % (n=39), muita 4 % (n=5) ja 4 % (n=4) ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Neljä vastaajaa jätti vastaamatta tähän kysymykseen. Kyselylomakkeella kysyttiin myös vastaajan asuinpaikkaa, johon oli vastausvaihtoehtoiksi annettu "Kaupunki" tai "Maaseutu". Kaupungissa ilmoitti asuvansa 79 % (n=94) vastaajista ja maaseudulla 21 % (n=25). Kaikki kyselyyn vastanneet vastasivat tähän kysymykseen.

Tutkimuksen kohderyhmänä oli kaikki yhteishaun kautta valitut ammatillisen oppilaitoksen ensimmäisen vuoden opiskelijat, joten vastaajina oli monien eri koulutusalojen opiskelijoita. Kyselyyn vastasi opiskelijoita yhteensä kahdestakymmenestä eri koulutusalta. Vastaajista 89 % (n=105) ilmoitti koulutusalsansa olleen heidän ensimmäinen hakutoiveensa yhteishaussa. Vastaajista 11 % eli kolmetoista vastaajaa ilmoitti, että nyt opiskeltava ala ei ollut heidän ensisijainen hakutoiveensa. Kuusi näistä ilmoitti lukio-opintojen olleen ensisijainen hakutoive.

Suurimmalle osalle tämän tutkimuksen kohderyhmästä oli siis selvää, että ammatillinen tutkinto oli heille ensisijainen vaihtoehto. Koulutusalan valinta ei kuitenkaan välttämättä ole kaikille ihan selvää. Tutkimuksessa haluttiinkin selvittää vastaajien kokemuksia koulutusalan valinnasta ja siitä, kokivatko he sen helpoksi tai vaikeaksi. Kuviossa 1 esitellään vastaajien kokemukset koulutusalan valinnasta.

Kuvio 1. Oman koulutusalan valinnan helppous/vaikeus, % (n=119)

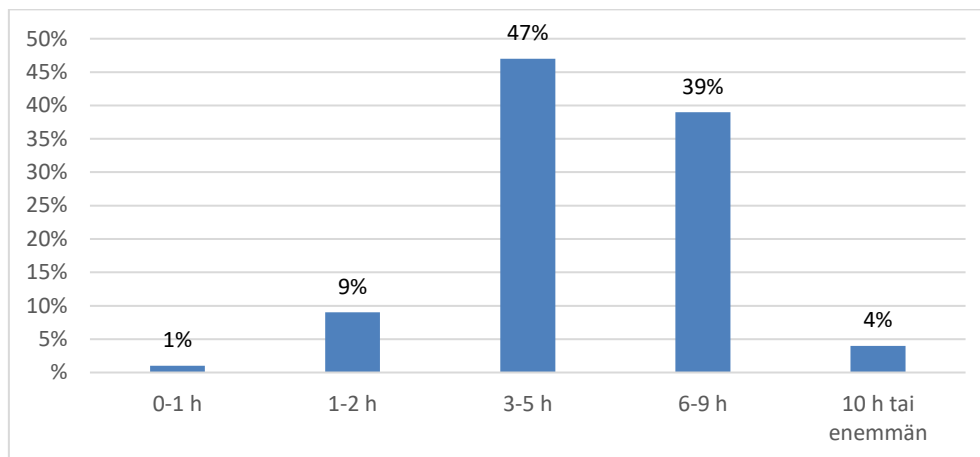


Vastaukset jakautuivat aika tasan eri vaihtoehtojen välillä. Suurin osa vastaajista näytti kokevan koulutusalan valinnan suhteellisen helppona. Vaikeana koulutusalan valinnan koki 21 vastaajaa. Kyselylomakkeen lopussa olevaan avoimeen kysymykseen oli muutama vastaaja avannut tarkemmin tuntojaan koulutusalan valinnan vaikeudesta: "Oli ihan hirveetä" ja "Koulutuksen valinta oli stressaavaa aikaa ja ajatteli ettei jopa pääsisi haluamalleen alalle".

## 5.2 Sosiaalisen median käyttö

Älypuhelimien käyttö ja sosiaalinen media on nuorille hyvin arkipäiväistä, ja monet viihtyvätkin näiden äärellä pitkiä aikoja. Myös tässä tutkimuksessa haluttiin selvittää nuorten sosiaalisessa mediassa vietetyn ajan määrää (Kuvio 2.).

Kuvio 2. Sosiaalisen median päivittäinen käyttö, % (n=118)



Hyvin moni vastaaja käyttää sosiaalista mediaa useamman tunnin päivässä ja vain pieni osa arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa alle kaksi tuntia. Tämän perusteella hyvin suuri osa nuorten vapaa-ajasta liittyy sosiaaliseen mediaan. Sukupuolen vaikutusta sosiaalisen median käytön määrään tarkastellaan taulukossa 1.

Taulukko 1. Sukupuolen vaikutus sosiaalisen median käytön määrään, % (n=105)

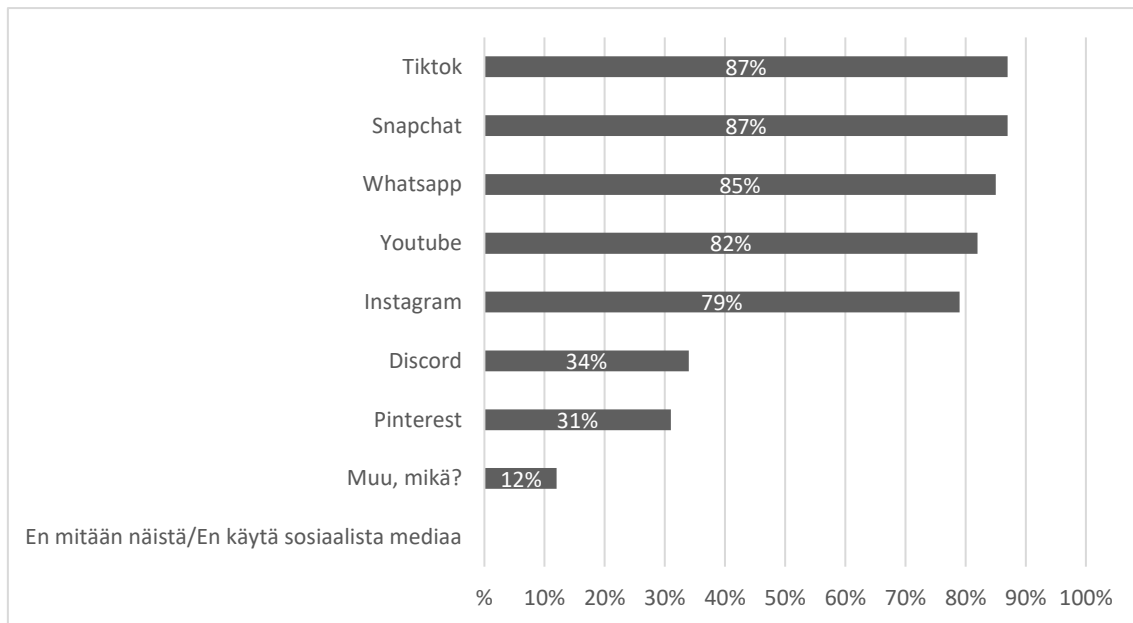
Sosiaalisen median käyttö päivässä (% vastaajista)	Sukupuoli	
	Nainen (n=66)	Mies (n=39)
0-2 h	7,6	12,8
3-5 h	40,9	59,0
6 h tai enemmän	51,5	28,2

Naisten sosiaalisen median käyttö näyttää olevan miesten sosiaalisen median käyttöä runsaampaa. Khiin neliö-testin mukaan ero ei kuitenkaan ole tilastollisesti merkittävä ( $X^2(2) = 5,496$ ;  $p. = 0,064$ ).

Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki kyselyyn vastanneet opiskelijat käyttivät jotakin sosiaalisen median kanavaa viikoittain. Yleistä oli, että vastaajat ilmoittivat käyttävänsä kolmea tai useampaa sosiaalisen median kanavaa viikoittain. Yksi vastaaja ilmoitti, että ei omista älypuhelinia eikä käytä mitään sosiaalisen median kanavaa viikoittain. Tämä vastaaja oli kuitenkin valinnut

kyselylomakkeelta vaihtoehdon ”muu, mikä?” ja kirjannut lisätietoihin tarkennusta, jolloin tulokset näyttävät siltä, että kaikki vastaajat käyttävät jotakin sosiaalisen median kanavaa viikoittain. Suosituimmiksi sosiaalisen median kanaviksi osoittautuivat Tiktok, Snapchat ja WhatsApp (Kuvio 3).

Kuvio 3. Sosiaalisen median kanavat, joita käytetään viikoittain, % (n=119)



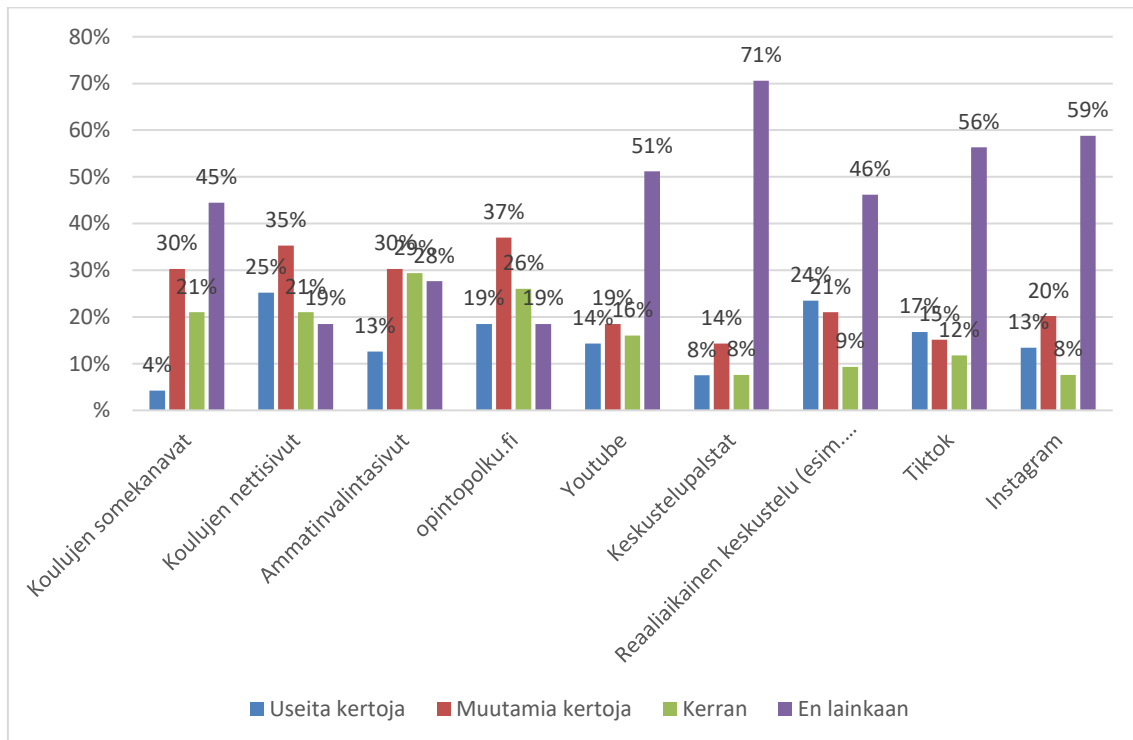
Annettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi osa vastaajista kertoi käyttävänsä viikoittain jotakin muuta sosiaalisen median kanavaa. Nämä kanavat olivat Twitter, Telegram, Reddit, BeReal ja Wattpad. Tulosten perusteella suosittuja ovat kanavat, joissa voi olla vuorovaikutuksessa toisten kanssa ja ”matalalla kynnyksellä” ja nopeasti jakaa ja vastaanottaa tietoa.

### 5.3 Sosiaalinen media ja koulutusalan valinta

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa valitessaan itselleen koulutusalaan ammatillisessa oppilaitoksessa. Yksi tapa saada vastaus tähän oli selvittää miten paljon ja mistä kanavista nuoret hankkivat tietoa koulutusvalintansa tueksi. Kuvio 4. näkyy miten monta kertaa vastaajat ovat hakeneet tietoa erilaisista kanavista. Kanavat annettiin vastaajille valmiina ja heillä oli myös mahdollisuus kertoa, jos he

hakivat tietoa jostakin sellaisesta kanavasta, jota ei ollut mainittu vastausvaihtoehdoissa. Annetuista kanavista osa oli sosiaalisen median kanavia ja osa ns. virallisia tietolähteitä.

Kuvio 4. Miten monta kertaa tietoa on haettu erilaisista kanavista, % (n=119)



Kaikista annetuista kanavista oli haettu tietoa koulutusvalinnan tueksi, mutta myös kaikki kanavat olivat sellaisia, joista osa vastaajista ei ole hakenut tietoa lainkaan. Koulujen nettisivut, ammatinvalintasivut ja opintopolku.fi olivat kanavia, joista vastaajat olivat hakeneet tietoa eniten. Näistä kanavista saa ns. "virallista" tietoa ja ovatkin perinteisiä tiedonhakukanavia opiskeluun liittyen. Sosiaalisen median kanavista vastaajat näyttivät hakeneen tietoa eniten reaaliaikaisista keskustelukanavista (esim. WhatsApp, Snapchat), Youtubesta sekä koulujen somekanavista. Koulujen somekanavista oli haettu tietoa muutamia kertoja tai kerran, mutta sieltä saatu sisältö ei ole luonut tarvetta käydä siellä useampaan kertaan. Selkeästi vähiten tietoa oli haettu keskustelupalstoilta. Tämä voi selittyä sillä, että keskustelupalstojen suosio on hiipunut reaaliaikaisen keskustelun mahdollistumisen myötä ja nuoret viestivät mieluummin muilla



tavoin. Keskustelupalstojen keskustelu ei ole yleensä kovinkaan tuoretta ja tiedot voivat olla vanhentuneita.

Toinen tapa selvittää miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa koulutusvalinnassaan oli kysyä, millaista tietoa koulutusvalinnan tueksi on etsitty. Kuvio 5. nähdään, että edellä mainituista kanavista oli etsitty eniten yleistä tietoa koulutuksista ja erilaisista vaihtoehdoista sekä tietoa ammateista ja työtehtävistä.

Kuvio 5. Millaista tietoa eri kanavista etsittiin, % (n=119)



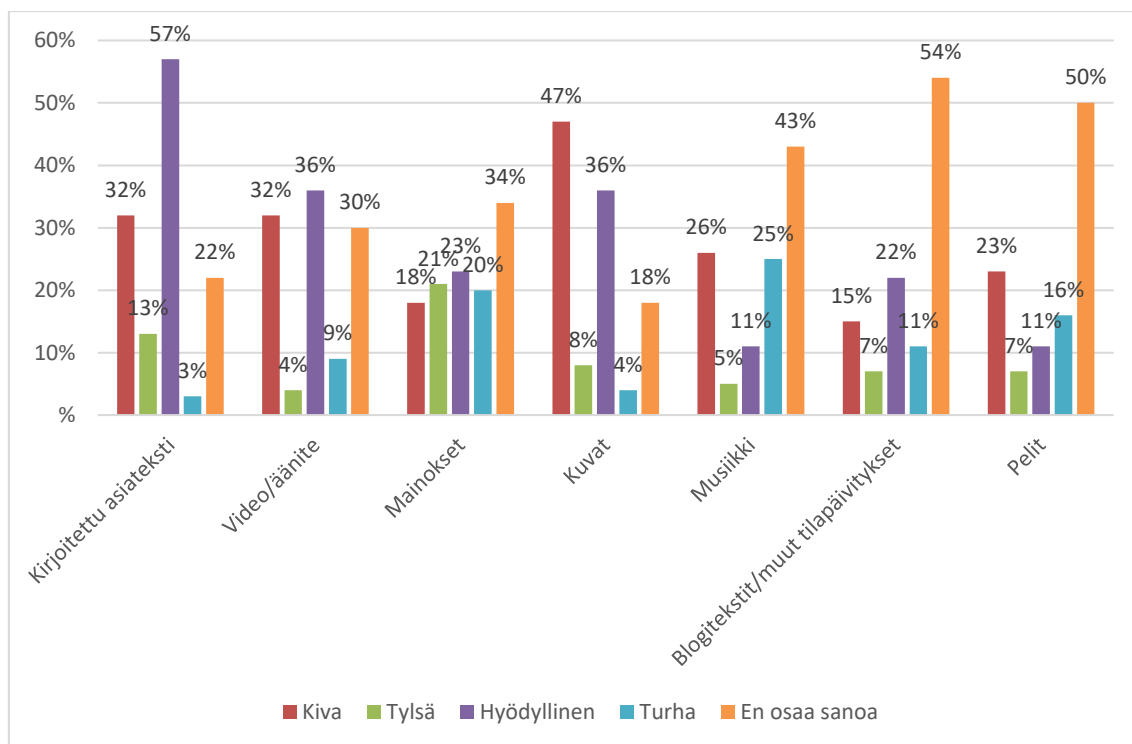
Miltei puolet vastaajista oli etsinyt myös tietoa koulutusten kestosta ja sisällöstä, tietoa eri ammattien palkoista sekä tietoa eri oppilaitoksista. Tämän ja aiemman kysymyksen tulosten perusteella voidaan päätellä, että virallisen tiedon hakeminen ns. virallisista kanavista on ollut vastaajilla yleisintä.

Jonkin verran vastaajat olivat etsineet myös mielikuvia ammateista/koulutuksista sekä toisten kokemuksia tietyistä koulutuksista ja niissä opiskeluista sekä toisten kokemuksia ammateista ja työstä. Kuvia/videoita ihmisistä opiskelemissa tiettyä alaa sekä toimimassa erilaisissa ammateissa oli myös etsitty. Nämä tiedot ovat sellaisia, joita voisi luontevasti hakea erilaisista sosiaalisen median kanavista. Ja kuten aiemman kysymyksen tuloksista kävi ilmi, myös tässä oli vähiten sosiaalisesta mediasta haettu keskustelupalstan

keskusteluja tietyn alan töistä ja/tai koulutuksista. Vertaistukea koulutusvalintaan eli esim. keskustelua jonkun kanssa eri vaihtoehdoista, ei koettu tärkeäksi. Tuloksista voisi päätellä, että tällaista keskustelua ei käydä niinkään verkossa vaan nämä keskustelut mielletään esimerkiksi opinto-ohjaajan, sukulaisten ja tuttavien kanssa käytyinä kasvokkain tapahtuvina keskusteluina.

Kyselylomakkeella haluttiin kerätä myös tietoa siitä, millaisena vastaajat kokivat erilaiset sosiaalisen median sisällöt. Tämä kysymys oli selkeästi koettu melko vaikeaksi tai työlääksi vastata, koska tämä kysymys oli saanut paljon ”en osaa sanoa”-vastauksia (Kuvio 6).

Kuvio 6. Millaisena eri sisällöt koettiin, % (n=114)



Vastaajat pystyivät valitsemaan monia eri vastausvaihtoehtoja kysymykseen ja vastauksien perusteella hyödyllisimmäksi sisällöksi koettiin kirjoitettu asiategsti. Tämä tukee edelleen sitä ajatusta, että virallinen sisältö virallisissa kanavissa oli koulutusvalinnan tukena tärkein tiedonlähde. Myös kuvat ja video/äänite koettiin hyödylliseksi sekä kivaksi. Musiikki koettiin kivaksi sisällöksi, mutta

samalla koulutusvalinnan kannalta turhaksi. Tämä onkin ymmärrettävää; musiikki itsessään on varmasti nuorten mieleen, mutta siitä ei välttämättä ole tässä tilanteessa paljoakaan hyötyä. Mainokset jakoivat mielipiteitä; osa koki ne kivaksi ja hyödylliseksi ja osa tylsäksi ja turhaksi.

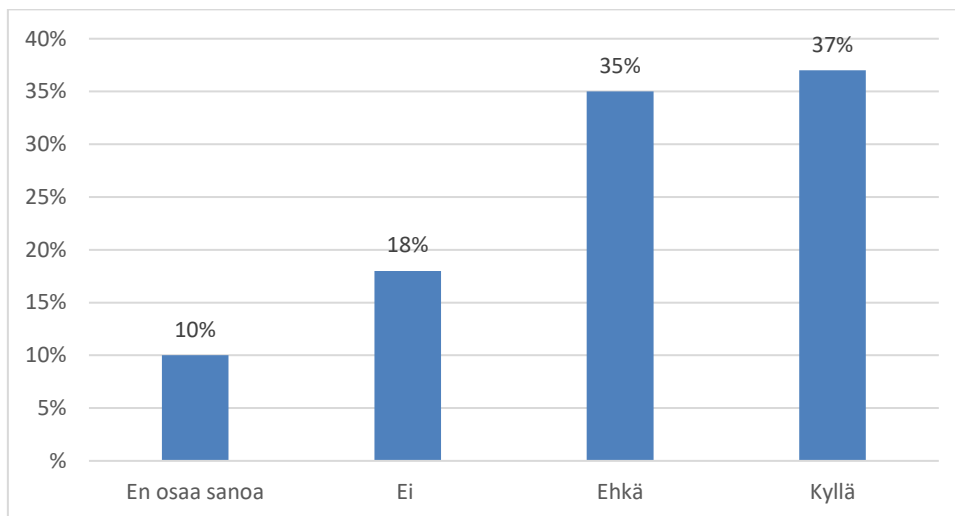
Tulosten mukaan nuoria miellyttää visuaalisuus ja samalla myös kirjoitettu asiateksti. Nämä osa-alueet yhdistämällä saataisiin nuorille kiinnostavaa sisältöä. Tätä asiaa tukee myös se, että tähän tutkimukseen osallistuneiden nuorten suosituimmat sosiaalisen median kanavat olivatkin sellaisia, joissa kuvat, videot ja musiikki ovat keskustelujen ohella suuressa roolissa.

#### **5.4 Sosiaalisen median koettu hyöty koulutusalan valinnassa**

Tulosten perusteella tietoa koulutusvalinnan tueksi haettiin sekä virallisista kanavista, että sosiaalisen median kanavista. Etsitty tieto oli niin mielikuvia, toisten kokemuksia kuin erilaisia virallisia tietoja koulutuksista ja ammateista. Suurin osa vastaajista koki, että löysi etsimänsä tiedot (45 %, n=54) tai löysi tiedot ainakin osittain (44 %, n=52)). Pieni osa (4 %, n=5) vastaajista koki, että he eivät löytäneet etsimäänsä tietoa. Tulosten mukaan nämä vastaajat eivät myöskään olleet hakeneet aktiivisesti erilaisia tietoja. Osa vastaajista (7 %, n=8) ei osannut sanoa löysikö etsimänsä tiedot vai ei. Tuloksia tarkastellessa käy ilmi, että ne vastaajat, jotka ilmoittivat hakeneensa monenlaisia erilaisia tietoja, olivat myöskin useammin sitä mieltä, että olivat ne tiedot löytäneet joko osittain tai kokonaan.

Vastaajilta kysyttiin mielipidettä siitä, oliko sosiaalisesta mediasta heille hyötyä koulutusvalinnassa. (Kuvio 7.)

Kuvio 7. Kokemus sosiaalisen median hyödystä koulutusvalinnassa, % (n=111)



Tulosten perusteella yli puolet vastaajista koki varmasti tai ehkä sosiaalisen median olleen hyödyksi koulutusvalinnassa. Tosin tässä osa vastaajista voi mieltää myös aiemmin annettujen virallisten internetlähteiden tuoman hyödyn eikä ole ajatellut tässä vain sosiaalisen median kanavia tiedonlähteinä. Ristiintaulukoinnin avulla tarkasteltiin sosiaalisen median määrän vaikutusta koettuun hyötyyn (Taulukko 2.).

Taulukko 2. Sosiaalisen median käytön määrän vaikutus sosiaalisen median koettuun hyötyyn koulutusvalinnassa, % (n=100)

Sosiaalisen median koettu hyöty (% vastaajista)	Sosiaalisen median käyttö päivässä		
	0–2 h	3–5 h	6 h tai enemmän
Kyllä	30,0 (n=3)	44,7 (n=21)	41,9 (n=18)
Ei	10,0 (n=1)	27,7 (n=13)	14,0 (n=6)
Ehkä	60,0 (n=6)	27,7 (n=13)	44,2 (n=19)

Vastaajien määrän vähyyden vuoksi ei voida tehdä yleistyksiä, mutta tästä voidaan kuitenkin huomata, että useamman tunnin sosiaalista mediaa käyttävät vastaajat kokivat enemmän hyötyneensä sosiaalisesta mediasta kuin kokeneensa ettei sosiaalisesta mediasta olisi ollut hyötyä. Khiin neliö-testin

perusteella ei myöskään nähdä sosiaalisen median käytön määrän ja koetun hyödyn välillä merkitsevää riippuvuutta ( $X^2(4) = 6,117$ ;  $p = 0,194$ ).

Vastaajilta kysyttiin myös sitä, mikä oli kiinnostavin sivusto, jolla he vierailivat koulutusvalintaa tehdessään. Tähän kysymykseen saatiin 54 vastausta, jotka jakautuivat muutaman virallisen sivuston ja "en osaa sanoa"-vastausten välillä. Vastauksista nousi selvästi esille tämän tietyn oppilaitoksen omat nettisivut, jossa vastaajat nyt opiskelevat sekä opintopolku.fi - sivusto. Tämä vaikuttaa hyvin loogiselta, kun tutkimuksessa kävi myös ilmi se, että eniten haettiin tietoa koulutuksista ja ylipäänsä erilaisista vaihtoehtoista. Nämä sivustot olivat myös niitä, joista eniten haettiin tietoa ja joissa on sellaista sisältöä, joka myös koettiin hyödylliseksi.

Vastaajat saivat lopuksi kertoa ajatuksiaan koulutusvalinnasta ja sosiaalisesta mediasta avoimen kysymyksen avulla. Vastauksia tähän saatiin 26, joista kuitenkin vain 6 olivat sellaisia, jotka voitiin huomioida tutkimustuloksissa. Osa vastaajista kertoi ajatuksiaan sosiaalisesta mediasta ja sen vaikutuksesta päätöksentekoon tai elämään ylipäänsä ja osa vastaajista pohti koulutusvalinnan vaikeutta. Suurin osa tähän vastanneista oli kirjoittanut, että ei ole mitään sanottavaa. Eräs vastaaja kommentoi sosiaalisesta mediasta seuraavaa: "Sosiaalinen media on turha paikka, suurin syy miksi ihmiset ovat epätoivoisia ja laiskoja. Asenne menee huonoksi, kun niissä surffailee. Muuten joo ihan hyödyllinen paikka saattaa olla, jos hakee tietoa, ajan haaskaamiseen turha." Sosiaalisen median hyödyistä koulutusvalinnassa yksi vastaaja totesi, että "Some ei minun mielestä auta valinnan tekemisessä ellei koulu itse päivitä omille kanaville eri hakuvaihtoehtoja. Kannattaa siis etsiä Googlesta faktoja alasta." Näitä avoimen kysymyksen tuloksia ei voida yleistää, mutta ne tuovat esiin muutaman nuoren näkemyksen aiheeseen liittyen.

## 6 POHDINTA

### 6.1 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli selvittää miten nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa valitessaan itselleen koulutusalaan ammatillisessa oppilaitoksessa. Tutkimustulosten perusteella voidaan päätellä, että sosiaalisella medially on oma roolinsa nuorten koulutusvalintaan liittyvissä pohdinnoissa.

Sosiaalinen media on tänä päivänä erittäin suosittua kaikissa ikäryhmissä ja sen roolia tiedonhaussa ja opiskelussa on myös alettu ymmärtää. Jotta voidaan tarkastella nuorten sosiaalisen median hyödyntämistä koulutusvalinnassa, on tärkeä tarkastella nuorten sosiaalisen median käyttöä ylipäänsä. Tähän tutkimukseen vastanneista nuorista suurin osa käytti sosiaalista mediaa päivittäin useita tunteja. Suosituimpia sosiaalisen median kanavia olivat sellaiset, joissa on mahdollista jakaa ja vastaanottaa erilaista tietoa, jakaa ja katsella kuvia ja videoita sekä keskustella tuttujen ja ystävien kanssa. Aikaisempien tutkimusten perusteella sosiaalista mediaa käytetäänkin ensisijaisesti keskusteluvälineenä sekä yleisesti arkeen liittyvän tiedon haussa (Some ja Nuoret 2022; Kim ym. 2014).

Some ja Nuoret 2022 – kyselyn mukaan sosiaalinen media vaikuttaa olevan tietolähteenä nuorille vaivaton tapa kysyä mielipidettä asioista ystäviltään tai muilta sosiaalisen median käyttäjiltä. Nuoret kokivat, että sosiaalisen median kanavia on helppo ja mukava käyttää yhteydenpitoon sekä tiedon etsintään. Tähän viittaavat myös omat tutkimustulokseni, joiden mukaan nuoret olivat hakeneet tietoa koulutusvalintansa tueksi eniten niistä sosiaalisen median kanavista, joissa yhteydenpito ja viestittely on nopeaa ja helppoa (Snapchat, WhatsApp). Tämä viittaa siihen, että nuoret keskustelevat ja vaihtavat tietoa toistensa kanssa koulutusvalinnasta ja siihen liittyvistä asioista. Tutkimustulosten perusteella nuorille olikin tärkeää saada kuulla muiden kokemuksia erilaisista ammasteista ja opinnoista, ja he olivat kiinnostuneita myös ammatteihin ja koulutuksiin liittyvistä mielikuvista.

Tämän tutkimuksen mukaan virallinen tieto virallisista lähteistä on edelleen suuressa roolissa, kun nuoret hakevat tietoa päätöksentekonsa tueksi. Koulujen nettisivuilta, ammatinvalintasivuilta ja opintopolku.fi sivustoilta oli haettu tietoa eniten ja useampaan kertaan. Nämä ovat juuri niitä kanavia, joissa virallista tietoa jaetaan. Virallista tietoa, joita koulutusalan valinnan tueksi oli haettu, olivat mm. yleisesti tietoa eri koulutuksista, oppilaitoksista, ammasteista, työtehtävistä, palkoista ja vaihtoehdoista yleensä. Virallinen kirjoitettu asiateksti oli koettu myös sisältönä hyödylliseksi sekä kivaksi.

Aiempien tutkimusten mukaan sosiaalisilla suhteilla, erilaisilla mielikuvilla ja toisten kokemusten kuulemisella on merkitystä nuorten päätöksentekoon ja koulutusvalintaan. Tutkimuksissa on todettu, että tällainen epävirallinen tieto voidaan myös kokea virallista tietoa luotettavammaksi. (Slack ym. 2014; Penttinen 2015.) Tämän tutkimuksen tuloksissa ilmeni myös epävirallisen tiedon merkitys. Tutkimukseen vastanneet nuoret hakivat erilaisista kanavista myös epävirallista tietoa, kuten mielikuvia ammasteista ja töistä, toisten kokemuksia tietyistä koulutuksista ja niissä opiskelusta sekä erilaisista ammasteista ja töistä. Nuoret hakivat myös kuvia ja videoita ihmisistä opiskelemassa tiettyä alaa tai tekemässä tiettyä työtä. Kuvat ja videot koettiin myös sisältöinä hyödyllisiksi ja kivoiksi.

Kuten aiemmin on todettu, koulutusvalinta on merkityksellinen asia niin yhteiskunnalle puhumattakaan nuorelle itselleen. Koulutusvalintaan vaikuttavat useat asiat eikä valinnan tekeminen ole välttämättä nuorelle helppoa. Erilaisten sosiaalisten ja kulttuuristen pääomien tukemana nuoret valitsevat itselleen koulutusalan, jonka kautta he kiinnittyvät yhteiskuntaan. (Tolonen & Aapola-Kari 2021, 117.) Tämän tutkimuksen kohderyhmästä suurin osa oli tehnyt jo valinnan lukiokoulutuksen ja ammatillisen koulutuksen välillä. Suurin osa vastaajista koki koulutusalan valinnan helpoksi tai vähintäänkin melko helpoksi.

Tämän tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että virallisen tiedon lisäksi nuoret kaipasivat myös epävirallista tietoa päätöksentekonsa tueksi. Nuoret etsivät virallisten kanavien lisäksi tietoa myös erilaisista sosiaalisen median kanavista. Kirjoitettu asiateksti sekä erilaiset visuaalisen sisällöt, kuten kuvat ja

videot olivat nuorille kiinnostavia ja he kokivat ne koulutusvalinnan kannalta hyödyllisiksi.

Sosiaalisen median rooli tiedonhaussa on tunnistettu, mutta samalla tiedostetaan myös medialukutaidon tärkeys. Kaikenikäisille median käyttäjille tulisi opettaa teknisten taitojen lisäksi muun muassa tiedon hankinnan valmiuksia, tiedon oikeellisuuden ja luotettavuuden arviointia sekä verkossa toimimisen sosiaalisia taitoja. (Niemi & Multisilta 2014; Pönkä 2017; Kim ym. 2014.) Tämän vuoksi voi olla, että nuoret eivät vielä miellä sosiaalista mediaa tiedonhaun kannalta hyödylliseksi tai merkitykselliseksi. Tässä tutkimuksessa yli puolet vastaajista eivät olleet varmoja, eivät osanneet sanoa tai olivat sitä mieltä, että sosiaalisesta mediasta ei ollut hyötyä koulutusalan valinnassa.

## **6.2 Tutkimuksen arviointi**

Tärkeä osa tutkimusta on sen aikana ja sen jälkeen tehty arviointi tutkimusprosessista sekä tutkimuksen luotettavuudesta. Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan yleisesti mm. reliabiliteetin ja validiteetin avulla, jotka yhdessä muodostavat tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Tutkimuksen reliabiliteetissa tarkastellaan mittaukseen liittyviä asioita sekä tarkkuutta tutkimuksen toteutuksessa. Tutkimuksen tarkkuus tarkoittaa puolestaan sitä, että tutkimukseen ei sisälly satunnaisvirheitä. Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimus mittasi sitä, mitä sillä oli tarkoituskin mitata. Tässä arvioidaan siis sitä, miten tutkija on onnistunut operationalisoimaan teoreettiset käsitteet ja siirtämään teorian käsitteet ja ajatukset kyselylomakkeeseen. (Vilka 2007, 149–150.) Tässä alaluvussa pohdin tämän tutkimuksen tutkimusprosessia ja asioita, jotka vaikuttivat tutkimuksen kokonaisluotettavuuteen.

Kuten aiemmin tässä työssä on todettu, sosiaalisen median määrittely on usein vaikeaa. Tässä tutkimuksessa sosiaalisen median kanavat rajattiin aiemmissa tutkimuksissa todettuihin suosituimpiin sosiaalisen median kanaviin. Vastaajille annettiin kuitenkin mahdollisuus ilmoittaa, jos käyttävät jotakin



muuta kanavaa, jota tutkija ei ollut vastausvaihtoehtoihin lisännyt. Kyselylomakkeen kysymykset oli rakennettu käsitteiden huolellisen operationalisoinnin jälkeen. Kysymykset olivat helposti ymmärrettäviä, mutta aineiston analyysivaiheessa huomattiin, että muutamat kysymykset olivat mahdollista ymmärtää myös eri tavalla, miten tutkija oli asian ajatellut. Kyselylomakkeessa olisi voinut tarkemmin tietyissä kohdissa selventää, mitä kulloinkin "kanavalla" tarkoitettiin. Tarkoitettiinko yleisesti kaikkia internet-lähteitä vai sosiaalisen median kanavia. Tämä on varmasti yksi asia, jonka vastaajat ovat voineet ymmärtää eri tavoin.

Tässä tutkimuksessa saatiin vastauksia tutkimuskysymykseen. Käytettyjen mittareiden vuoksi tuloksia ei kuitenkaan pystytty analysoimaan kovin syvällisesti. Tämä selittyy tutkijan kokemattomuudella sekä tutkimuskysymyksen laadullisella luonteella. Tulosten syvällisempi analyysi olisi vaatinut erilaisia mittareita kyselylomakkeella. Tutkimuksen olisi voinut myös suorittaa laadullisten tutkimusmenetelmien avulla, jolloin esimerkiksi teemahaastatteluin olisi saanut syvällisempää tietoa vastaajien kokemuksista. Kyselylomakkeen tuloksia olisi voinut myös syventää ja tarkentaa teemahaastatteluiden avulla. Tämä ei kuitenkaan ollut mahdollista aikatauluhaasteiden vuoksi.

Kyselylomake oli avoinna vastaajille marraskuussa, jolloin maaliskuussa toteutuneesta yhteishausta oli jo jonkin verran aikaa. Tämä saattoi vaikuttaa siihen, miten vastaajat muistivat asioita. Tutkimuksen olisi voinut tehdä heti yhteishaun jälkeen, jolloin vastaukset olisivat voineet olla erilaiset.

Tutkimuksen otoskoko ja laatu edustivat kattavasti kohdejoukkoa ja vastausprosentti (10 %) oli tutkimuksen tason huomioon ottaen hyvä. Tutkimustuloksia ei kuitenkaan ole mielekästä eikä mahdollista yleistää isompaan ryhmään. Tällainen yleistäminen ei myöskään ollut tämän tutkimuksen tarkoitus. Tutkimustulokset ovat yleistettävissä kuitenkin tämän tietyn oppilaitoksen ensimmäisen vuoden opiskelijoihin.

Tutkimuksessa käytetty aineistonkeräysmenetelmä ja käytännön toteutus mahdollistivat sen, että tutkija pysyi "etäällä" tutkimuskohteesta. Tämä

edesauttoi tutkijan objektiivisuuden säilyttämistä ja tutkimuksen eettistä luotettavuutta. Tutkittavien tarkka kuvailu ja tutkimusprosessin eteneminen kuvattiin työssä tarkasti, joka vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen.

Tutkimusaineisto siirtyi analysointiohjelmistoihin automaattisesti, joten näppäilyvirheitä ei tietojen siirtämisessä tapahtunut. Aineiston tarkistaminen tehtiin huolellisesti, jolloin mahdolliset virheet aineistossa olisi huomattu. Analysointiin käytettiin sekä Excel-taulukkolaskentaohjelmaa sekä SPSS-ohjelmaa, joista tutkijalla oli jonkin verran aiempaa kokemusta. Tutkimusaineistoa analysoitiin yksinkertaisilla tavoilla, joten tutkijan mahdollinen kokemattomuus ohjelmistojen käyttämisessä ei vaikuttanut tutkimustuloksiin.

Vaikka tutkimustulosten analyysi olisi erilaisilla mittareilla voinut olla syvällisempää, tutkimuskysymykseen saatiin vastauksia ja tulokset pyrittiin esittämään ymmärrettävästi ja selkeästi kirjallisesti sekä erilaisten kuvioden avulla.

### **6.3 Jatkotutkimusaiheita ja käytäntöön soveltamista**

Tällä tutkimuksella saatiin viitteitä siitä, että nuoret hakevat koulutusvalintansa tueksi sekä virallista että epävirallista tietoa erilaisista lähteistä. Tietoa haetaan virallisilta internetsivustoilta sekä sosiaalisen median kanavista. Nuorilla varmasti olisi halua hyödyntää heille luontevaa sosiaalista mediaa laajemminkin koulutusvalinnassaan, mutta sieltä saatu tieto ei ole vielä välttämättä riittävää ja tiedon luotettavuutta voi olla hankala arvioida.

Tutkimuksen mukaan nuoret pitävät erilaisista visuaalisista sisällöistä, kuten kuvista ja videoista. He pitivät tärkeinä myös erilaisten virallisten tietojen löytämistä. Näiden asioiden yhdistäminen erilaisissa sosiaalisen median kanavissa voisi olla nuorten kannalta hyvä asia – he saisivat itselleen tärkeää tietoa heitä viihdyttävässä muodossa ja kanavassa, joka on heille tuttu ja luonteva. Tätä asiaa olisi hyvä esimerkiksi oppilaitosten ja muiden virallisten

tahojen pohtia omassa viestinnässään ja toiminnassaan. Miten saada tärkeä tieto näkyväksi ja kiinnostavaksi nuorille sosiaalisen median kanavissa?

Tutkimuksessa huomattiin, että nuoret kyllä löysivät esimerkiksi oppilaitosten sosiaalisen median kanaviin, mutta he eivät kokeneet niitä niin hyödyllisiksi, että olisivat vierailleet siellä useampaan kertaan. Onkin tärkeää, että sosiaalisen median kanavia päivitetään ahkerasti ja sinne luodaan säännöllisesti uutta ja kiinnostavaa sisältöä.

Sosiaalinen media ja sen käyttäminen tiedon etsimiseen on ajatuksena melko uusi eikä siitä ole vielä paljoakaan tutkimuksia. Sosiaalisen median suosio varmasti jatkuu ja sen käyttö muuttaa myös koko ajan muotoaan. Tämän vuoksi sen tutkiminen olisi myös äärimmäisen tärkeää. Sosiaalinen media saavuttaa kerralla paljon ihmisiä ja sen vuoksi se olisikin tärkeä ja tehokas kanava tiedon jakamiseen. Uskon, että tulevaisuudessa sosiaalista mediaa hyödynnetään yhä enemmän myös opetuksessa ja toivon mukaan sen ”oikeanlaista” käyttöä myös opetetaan jatkossa nuorille enemmän. Tämä luo myös yhä enemmän edellytyksiä sille, että koulutusvalintaan liittyviä tietoja jaettaisiin siellä ahkerammin. Voi olla, että jatkossa nuoret myös odottavat saavansa enemmän koulutusvalintaan liittyvää tietoa sosiaalisen median kanavista.

Tämän tutkimuksen tuloksia voisi syventää tekemällä laadullisen tutkimuksen, jolloin saataisiin syvällisempiä tuloksia aiheesta. Jatkossa olisi myös mielenkiintoista tutkia sitä, miten paljon sosiaalinen media vaikuttaa nuoren koulutusvalintoihin suhteessa muihin tekijöihin. Sosiaalinen media ja siellä toimivat vaikuttajat voivat osaltaan vaikuttaa siihen, miten vetovoimaisena eri alat koetaan ja tätä olisikin kiinnostavaa tutkia enemmän. Mielenkiintoista olisi tutkia myös sitä, onko sosiaalisen median luomilla mielikuvilla vaikutusta siihen valintaanko toisen asteen opinnoiksi lukio vai ammatillinen koulutus. Koulutusvalinta on nuorten elämässä tärkeä ja merkityksellinen asia, johon heillä on oikeus saada kaikki mahdollinen tieto, jonka avulla päätöksentekoa voisi helpottaa. Olisi hienoa, jos nuoret saisivat tietoa heille tärkeistä kanavista mahdollisimman monipuolisesti ja heille luontevalla tavalla.

## LÄHTEET

- Ebrand Group Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut (2022). Suomessa asuvien nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo. Some ja nuoret 2022. Haettu 12.12.2022 osoitteesta <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2022/>
- Hallituksen esitys HE 173/2020 vp. Haettu 3.4.2023 osoitteesta [https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/HallituksenEsitys/Sivut/HE\\_173+2020.aspx](https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/HallituksenEsitys/Sivut/HE_173+2020.aspx)
- Holopainen, M. & Pulkkinen, P. (2013). Tilastolliset menetelmät. (5.-8.painos). Sanoma Pro Oy.
- Karvonen, E. (1999). Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Gaudeamus.
- Kim, K-S., Sin, S.-C.J. & Yoo, E.-Y. (2014). Undergraduates' use of social media as information sources. *College & Research Libraries*, 75 (4), 442-457. <https://doi.org/10.5860/crl.75.4.442>
- Kivijärvi, A. & Myllyniemi, S. (2023). Teoksessa A. Kivijärvi (toim.). Läpi kriisien. Nuorisobarometri 2022. Valtion nuorisoneuvosto.
- Lahtinen, J., Hoikkala, T. & Aapola-Kari, S. 10 Lopuksi. (2019). Teoksessa J. Lahtinen (toim.) Mikä ois mun juttu - nuorten koulutusvalinnat sosialisaatiomaisemien kehyksissä. Purkutalkoot-hankkeen loppuraportti. Valtioneuvoston kansia.
- Lasten ja nuorten säätiö & TietoEVRY (2021). Unelmien some 2021-selvitys. Haettu 12.1.2023 osoitteesta <https://www.nuori.fi/unelmien-some-2021/>

Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). Social Media. Introduction to the tools and processes of participatory economy. University of Tampere.

Lou, C. & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. *Journal of Interactive Advertising*, 19 (1), 58-73.  
<https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>

Meltwater & We are Social. Digital 2023 Global Overview. Haettu 30.3.2023 osoitteesta <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>

Niemi, H. & Multisilta, J. (2014). Koulu rajattomuuden keskellä. Teoksessa H. Niemi & J. Multisilta (toim.), *Rajaton luokkahuone* (s. 12–35). PS-Kustannus.

Oppivelvollisuuslaki 30.12.2020/1214

Penttinen, L. (2015). Mikä minusta tulee isona? Tulevaisuudessa työelämässä. Teoksessa L. Martikainen (toim.), *Mitä se sulle kuuluu? Nuoren elämän valinnat puntarissa* (s. 97-112). United Press.

Power, D.J. & Phillips-Wren, G. (2011). Impact of Social Media and Web 2.0 on Decision-Making. *Journal of Decision Systems* 20 (3), 249-261.  
<https://doi.org/10.3166/jds.20.249-261>

Pönkä, H. (2017). *Open somekirja – Sosiaalisen median oppimisympäristöt ja menetelmät*. Docendo Oy.

Saarinen, M. & Kalalahti, M. (2019). Itsenäisesti vai kavereiden perässä? Vertaissuhteet ja maahanmuuttotausta koulutusvalinnoissa. Teoksessa M.

Jahnukainen, M. Kalalahti & J. Kivirauma (toim.), Oma paikka haussa: maahanmuuttotasuatiset nuoret ja koulutus (s. 200-221). Gaudeamus.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. (2009). Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV – Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/tietoarkisto/julkaisut/kvalimotv.pdf>

Sanastokeskus. Tapa-termipankki. Erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma. Haettu 30.3.2023 osoitteesta <https://termipankki.fi/tapa/fi>

Slack, K., Mangan, J. Hughes, A. & Davies, P. (2014.) "Hot", "cold" and "warm" information and higher education decision-making. *British Journal of Sociology of Education* 35 (2), 204-223.

Ståhlberg, L. & Herlevi, M. (2017.) Omannäköinen elämä – Näin teet hyviä valintoja. PS-Kustannus.

Suni, N. (3.6.2021). Sosiaalisen median markkinointi – kuinka hyödyntää sosiaalista mediaa markkinoinnissa? Meltwater Blogi.

<https://www.meltwater.com/fi/blog/sosiaalisen-median-markkinointi>

Talous ja Nuoret TAT (2020). Mitä seuraavaksi? TAT Nuorten tulevaisuusraportti 2020.

<https://tat.fi/wp-content/uploads/2021/11/Mita%CC%88-seuraavaksi-TAT-Nuorten-tulevaisuusraportti-2020.pdf>

Talous ja Nuoret TAT (2021). Nuorten työelämämaisemat. TAT Nuorten tulevaisuusraportti 2021.

[https://tat.fi/wpcontent/uploads/2021/11/Nuorten\\_tyolamamaisemat\\_web.pdf](https://tat.fi/wpcontent/uploads/2021/11/Nuorten_tyolamamaisemat_web.pdf)

- Tolonen, T. & Aapola-Kari, S. (2021). Nuorten toisen asteen koulutusvalinnat: pääomat, strategiat ja koulutuksellisen arvon muotoutuminen. *Sosiologia* 58:2, 103-118.
- Tuomi, I., Hautamäki, A. & Ketamo, H. (2021). Työmarkkinatieto digitalisoituvassa Suomessa. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2021:24. Valtioneuvoston kanslia.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019. Helsinki: TENK.
- Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Bromberg, M. (2020). Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita. (2. uudistettu painos.) Turun yliopiston kasvatustieteiden laitos
- Valli, R. (2018). Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Teoksessa R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I*. (5. uudistettu painos). PS-Kustannus. E-kirja.
- Vehkalahti, K. (2008). Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Vilka, H. (2007). Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi.
- Vilka, H. (2021). Tutki ja kehitä. (5. päivitetty painos). PS-Kustannus.

# LIITTEET

## Liite 1. Kyselylomake

### Some ja koulutusalan valinta

Tämän tutkimuksen tarkoitus on selvittää miten ammattikoulun ensimmäisen vuoden opiskelijat ovat hyödyntäneet sosiaalista mediaa pohiessaan itselleen sopivaa koulutusala. Tutkimuksen avulla saadaan tietoa sosiaalisen median ja koulutusvalinnan yhteydestä ja vastausten perusteella mm. oppilaitokset voivat pohtia omaa näkyvyyttään sosiaalisessa mediassa.

Tutkimus liittyy pro gradu- tutkielmaan ja kyselystä saadut vastaukset tulevat olemaan vain tutkielman tekijällä. Tutkimuksessa ei kerätä mitään sellaista tietoa, josta vastaajan voisi tunnistaa ja tutkimustulokset hävitetään tutkielman valmistuttua. Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista eikä osallistumisesta makseta palkkiota.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa tutkimuksen tekijä: Hanna Vahala, maisteriopiskelija, ohjausala, Jyväskylän yliopisto, hvahala@student.jyu.fi Tietosuojailmoitukseen pääset [tästä](#).

Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua kertoa

Asuinpaikka

- Kaupunki
- Maaseutu

Koulutusala, jota nyt opiskelet \_\_\_\_\_

Oliko tämä ensisijainen hakutoiveesi?

- Kyllä
- Ei

Mikä oli ensisijainen hakutoiveesi? \_\_\_\_\_

Oliko oman koulutusalan valinta sinulle

- Helppo, olen aina halunnut opiskella sitä alaa.
- Vaikea, en oikein tiennyt mitä alaa haluaisin opiskella.
- Pohdin muutaman vaihtoehdon välillä.
- Ei helppo, mutta ei vaikeakaan. Valinta selkiytyi ajan myötä.
- En osaa sanoa.



Mitä sosiaalisen median kanavia käytät viikoittain (voit valita useamman vaihtoehdon)?

- Tiktok
- Snapchat
- Instagram
- Youtube
- Whatsapp
- Discord Pinterest
- Muu, mikä? \_\_\_\_\_
- En mitään näistä/En käytä sosiaalista mediaa

Kuinka paljon käytät sosiaalista mediaa päivässä?

- 0–1 h
- 1–2 h
- 3–5 h
- 6–9 h
- 10 h tai enemmän

Miten monta kertaa etsit tietoa alla olevista kanavista koulutusvalintaa tehdessäsi? \*

	Useita kertoja	Muutamia kertoja	Kerran	En lainkaan
Koulujen somekanavat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koulujen nettisivut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AmmatINVALINTASIVUT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
opintopolku.fi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Youtube	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keskustelupalstat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reaaliaikainen keskustelu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(esim. Snapchat, WhatsApp)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiktok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Etsitkö äsken mainittujen kanavien lisäksi tietoa jostakin muualta?

- Kyllä, mistä? \_\_\_\_\_
- En

Millaista tietoa näistä kanavista etsit (voit valita useamman vaihtoehdon)? \*

- yleisesti tietoa koulutuksista ja erilaisista vaihtoehdoista tietoa koulutusten kestosta ja sisällöstä
- tietoa ammateista ja työtehtävistä
- tietoa eri ammattien palkoista
- tietoa eri oppilaitoksista
- toisten kokemuksia tietyistä koulutuksista ja niissä opiskelusta
- toisten kokemuksia ammateista/työstä
- mielikuvia ammatista/koulutuksesta
- vertaistukea valintaan (keskustelua jonkun kanssa tietystä alasta/koulutuksesta)
- keskustelupalstan keskusteluja tietyn alan töistä ja/tai koulutuksesta
- kuvia ja/tai videoita ihmisistä opiskelemissa tiettyä alaa
- kuvia ja/tai videoita ihmisistä eri ammateissa
- jotakin muuta, mitä? \_\_\_\_\_
- en mitään näistä

Löysitkö hakemasi tiedot? \*

- Kyllä
- En
- Osittain
- En osaa sanoa

Millaisena koit erilaiset sosiaalisen median sisällöt, kun hait tietoa koulutusvalinnan tueksi? Voit valita useita vastausvaihtoehtoja.

	Kiva	Tylsä	Hyödyllinen	Turha	En osaa sanoa
Kirjoitettu asiateksti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Video/äänite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mainokset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kuvat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musiikki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blogitekstit/muut tilapäivitykset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jokin muu, mikä? _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Koetko, että sosiaalisesta mediasta oli apua koulutusvalintaa tehdessäsi?

- Kyllä
- Ei
- Ehkä
- En osaa sanoa

Mikä oli kiinnostavin sivusto, jolla vierailit? \_\_\_\_\_

Haluatko kertoa jotakin muuta koulutusvalintaan ja sosiaaliseen mediaan liittyen. Sana on vapaa!

---

## Liite 2. Saatekirje kyselyyn vastaajille

Moikka ammattikoulun ensimmäisen vuoden opiskelija!

Peruskoulun jälkeiseen koulutusvalintaan liittyvät pohdinnat ja yhteishaku on nyt sinun kohdaltasi ohi, mutta haluaisitko vielä hiukan muistella sitä ja kertoa minulle millaista se oli?

Opiskelen Jyväskylän yliopistossa ohjausalan maisterin tutkintoa ja teen pro gradu - tutkielmaa "Some ja koulutusalan valinta", jonka tavoitteena on selvittää miten te, ammattikouluun opiskelemaan hakeneet nuoret, olette hyödyntäneet somea pohtiessanne itsellenne sopivaa koulutusala.

Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista ja tutkimuksessa ei kerätä mitään sellaista tietoa, josta sinut voisi tunnistaa. Tutkimukseen pääset osallistumaan klikkaamalla alla olevaa kyselylinkkiä, ja kyselyyn vastaaminen kestää vain muutaman minuutin! Jokainen vastaus on tärkeä ja toivonkin, että sinulla olisi aikaa vastata kyselyyn 13.11.2022 mennessä. Kiitos!

Ystävällisin terveisin,

Hanna Vahala

hvahala@student.jyu.fi

P.S Jos kaipaat lisätietoa tutkimuksesta, laita minulle viestiä!

### Liite 3. Viesti kyselyyn osallistuvien opiskelijoiden huoltajille

Hei,

Opiskelen Jyväskylän yliopistossa ohjausalan maisterin tutkintoa ja teen pro gradu- tutkielmani aiheesta "Some ja koulutusvalinta". Tutkimuksen tarkoitus on selvittää miten ammattikoulun ensimmäisen vuoden opiskelijat ovat hyödyntäneet sosiaalista mediaa pohtiessaan itselleen sopivaa koulutusala. Tutkimuksen avulla saadaan tietoa sosiaalisen median ja koulutusvalinnan yhteydestä ja vastausten perusteella mm. oppilaitokset voivat pohtia omaa näkyvyyttään sosiaalisessa mediassa.

Kyselylomake lähetetään ensimmäisen vuoden opiskelijoille, jotka ovat hakeutuneet koulutukseen yhteishaun kautta. Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista ja tutkimuksessa ei kerätä mitään sellaista tietoa, josta vastaajan voisi tunnistaa. Kyselytulokset ovat vain minun käytössäni ja ne hävitetään tutkielman valmistuttua.

Tämä teille huoltajille tiedoksi. Jos kaipaat lisätietoa tutkimuksesta, voit laittaa minulle viestiä.

Ystävällisin terveisin,

Hanna Vahala

maisteriopiskelija, Jyväskylän yliopisto

hvahala@student.jyu.fi