

Eetu Pitkänen

**SOSIAALISEN MEDIAN ALUSTOJEN VAIKUTUKSET
TERVEYSINFORMAATION LEVIÄMISESSÄ**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO
INFORMAATIOTEKNOLOGIAN TIEDEKUNTA
2024

TIIVISTELMÄ

Pitkänen, Eetu

Sosiaalisen median vaikutus terveysinformaation leviämisessä

Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2024, s22.

Tietojärjestelmätiede, kandidaatintutkielma

Ohjaaja: Siitonen, Valteri

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastellaan sosiaalisen median, erityisesti Instagramin, X:n (aiemmin Twitter), Facebookin, YouTuben, TikTokin ja Snapchatin roolia terveysinformaation levittämisessä ja vastaanottamisessa. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten nämä alustat vaikuttavat terveysinformaation laatuun ja kuinka käyttäjät arvioivat tiedon luotettavuutta käytännössä. Sosiaalinen media voi merkittävästi edistää terveysviestintää nopean tiedonjakelun ja reaaliaikaisen vuorovaikutuksen avulla, mutta tämä tuo myös haasteita, kuten virheellisen tiedon leviämisen. Tutkielman perusteella on selvää, että monien alustojen algoritmit suosivat viihteellistä ja tunteita herättävää sisältöä, mikä heikentää tiedon luotettavuutta ja voi altistaa käyttäjät terveysriskeille. Jatkossa on tärkeää tutkia strategioita ja algoritmeja, jotka voisivat tehokkaammin ehkäistä väärän tiedon leviämistä ja tukea luotettavaa terveysviestintää sosiaalisessa mediassa. Vaikka sosiaalinen media tarjoaa suuria mahdollisuuksia terveysviestinnässä, tutkimus tuo esiin myös rajoitteita, kuten empiirisen datan puutteen ja tarpeen laajemmille tutkimuksille. Tehokas ja eettinen sosiaalisen median käyttö terveysviestinnässä vaatii paitsi syvällistä ymmärrystä alustojen toiminnasta, myös tiivistä yhteistyötä terveysviestinnän ammattilaisten ja alustojen välillä. Tämän tutkimuksen tekeminen on tärkeää, sillä sosiaalisen median kasvava vaikutus terveysinformaatioon voi merkittävästi vaikuttaa kansanterveyteen ja yhteiskunnan hyvinvointiin.

Asiasanat: Terveystiedot, sosiaalinen media, käyttäjien luottamus, terveysaiheet, vuorovaikutus

ABSTRACT

Pitkänen, Eetu

The effect of social media on the spread of health information

Jyväskylä: University of Jyväskylä, 2024, 22p.

Information systems science, bachelor's thesis

Director: Siitonen, Valtteri

This bachelor's thesis examines the role of social media platforms, particularly Instagram, X (formerly Twitter), Facebook, YouTube, TikTok, and Snapchat, in the dissemination and reception of health information. The aim of the research was to determine how these platforms impact the quality of health information and how users assess its reliability in practice. Social media can significantly enhance health communication through rapid information sharing and real-time interaction, but this also introduces challenges, such as the spread of misinformation. The findings highlight that the algorithms of many platforms tend to favor entertaining and emotionally charged content, which undermines the reliability of information and exposes users to health risks. Moving forward, it is crucial to develop strategies and algorithms that can more effectively prevent the spread of misinformation and support trustworthy health communication on social media. While social media presents vast opportunities for health communication, the research also reveals certain limitations, such as the lack of empirical data and the need for more extensive studies. Effective and ethical use of social media in health communication not only requires a deep understanding of how these platforms operate but also close collaboration between health communication professionals and platform operators. This research is vital because the growing influence of social media on health information can significantly impact public health and societal well-being.

Keywords: Health information, social media, user trust, health topics, interaction

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Eri sosiaalisen median alustojen mahdollisuudet ja haasteet terveysinformaation leviämisessä sekä yleiset tutkimustulokset ja käyttöön liittyvät havainnot	17
---	----

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVIOT JA TAULUKOT

1	JOHDANTO.....	6
2	SOSIAALINEN MEDIA	8
	2.1 Sosiaalisen median määritelmä	8
	2.2 Käytettävät alustat.....	9
3	TERVEYSINFORMAATIO	11
	3.1 Terveysinformaation määritelmä	11
	3.2 Rooli yhteiskunnassa ja vaikutukset.....	12
4	SOSIAALISEN MEDIAN ROOLI TERVEYSVIESTINNÄSSÄ.....	14
	4.1 Sosiaalisen median alustojen hyödyt terveysinformaation ja yhteisöllisyyden edistämässä	14
	4.2 Haasteet tiedon luotettavuuden arvioinnissa.....	15
5	YHTEENVETO JA POHDINTA	18
	LÄHTEET	20

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media, kuten Facebook ja Instagram, ovat monille arkipäiväisiä kanavia, joissa jaetaan tietoa ja pidetään yhteyttä toisten kanssa. Kaplan ja Haenlein (2010) jakavat sosiaalisen median eri ryhmiin, kuten yhteistyöprojekteihin ja virtuaalisiin maailmoihin. Carr ja Hayes (2015) korostavat, että sosiaalinen media on jatkuva viestintäväline, joka mahdollistaa monipuolista vuorovaikutusta käyttäjien välillä. Sosiaalinen media on muuttanut merkittävästi tapaa, jolla ihmiset kommunikoivat ja jakavat tietoa. Tämä muutos on tehnyt tiedon välityksestä nopeampaa ja laajentanut sen saavutettavuutta enemmän kuin koskaan aiemmin (Kwak ym., 2010). Sosiaalinen media on myös avannut uusia kanavia terveysinformaation jakamiseen ja vastaanottamiseen, mikä on tehnyt terveysviestinnästä monipuolisempaa ja helpommin saavutettavaa (Alhabash & Ma, 2017). Myös Van de Beltin ym. (2013) mukaan sosiaalisen median rooli korostuu etenkin terveysviestinnässä, jossa oikean ja ajantasaisen tiedon saaminen on elintärkeää. Virheellisen tiedon leviäminen voi kuitenkin johtaa vakaviin seurauksiin, kuten väärinkäsityksiin ja haitalliseen terveyskäyttäytymiseen (Xiao ym., 2018).

Yksi tutkielman keskeisistä aiheista on sosiaalisen median alustojen rooli yhteisöllisyyden luomisessa ja terveystietoisuuden tukemisessa. Erityisesti Instagram ja Facebook tunnetaan siitä, että ne yhdistävät ihmisiä ja auttavat heitä muodostamaan yhteisöjä, jotka jakavat samanlaisia kiinnostuksen kohteita, mukaan lukien terveyteen liittyvät aiheet (Almela-Baeza ym., 2023). Tutkimukset ovat osoittaneet, että nämä alustat voivat parantaa terveyskäyttäytymistä ja edistää terveyttä, mutta ne voivat altistaa käyttäjät virheelliselle ja harhaanjohtavalle tiedolle (Ye ym., 2020; Picazo-Sánchez ym., 2022). Sosiaalisen median ympäristössä terveysaiheisen tiedon laadun varmistaminen on haastavaa. Väärän tiedon leviäminen on erityisen huolestuttavaa terveyskeskusteluissa, joissa oikean tiedon tarve on suuri. Tämä ongelma korostuu erityisesti alustoilla, kuten X ja YouTube, joissa sisältö leviää nopeasti ja algoritmit vaikuttavat siihen, mitä käyttäjät näkevät (Abisheva ym., 2014).

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastellaan sosiaalisen median vaikutuksia terveysinformaation jakamisessa ja vastaanottamisessa. Erityisesti tarkastellaan, miten eri alustat, kuten Instagram, Facebook, X, Snapchat, TikTok ja YouTube, vaikuttavat terveysviestinnän luotettavuuteen ja tehokkuuteen. Näiden alustojen kautta leviävä väärä tai harhaanjohtava tieto korostaa tarvetta kehittää mekanismeja terveysinformaation laadun varmistamiseksi (Paul & Dredze, 2011). Tässä tutkielmassa pyritään vastaamaan seuraavaan kysymykseen:

- Miten eri sosiaalisen median alustat vaikuttavat terveysinformaation laatuun ja käyttäjien kykyyn arvioida sen luotettavuutta?

Tutkimus toteutettiin käyttämällä laajaa kirjallisuuskatsausta, joka perustuu eri tutkijoiden näkemyksiin ja empiiriseen tutkimustietoon sosiaalisen median roolista terveysviestinnässä. Lähdeaineistoa on kerätty Google Scholarista ja Jykdo-kista, joissa hakusanoina on käytetty muun muassa "social media", "instagram", "health information" ja "health communication". Lähdeaineisto kattaa laajasti viimeisen viidentoista vuoden aikana tehtyjä tutkimuksia, mikä mahdollistaa monipuolisen näkemyksen sosiaalisen median alustojen kehityksestä ja niiden käytön vaikutuksista eri näkökulmista.

Kandidaatintutkielman rakenne etenee siten, että johdannon jälkeen tarkastellaan sosiaalisen median määritelmää ja käytettäviä alustoja. Tämän jälkeen keskitytään terveysinformaation määritelmään ja sen rooliin yhteiskunnassa, erityisesti yksilön terveystietoisuuden ja päätöksenteon kannalta. Luvussa 4 analysoidaan sosiaalisen median alustojen hyötyjä terveysinformaation ja yhteisöllisyyden edistämisessä sekä haasteita tiedon luotettavuuden arvioinnissa. Lopuksi esitetään tutkimuksen yhteenveto ja pohdinta, jossa käsitellään tutkimustuloksia, käydään läpi johtopäätöksiä, pohditaan tutkimuksen rajoitteita ja esitetään jatko-tutkimusaiheita.

2 SOSIAALINEN MEDIA

Tässä luvussa käsitellään sosiaalisen median määritelmää ja sen merkitystä nykypäivän yhteiskunnassa. Tarkastellaan, miten sosiaalinen media toimii viestintäkanavana, työkaluna ja vapaa-ajan alustana. Käydään läpi eri sosiaalisen median palvelut, kuten Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, X ja Snapchat, ja niiden käyttö eri tilanteissa. Lisäksi pohditaan, miten teknologian kehitys ja uudet innovaatiot, kuten tekoäly ja virtuaalitodellisuus, vaikuttavat sosiaalisen median tulevaisuuteen.

2.1 Sosiaalisen median määritelmä

Sosiaalinen media koostuu monista digitaalisista alustoista, joilla käyttäjät voivat kommunikoida, jakaa tietoa ja luoda yhteisöjä. Kaplan ja Haenlein (2010) määrittelevät sosiaalisen median internet-pohjaisiksi sovelluksiksi, joissa käyttäjät voivat luoda ja jakaa sisältöä. He jakavat sosiaalisen median kuuteen kategoriaan, kuten sosiaalisiin verkostoihin ja sisältöyhteisöihin, jotka palvelevat eri tarkoituksia niin yksityishenkilöiden kuin yritysten tarpeisiin.

Alhabash ja Ma (2017) täydentävät tätä määritelmää korostamalla, että sosiaalinen media ei ole pelkästään teknologia, vaan myös kulttuurinen ilmiö, joka mahdollistaa tiedon jakamisen, vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden kokemisen käyttäjien välillä. Tämä näkökulma korostaa sosiaalisen median roolia digitaalisen vuorovaikutuksen mahdollistajana ja yhteisöjen rakentajana.

Carr ja Hayes (2015) korostavat puolestaan sosiaalisen median kaksisuuntaisen viestinnän merkitystä, erityisesti yritysten ja kuluttajien välillä. Heidän mukaansa sosiaalinen media mahdollistaa reaaliaikaisen vuorovaikutuksen, joka parantaa asiakassuhteita ja edistää brändin näkyvyyttä. Samalla sosiaalisen median käyttö tuo mukanaan haasteita, kuten nopean reagoinnin tarpeen ja negatiivisen palautteen hallinnan.

Tulevaisuudessa sosiaalisen median roolin odotetaan kasvavan entisestään, kun uudet teknologiat, kuten tekoäly ja virtuaalitodellisuus, integroituvat osaksi näitä alustoja (Kaplan & Haenlein, 2010). Nämä kehitykset voivat syventää käyttäjien sitoutumista ja laajentaa sosiaalisen median vaikutusvaltaa yhteiskunnassa.

Tässä tutkielmassa sosiaalinen media tarkoittaa digitaalisia alustoja, jotka mahdollistavat tiedon jakamisen, vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden käyttäjien kesken. Määritelmä kattaa monenlaiset alustat ja teknologiat, jotka yhdessä luovat monipuolisen ympäristön terveysinformaation jakamiselle ja vastaanottamiselle.

2.2 Käytettävät alustat

Doğruer ym. (2011) kuvaavat sosiaalista mediaa virtuaalisina yhteisöinä, jotka tarjoavat käyttäjille alustoja yhteydenpitoon, tiedon jakamiseen ja vuorovaikutukseen muiden kanssa. Esimerkiksi Facebook on erityisen suosittu opiskelijoiden keskuudessa ja toimii laajana sosiaalisten verkostojen alustana, jossa käyttäjät voivat ylläpitää suhteita, jakaa kuvia, videoita ja ajatuksia sekä osallistua erilaisiin yhteisöihin (Doğruer ym., 2011). Myös Kaplanin ja Haenleinin (2010) mukaan sosiaalinen media kattaa monenlaisia alustoja, kuten Wikipedian, YouTube:n ja Facebookin, jotka tarjoavat erilaisia mahdollisuuksia tiedon jakamiseen ja vuorovaikutukseen. Esimerkiksi Wikipedia mahdollistaa käyttäjien yhteisen sisällöntuoton, kun taas YouTube keskittyy erityisesti mediasisällön jakamiseen laajalle yleisölle (Kaplan & Haenlein, 2010).

Instagram on yksi maailman johtavista sosiaalisen median alustoista, erityisesti visuaalisen viestinnän saralla. Sen suosio perustuu sen kykyyn luoda ja jakaa visuaalista sisältöä, mikä mahdollistaa tunteiden ja kokemusten tehokkaan välittämisen (Yang, 2021). Feroe ym. (2024) havaitsivat, että Instagram on erityisen suosittu ortopedisen kirurgian koulutusohjelmissa, joissa se auttaa houkuttelemaan hakijoita ja jakamaan tietoa tuleville opiskelijoille, korostaen digitaalisen viestinnän merkitystä koulutusohjelmien näkyvyydessä ja saavutettavuudessa.

Snapchat on erityisesti nuorten suosima alusta, jossa käyttäjät voivat lähettää kuvia ja videoita, jotka katoavat tietyn ajan jälkeen. Tämä ominaisuus luo leikkisän ja intiimin ilmapiirin viestintään, mikä erottaa sen muista sosiaalisen median alustoista (Piwek & Joinson, 2016).

YouTube on merkittävässä asemassa käyttäjälähtöisen videosisällön jakamisessa, ja sen sosiaalinen kokemus erottaa sen perinteisistä sisällöntuottajista. YouTube toimii alustana, jossa yksityishenkilöt ja yritykset voivat jakaa videoita suurelle katsojakunnalle, edistää yhteisöllisyyttä ja kannustaa käyttäjiä luomaan ja jakamaan omia videoita (Wattenhofer ym., 2012).

X on tärkeä alusta, jonka avulla käyttäjät voivat jakaa ajatuksia, mielipiteitä ja ajankohtaisia tapahtumia lyhyiden viestien, eli niin kutsuttujen twiittien, muodossa. Se toimii keskeisenä välineenä uutisten ja tiedon välittämisessä reaaliajassa ja tarjoaa foorumin ajankohtaisille keskusteluille (Kwak ym., 2010). X:n

nopea ja laaja tiedonlevitys tekee siitä tehokkaan työkalun ajankohtaisten tapahtumien seuraamiseen ja niiden kommentointiin.

Alhabash ja Ma (2017) tutkimuksessaan osoittavat, että yliopisto-opiskelijat suosivat erityisesti Facebookia (97,2 %), Instagramia (87,1 %), Snapchattia (84,3 %) ja X:ää (79,1 %). Tämä korostaa sitä, miten erilaiset alustat palvelevat erilaisia käyttötarkoituksia ja käyttäjäryhmiä. Esimerkiksi Instagram ja Snapchat painottavat kuvallista viestintää ja hetkien jakamista kuvilla ja videoilla, mikä tekee niistä suosittuja erityisesti nuorempien käyttäjien keskuudessa. Keskimääräinen päivittäinen käyttöaika oli huomattavasti korkeampi näillä alustoilla: 88,92 minuuttia X:ssä, 106,35 minuuttia Facebookissa, 107,15 minuuttia Snapchatissa ja 108,73 minuuttia Instagramissa. Tutkimus osoitti, että uudemmat alustat, kuten Snapchat ja Instagram, tarjoavat monipuolisempaa käyttömotivaatiota verrattuna vanhempiin alustoihin, kuten Facebookiin ja X:ään, erityisesti kuvallisen viestinnän ja hetkien jakamisen osalta (Alhabash & Ma, 2017).

TikTok on noussut erityisesti nuorten keskuudessa suosituksi sovellukseksi, joka mahdollistaa lyhyiden, 3–60 sekunnin videoiden luomisen ja jakamisen. TikTokin suosio kasvoi merkittävästi COVID-19-pandemian aikana, jolloin sen käyttö ja näkyvyys lisääntyivät globaalien sulkujen seurauksena (Kennedy, 2020). Sovellus tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden ilmaista luovuuttaan ja jakaa sisältöä laajalle yleisölle. Sen erityispiirteisiin kuuluvat nopeasti leviävät trendit ja haasteet, jotka keräävät laajaa huomiota käyttäjien keskuudessa.

3 TERVEYSINFORMAATIO

Tässä luvussa tarkastellaan terveystietoisuuden käsitettä, sen roolia yhteiskunnassa sekä vaikutuksia yksilön terveystietoisuuteen ja päätöksentekoon. Tarkastelun kohteena on myös se, miten terveystietoisuuden hakeminen ja jakaminen voivat vaikuttaa terveydenhuollon käytäntöihin. Lisäksi käsitellään, miten terveystietoisuuden saatavuus ja luotettavuus voivat edistää tai heikentää terveyden tasa-arvoa yhteiskunnassa.

3.1 Terveystietoisuuden määrittely

Deng ja Liu (2017) määrittelevät terveystietoisuuden tiedoksi terveydestä, sairauksista ja niiden ennaltaehkäisystä ja hoidosta, jota haetaan ja jaetaan mobiilien sosiaalisen median kautta. Tämä informaatio voi käsittää lääketieteellisiä tiloja, hoitokeinoja, terveystietoisuutta ja ennaltaehkäiseviä toimenpiteitä.

Terveystietoisuuden hakeminen vaatii aktiivista tiedon etsimistä, jotta voi saada tarkkaa ja hyödyllistä tietoa terveyteen liittyvistä asioista. Hakuprosessiin vaikuttavat monet tekijät, kuten henkilökohtaiset ominaisuudet, konteksti, ympäristötekijät ja ajankohtaiset tapahtumat. Näiden tekijöiden vaikutus hakuprosessiin voi vaihdella hakijan taustan mukaan ja ne voivat ohjata käytettävien tiedonlähteiden valintaa. Esimerkiksi terveystietoisuutta voidaan hakea internetistä, terveydenhuollon ammattilaisilta tai sosiaalisista verkostoista. Hakijan sukupuoli, ikä ja koulutustaso voivat myös vaikuttaa siihen, mitä tietoa haetaan ja miten sitä arvioidaan (Anker ym., 2011).

Tutkimukset ovat osoittaneet, että tiedon aktiivinen etsiminen vaikuttaa moniin terveydenhuollon tuloksiin, kuten hoitoon sitoutumiseen ja parempiin keskusteluihin lääkärin kanssa. Vaikutus lopputuloksiin riippuu kuitenkin useista eri tekijöistä, kuten tiedonhausta ja hakijan kyvystä arvioida tätä tietoa ja sen luotettavuutta. Tutkimuksissa on todettu, että terveystietoisuuden hakemisella voi olla parantavia vaikutuksia potilaiden osallistumiseen ja päätöksentekoon terveydenhuollossa. On kuitenkin myös huomioitava, että väärinkäsitykset

ja virheelliset itsehoitopäätökset voivat syntyä, jos tietoa ei käsitellä asianmukaisesti (Anker, ym. 2011).

3.2 Rooli yhteiskunnassa ja vaikutukset

Terveysinformaatiolla on merkittävä rooli yhteiskunnassa, koska se parantaa terveysvalistusta ja auttaa ihmisiä tulemaan tietoisemmiksi omasta hyvinvoinnistaan. Tämä voi vaikuttaa positiivisesti yksilöiden elämäntapoihin ja hoitotuloksiin. Sosiaalisen median mobiilialustat eivät ainoastaan mahdollista yhteydenpitoa, vaan ne myös tarjoavat tietoa ja tukea terveyteen liittyvissä kysymyksissä. (Deng & Liu, 2017).

Anker ym. (2011) tutkimukset osoittavat, että terveysinformaation hakeminen ei ole vain yksilön tekemä toimenpide, vaan sillä on laajempia vaikutuksia terveydenhuollon käytäntöihin ja hoitopäätöksiin. Aktiivinen ja kriittinen tiedonhaku voi parantaa terveydenhoitotuloksia merkittävästi, mikä ilmenee parempana sitoutumisena hoitoon ja suurempana tyytyväisyytenä saatuun hoitoon.

Deng ja Liu (2017) havaitsivat, että koettu terveysriski ja terveystietoisuus ovat keskeisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat käyttäjien halukkuuteen hakea terveysinformaatiota. Terveystietoisuudella viitataan yksilön uskoon tai luottamukseen omasta kyvystä ymmärtää, hallita sekä arvioida tämän terveyttä. Terveystietoisuuden kasvu lisäsi terveysinformaation hakemisaikeita 45 prosentilla, mikä korostaa itsevarmuuden merkitystä terveyskäyttäytymisessä. Toisaalta koettu terveysriski laski terveysinformaation hakemisaikeita 13 prosentilla, mikä viittaa siihen, että korkeampi terveysriski voi tehdä käyttäjistä varovaisempia tietoa hakiessaan. Sosiaalinen tuki, erityisesti tunnustuksellinen ja arviointituki, vaikuttavat merkittävästi terveystietoisuuteen. Esimerkiksi tunnustuksellinen tuki paransi terveystietoisuutta 27 prosentilla, kun taas arviointituki vähensi koettua terveysriskiä 21 prosentilla. Yhteisön tarjoama tuki voi siis vähentää epävarmuutta ja lisätä yksilön kykyä hallita omaa terveyttään (Deng & Liu, 2017).

Terveysinformaatiolla on myös merkittävä vaikutus terveydenhuollon palvelujen käyttöön. Hyvin informoidut potilaat voivat osallistua aktiivisemmin hoitoprosessiin, käydä perusteltuja keskusteluja hoitovaihtoehtoistaan ja tehdä informoituja päätöksiä hoidostaan. Tämä edellyttää kykyä arvioida terveysinformaation luotettavuutta ja merkityksellisyyttä, mikä korostaa terveydenhuollon ammattilaisten roolia ohjata potilaita luotettavien tietolähteiden äärelle (Anker ym., 2011).

Kun ihmiset aktiivisesti hakevat terveysinformaatiota, se voi auttaa vähentämään terveyseroja, koska tällä tavoin kaikilla on mahdollisuus saada tärkeää ja ajankohtaista tietoa terveyteen liittyvistä asioista. Tämä lisää ihmisten terveystietoisuutta ja antaa heille paremmat edellytykset tehdä perusteltuja päätöksiä omasta terveydestään, taustasta tai asuinpaikasta riippumatta. Anker ym. (2011) tuovat esiin, että terveysinformaation saatavuuden ja käytön eriarvoisuutta kutsutaan digitaaliseksi kuiluksi. Tällä termillä tarkoitetaan sitä, kuka saa tietoa ja kenellä on mahdollisuus hyötyä siitä terveydellisesti.

Tämän epätasapainon korjaaminen vaatii jatkuvia tutkimuksia ja toimenpiteitä, joiden tavoitteena on tehdä terveysinformaatiosta kaikkien saatavilla olevaa. Sosiaalinen media on keskeinen terveysinformaation leviämässä, sillä se mahdollistaa nopean ja laajan tiedon jakamisen sekä yhteydenpidon käyttäjien kesken. Sosiaalisen median alustat eivät vain tarjoa tiedonjakokanavia, vaan myös edistävät aktiivista keskustelua ja yhteisön tukea terveysasioissa. Tämä voi parantaa yksilöiden mahdollisuuksia saada ja käyttää terveysinformaatiota, mikä johtaa parempiin hoitotuloksiin ja vähentää epätietoisuutta terveysongelmista.

4 SOSIAALISEN MEDIAN ROOLI TERVEYSVIESTINNÄSSÄ

Tässä luvussa käsitellään sosiaalisen median monipuolista roolia terveysviestinnässä. Keskitytään sosiaalisen median rooliin terveysinformaation levittämisessä, yhteisöllisyyden tukemisessa ja tiedon luotettavuuden arvioinnissa sekä haasteisiin ja mahdollisuuksiin harhaanjohtavan tiedon leviämässä. Samalla analysoidaan, miten algoritmit ja käyttäjäkäyttäytyminen vaikuttavat terveysviestien leviämiseen ja vastaanottoon. Taulukko 1 luvun lopussa tiivistää havainnot sosiaalisen median eri alustojen mahdollisuuksista, haasteista ja tärkeimmistä tuloksista.

4.1 Sosiaalisen median alustojen hyödyt terveysinformaation ja yhteisöllisyyden edistämässä

Sosiaalinen media on tärkeä kanava terveysinformaation jakamisessa ja sen avulla voidaan parantaa viestinnän tehokkuutta. Van de Belt ym. (2013) havaitsivat, että sosiaalisen median avulla voidaan hyödyntää moderneja internet-tekniologioita uusien yhteistyömahdollisuuksien luomiseksi ja terveysneuvojen jakamiseksi. Tämä on erityisen tärkeää pitkäaikaissairauksien hoidossa, missä Chou ym. (2009) korostavat sosiaalisen median roolia yhteisöllisyyden syntymisessä.

Instagramin kaltaisten alustojen visuaaliset ja vuorovaikutteiset ominaisuudet lisäävät koulutuksen vaikuttavuutta ja saavutettavuutta. Ye ym. (2020) osoittivat, että opiskelijat, jotka käyttivät Instagramia osana opintojaan, olivat aktiivisempia ja sitoutuneempia oppimisprosessiin. Tämä osoittaa, miten sosiaalinen media voi olla tehokas työkalu myös terveyskasvatuksessa.

Pagoto ym. (2014) laajentavat tätä näkökulmaa osoittamalla, että sosiaalinen media voi luoda positiivisia yhteisöllisiä vaikutuksia ja tarjota merkittävää vertaistukea terveyden edistämässä. Heidän tutkimuksensa mukaan aikuiset, jotka jakavat kokemuksiaan X:ssä, saavat enemmän sosiaalista tukea kuin muilla

kanavilla. Tämä yhteisöllisyyden voima näkyy erityisesti alustoilla, kuten X:ssä ja Instagramissa, joissa vertaistuki ja positiivinen vuorovaikutus ovat keskeisessä roolissa.

YouTube ja X ovat tärkeitä terveysviestinnässä, erityisesti laajojen yleisöjen nopeassa tavoittamisessa. Näiden alustojen vahvuus piilee niiden kyvyssä välittää terveysviestejä reaaliaikaisesti ja vuorovaikutteisesti. Abisheva ym. (2014) havaitsivat, että YouTube-videoiden alkuvaiheen jakaminen X:ssä voi merkittävästi lisätä niiden näkyvyyttä. Erityisesti noin 28 % terveysaiheisista YouTube-videoista, jotka saivat alkuvaiheen huomiota Twitterissä, kasvoi näkyvyyden osalta merkittävästi. Tämä tarjoaa sisällöntuottajille tilaisuuden tavoittaa laajat yleisöt nopeasti, mutta samalla korostaa heidän vastuullisuuttaan varmistaa tiedon tarkkuus ja luotettavuus.

YouTube puolestaan tarjoaa valtavat mahdollisuudet monimuotoisen mediasisällön luomiseen ja jakamiseen. Esimerkiksi terveysalan ammattilainen voi hyödyntää videon visuaalisia mahdollisuuksia monimutkaisten lääketieteellisten käsitteiden selittämisessä yleisölle helposti ymmärrettävällä tavalla (Abisheva ym., 2014). Vaterlaus ym. (2016) havaitsivat, että nuoret aikuiset (18–23-vuotiaat) pitävät Snapchatia tärkeänä välineenä ihmissuhteiden ylläpidossa. Snapchatin katoavat viestit tekevät siitä erityisen houkuttelevan nuorille käyttäjille, koska ne luovat viestintään ainutlaatuisen väliaikaisuuden tunteen ja mahdollistavat rennomman keskustelun.

4.2 Haasteet tiedon luotettavuuden arvioinnissa

Vaikka sosiaalinen media on tärkeä kanava terveysinformaation levittämisessä, sen avoin luonne aiheuttaa merkittäviä haasteita tiedon luotettavuuden arvioimisessa. Tarvitaan strategioita, jotka auttavat käyttäjiä erottamaan luotettava tieto harhaanjohtavasta. Abisheva ym. (2014) korostavat, että käyttäjien on itse arvioitava tiedon laatua, sillä päätökset voivat perustua algoritmeihin ja verkostojen vaikutukseen. Xiao ym. (2018) ja Hruska & Maresova (2020) tukevat tätä havaintoa. Heidän mukaansa YouTube:ssa ja X:ssä käyttäjien on vaikea arvioida luotettavuutta, koska virheellistä tietoa, kuten online-huijauksia leviää usein. Tämä lisää painetta käyttäjille arvioida kriittisesti saamansa tieto ja sen lähteet, mikä ei ole aina helppoa nopeassa ja jatkuvasti muuttuvassa sosiaalisen median ympäristössä.

Eri ikäryhmät ja sukupuolet arvioivat terveysinformaation luotettavuutta eri tavoin. Chou ym. (2009) toteavat, että nuoret käyttävät aktiivisemmin sosiaalista mediaa ja bloggaavat enemmän, kun taas vanhemmat suosivat tukiryhmiä verkossa. Tämä ero korostaa, kuinka eri käyttäjäryhmät arvioivat tiedon luotettavuutta eri tavoin sosiaalisessa mediassa.

Instagramin rooli terveysviestinnässä on erityisen merkittävä, mutta haastava. Vaikka Instagram voi pandemian aikana parantaa viestinnän saavutettavuutta ja oppimisympäristön laatua, on sen käytössä myös ongelmia (Ye ym.,

2020). Myös Picazo-Sánchez ym. (2022) toteavat, että vaikuttajien terveysaiheinen sisältö on usein vähäistä ja epäluotettavaa verrattuna heidän muuhun, kuten kauneuteen liittyvään sisältöön. Tämä osoittaa, että vaikka sosiaalinen media on tehokas viestintäkanava, sen terveysinformaatio ei aina perustu tieteellisiin lähteisiin.

Kuten YouTube ja Twitter, myös Snapchat tarjoaa mahdollisuuksia terveysviestinnässä, mutta sen käytössä on omat haasteensa. Vaterlaus ym. (2016) havaitsivat, että nuoret aikuiset (18–23-vuotiaat) pitivät Snapchatia tärkeänä välineenä ihmissuhteiden ylläpidossa, mutta samalla alusta asettaa haasteita viestinnän sujumuudelle ja sisällön luotettavuudelle. Snapchatin katoavat viestit ovat suosittuja nuorten keskuudessa, mutta koska sisältö ei säily pysyvästi, se vaikeuttaa tiedon tallentamista ja myöhempää tarkistamista. Herää kysymys, miten terveysviestit voidaan välittää luotettavasti alustalla, jossa tieto katoaa yhtä nopeasti kuin se on tullutkin. Snapchat voi edistää viestintää ja yhteisöllisyyttä, mutta sen käyttö terveysviestinnässä vaatii huomiota tietoturvaan, yksityisyyteen ja sisällön laatuun.

Vaikuttajien rooli sosiaalisessa mediassa on keskeinen, mutta samalla haasteellinen. Toisaalta he voivat toimia luotettavan tiedon välittäjinä, mutta toisaalta heidän sisältönsä voi myös olla epäluotettavaa tai kaupallisesti väritynyttä. Almela-Baeza ym. (2023) havaitsivat, että pienemmällä seuraajamäärällä varustetut Instagram-tilit saavat enemmän sitoutumista erityisesti terveystuotteita lahjoittaessaan. Täten korostuu tarve varmistaa, että vaikuttajien välittämä terveysinformaatio perustuu luotettaviin lähteisiin ja eettisiin periaatteisiin. Tämä täydentää Pilgrim ja Bohnet-Joschkon (2019) tutkimusta, jossa todettiin, että vaikuttajat usein yhdistävät kaupallisen viestinnän terveysviesteihinsä, mikä voi vääristää seuraajien käsityksiä terveydestä ja onnellisuudesta.

Abisheva ym. (2014) toteavat, että sosiaalisen median alustat tarjoavat suuria mahdollisuuksia terveysviestinnälle, mutta samalla vaativat syvällistä ymmärrystä niiden toiminnasta ja käyttäjäkäyttäytymisestä, jotta viestintä olisi sekä vaikuttavaa että eettisesti kestävä. Terveysaiheiset videot voivat olla hyödyllisiä, mutta niiden laatu vaihtelee, mikä korostaa tarvetta kehittää algoritmeja ja suodattimia luotettavan tiedon varmistamiseksi. On tärkeää arvioida tarkasti kaupallisuuden ja vuorovaikutuksen vaikutusta tiedon luotettavuuteen. Yhteistyö vaikuttajien kanssa voisi parantaa terveysviestintää, mutta tämä vaatii tarkkaa valintaa ja periaatteita luotettavuuden varmistamiseksi.

Taulukko 1 esittelee eri sosiaalisen median alustojen mahdollisuudet ja haasteet terveysinformaation levittämisessä. Se tiivistää myös keskeiset tutkimustulokset ja käyttöön liittyvät havainnot.

TAULUKKO 1 Eri sosiaalisen median alustojen mahdollisuudet ja haasteet terveysinformaation leviämisessä sekä yleiset tutkimustulokset ja käyttöön liittyvät havainnot.

Sosiaalisen median alustat	Mahdollisuudet ja haasteet	Yleiset tutkimustulokset ja käyttöön liittyvät havainnot
Facebook	<p>Mahdollisuudet: Yhteisöllisten verkostojen vahvistaminen ja laajan käyttäjäkunnan tavoittaminen (Van de Belt ym., 2013; Doğruer ym., 2011).</p> <p>Haasteet: Luotettavan terveysinformaation varmistaminen, erityisesti suurten käyttäjämäärien ja erilaisten lähteiden vuoksi (Alhabash & Ma, 2017).</p>	<p>Yliopisto-opiskelijoista 97,2 % käyttää aktiivisesti Facebookia tiedonhakuun ja viestintään. Käytetään verstaistuen ja terveysneuvojen jakamisessa (Alhabash & Ma, 2017).</p>
Instagram	<p>Mahdollisuudet: Visuaalisen sisällön vahvuus, käyttäjien sitoutumisen kasvattaminen (Yang, 2021; Feroe ym., 2024).</p> <p>Haasteet: Epäluotettavan tiedon leviäminen, kaupallisen sisällön vaikutus terveysviestintään ja vähäinen terveysaiheinen sisältö verrattuna kauneuteen (Picazo-Sánchez ym. (2022).</p>	<p>Keskimääräinen päivittäinen käyttöaika oli korkein alustoista, 108,73 minuuttia. Terveystuotteiden lahjoitukset lisäsivät seuraajien sitouttamista (Alhabash & Ma, 2017).</p>
YouTube	<p>Mahdollisuudet: Monimuotoisen terveysinformaation jakaminen helposti ymmärrettävissä olevassa muodossa (Abisheva ym., 2014; Picazo-Sánchez ym., 2022).</p> <p>Haasteet: Online-huijausten lisääntyminen, joissa terveysväitteitä käytetään harhaanjohtavasti kaupallisiin tarkoituksiin. Algoritmit suosia tunteita herättävää sisältöä, mikä voi vähentää tiedon luotettavuutta (Sánchez ym., 2022; Xiao ym., 2018).</p>	<p>Videot saavat paljon näkyvyyttä, kun niitä jaetaan sosiaalisessa mediassa. Näkyvyys riippuu jakajan vaikutusvallasta ja seuraajamäärästä. Tämä pätee erityisesti terveysaiheisiin videoihin, jotka leviävät hyvin, jos ne jaetaan aikaisessa vaiheessa (Abisheva ym., 2014).</p>
X	<p>Mahdollisuudet: Tiedon nopea jakaminen ajankohtaisten terveysaiheiden levittäminen (Kwak ym., 2010).</p> <p>Haasteet: Väärän terveysinformaation leviäminen altistaa huijauksille ja harhaanjohtaville väitteille, algoritmit suosivat suosion perusteella viihteellistä sisältöä (Xiao ym., 2018).</p>	<p>Noin 28 % jaetuista terveysvideoista saa merkittävästi lisää näkyvyyttä, erityisesti vaikuttajien kautta. Päivittäinen käyttöaika alustoista alhaisin, 88,92 minuuttia (Abisheva ym., 2014; Alhabash & Ma, 2017).</p>
TikTok	<p>Mahdollisuudet: Lyhyiden, luovien videoiden jakaminen terveysaiheista, nuorten tavoittaminen (Kennedy, 2020).</p> <p>Haasteet: Sisällön katoavuus, vaikeus arvioida tiedon luotettavuutta, nopeasti leviävät trendit (Hruska & Maresova, 2020).</p>	<p>Nuorten suosio on kasvanut viime vuosina, erityisesti ilmiöt ovat olleet suosittuja. Käyttö terveysviestinnässä lisääntyi COVID-19-pandemian aikana (Kennedy, 2020).</p>
Snapchat	<p>Mahdollisuudet: Henkilökohtainen ja spontaani viestintä, yksilöllisen terveysviestinnän mahdollisuus (Vaterlaus ym., 2016).</p> <p>Haasteet: Lyhytkestoinen sisältö, yksityisyyden ja tietoturvan varmistaminen (Piwek & Joinson, 2016).</p>	<p>18-29-vuotiaista 41 % käyttää aktiivisesti. Käyttöajaltaan toiseksi suosituin alusta (Vaterlaus ym., 2016).</p>

5 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tässä tutkimuksessa tarkasteltiin sosiaalisen median vaikutuksia terveysinformaation leviämiseen ja vastaanottamiseen. Keskeinen tutkimuskysymys oli: Miten eri sosiaalisen median alustat vaikuttavat terveysinformaation laatuun ja käyttäjien kykyyn arvioida sen luotettavuutta? Tutkimus keskittyi siihen, miten eri alustat, kuten Instagram, YouTube, X, Snapchat, Facebook ja TikTok, vaikuttavat terveysviestinnän tehokkuuteen ja luotettavuuteen.

Tutkimustulokset osoittavat, että sosiaalinen media toimii tehokkaana väylänä tavoittaa laajoja yleisöjä ja tarjoaa reaaliaikaisen vuorovaikutusmahdollisuuden terveysviestinnässä. Alustat kuten Instagram ja X tukevat nopeaa tiedon leviämistä ja yhteisöllisyyden rakentamista, mikä voi edistää käyttäjien terveyskäyttäytymistä (Chou ym., 2009). Vaikka tämä luo merkittäviä mahdollisuuksia, on tärkeää huomioida, että tiedon luotettavuus voi heikentyä, jos sisällön laatuun ei kiinnitetä huomiota.

Tutkimustulosten perusteella voidaan päätellä, että sosiaalisen median algoritmit vaikuttavat merkittävästi tiedon luotettavuuteen. Viihdyttävää sisältöä suosivat algoritmit voivat heikentää käyttäjien kykyä arvioida terveysinformaation luotettavuutta ja altistaa heidät virheelliselle tiedolle (Chou ym., 2009). Tämän vuoksi on tärkeää kehittää strategioita, jotka parantavat terveysinformaation laatua ja ehkäisevät viihteellisen, mutta mahdollisesti virheellisen tiedon leviämisen. Herää kysymys, miten terveysviestinnän toimijat voivat kehittää menetelmiä, jotka auttavat erottamaan luotettavan tiedon viihteellisestä sisällöstä. Tämä edellyttää paitsi algoritmien parantamista, myös käyttäjien kouluttamista arvioimaan tiedon luotettavuutta.

Kaksisuuntainen viestintä sosiaalisessa mediassa on erityisen hyödyllistä kriisitilanteissa, sillä se parantaa vuorovaikutusta terveydenhuollon ammattilaisten ja yleisön välillä (Hruska & Maresova, 2020). Vuorovaikutuksen lisääntyminen voi tehostaa tiedon jakamista, mutta strategioiden on varmistettava, että jaettava tieto on tarkkaa ja luotettavaa. Se on erityisen tärkeää kriisitilanteissa, joissa tarvitaan nopeaa ja luotettavaa tiedonvälitystä.

Jatkotutkimuksen tulisi kehittää strategioita, joilla estetään virheellisen terveysinformaation leviäminen sosiaalisessa mediassa. Keskeinen tutkimuskohde

olisi kehittää algoritmeja ja suodattimia, jotka suosivat asiantuntevaa ja tarkkaa sisältöä. Olisi hyödyllistä tutkia, miten eri ikä- ja sukupuoliryhmät suhtautuvat terveysinformaatioon ja arvioivat sen luotettavuutta. Tämä voisi auttaa kehittämään kohdennetumpia ja tehokkaampia terveysviestinnän strategioita.

Vaikka tutkimus toi esiin merkittäviä havaintoja sosiaalisen median käytöstä terveysviestinnässä, on tärkeää huomioida sen rajoitteet. Aineiston analyysi perustui aiempaan kirjallisuuteen, joten empiiristä dataa ei kerätty. Päätelmien rajallinen yleistettävyys korostaa tarvetta laajemmille tutkimuksille. On tutkittava, miten sosiaalinen media vaikuttaa terveysinformaation leviämiseen ja luotettavuuteen eri väestöryhmissä. Tutkimuksessa ei käsitelty riittävästi TikTokin ja Snapchatin roolia, vaikka näiden alustojen terveysviestinnälliset haasteet voivat olla merkittäviä. Syynä on, että alustat ovat uudempia ja tutkimus on keskittynyt perinteisempiin sosiaalisen median kanaviin. Uudemmat alustat tavoittavat erityisesti nuoria, jotka ovat alttiita virheelliselle tiedolle. Vähäinen tutkimus nuorista korostaa lisätutkimuksen tarvetta näiden alustojen haasteista.

Sosiaalisen median alustat tarjoavat merkittäviä mahdollisuuksia terveysviestinnän tehostamisessa, mutta eettinen ja luotettava käyttö vaatii syvällistä ymmärrystä niiden toiminnasta. Ammattilaisten tulisi kehittää strategioita terveysinformaation laadun ja luotettavuuden varmistamiseksi entistä tehokkaammin. Tämä on välttämätöntä, jotta sosiaalinen media voi tehokkaasti ja turvallisesti edistää terveyttä sekä estää väärän tiedon leviämisen.

LÄHTEET

- Abisheva, A., Garimella, V. R. K., Garcia, D., & Weber, I. (2014). Who Watches (and Shares) What on YouTube? And When? Using Twitter to Understand YouTube Viewership. *WSDM'14, February 24–28, 2014, New York, New York, USA*.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students. *Social Media + Society*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Almela-Baeza, J., Guercetti, J., & Febrero, B. (2023). The Importance of Engagement in the Dissemination of Audio-Visual Content by Spanish Health Influencers on Instagram. *Social Sciences*, 12(4), 220. <https://doi.org/10.3390/socsci12040220>
- Anker, A. E., Reinhart, A. M., & Feeley, T. H. (2011). Health information seeking: A review of measures and methods. *Patient Education and Counseling*, 82(3), 346-354. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2010.12.008>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chou, Wen-Ying & Hunt, Yvonne & Beckjord, Ellen & Moser, Richard & Hesse, Bradford. (2009). Social Media Use in the United States: Implications for Health Communication. *Journal of medical Internet research*. 11. e48. <https://www.jmir.org/2009/4/e48>
- Deng, Z., & Liu, S. (2017). Understanding consumer health information-seeking behavior from the perspective of the risk perception attitude framework and social support in mobile social media websites. *International Journal of Medical Informatics*, 105, 98-109.
- Doğruer, N., Meneviş, İ., & Eyyam, R. (2011). What is the motivation for using Facebook? *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 2642-2646. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.162>
- Feroe, A. G., Only, A. J., Murray, J. C., Malin, L. R., Mikhael, N., Selley, R. S., Fader, R. R., & Hassan, M. M. (2024). The role of social media in orthopedic surgery education and practice: Emphasizing the growth in Instagram usage for program visibility and recruitment during the COVID-19 pandemic. *Journal of Bone and Joint Surgery, American Volume*.
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States – Behavior on social media. **Societies**, *10*(27). <https://doi.org/10.3390/soc10010027>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Kennedy, M. (2020). 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1069-1076.
<https://doi.org/10.1177/1367549420945341>
- Klassen, K. M., Borleis, E. S., Brennan, L., Reid, M., McCaffrey, T. A., & Lim, M. S. C. (2018). What people "like": Analysis of social media strategies used by food industry brands, lifestyle brands, and health promotion organizations on Facebook and Instagram. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e10227. <https://doi.org/10.2196/10227>
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a Social Network or a News Media? *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web*, 591-600.
- Pagoto, S., Schneider, K. L., Evans, M., Waring, M. E., Appelhans, B., Busch, A. M., Whited, M. C., Thind, H., & Ziedonis, M. (2014). Tweeting it off: characteristics of adults who tweet about a weight loss attempt. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 21(6), 1032-1037.
<https://doi.org/10.1136/amiajnl-2014-002652>
- Paul, M. J., & Dredze, M. (2011). You Are What You Tweet: Analyzing Twitter for Public Health. *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*.
- Picazo-Sánchez, L., Domínguez-Martín, R., & García-Marín, D. (2022). Health Promotion on Instagram: Descriptive-Correlational Study and Predictive Factors of Influencers' Content. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15817).
<https://doi.org/10.3390/ijerph192315817>
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. *BMC Public Health*, 19(1054).
<https://doi.org/10.1186/s12889-019-7387-8>
- Piwek, L., & Joinson, A. (2016). "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service. *Computers in Human Behavior*, 54, 358-367. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.026>
- Van de Belt, T. H., Engelen, L. J., Berben, S. A., Teerenstra, S., Samsom, M., & Schoonhoven, L. (2013). Internet and social media for health-related information and communication in health care: preferences of the Dutch general population. *Journal of Medical Internet Research*, 15(10), e220.
<https://doi.org/10.2196/jmir.2607>
- Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). "Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594-601.

- Wattenhofer, M., Wattenhofer, R., & Zhu, Z. (2012). The YouTube Social Network. Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.
- Xiao, M., Wang, R., & Chan-Olmsted, S. (2018). Factors affecting YouTube influencer marketing credibility: A heuristic-systematic model. *Journal of Media Business Studies*, 15(3), 188-213.
<https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1501146>
- Ye, S., Hartmann, R. W., Söderström, M., Amin, M. A., Skillinghaug, B., Schembri, L. S., & Odell, L. R. (2020). Turning Information Dissipation into Dissemination: Instagram as a Communication Enhancing Tool during the COVID-19 Pandemic and Beyond. *Journal of Chemical Education*, 97(9), 3217–3222. <https://doi.org/10.1021/acs.jchemed.0c00724>
- Yang, Chen. (2021). Research in the Instagram Context: Approaches and Methods. *The Journal of Social Sciences Research*. 7. 15-21.
<https://doi.org/10.32861/jssr.71.15.21>