

**LUKIOLAISTEN LIIKUNTA- JA URHEILUSISÄLTÖJEN KÄYTTÖ  
SOSIAALISESSA MEDIASSA**

Lauri Suomela

Liikuntapedagogiikan pro gradu -tutkielma  
Liikuntatieteellinen tiedekunta  
Jyväskylän yliopisto  
Syksy 2022

## TIIVISTELMÄ

Suomela, Lauri. 2022. Lukiolaisten liikunta- ja urheilusisältöjen käyttö sosiaalisessa mediassa. Liikuntatieteellinen tiedekunta, Jyväskylän yliopisto, Liikuntapedagogiikan pro gradu –tutkielma. 55 s, 1 liite.

Tämän tutkielman tarkoitus oli selvittää suomalaisten lukiolaisten liikunta- tai urheilusisältöjen käyttöä sosiaalisessa mediassa ja sitä, miten he kokevat sisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttäytymiseensä. Aineisto kerättiin joulukuun 2019 ja tammikuun 2020 välisenä aikana. Tutkielman aineisto kerättiin elektronisella kyselylomakkeella. Tutkimukseen osallistui 325 lukiolaista yhdestä länsisuomalaisesta lukiosta. Tutkielman aineisto analysoitiin ristiintaulukointia sekä khiin neliötestiä ( $\chi^2$ ) käyttämällä.

Noin kaksi kolmasosaa lukiolaisista (70%) ilmoitti hakevansa sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä. Suosituimpina hakuina olivat treeni-, laji- ja urheiluvideot. Tytöt ja pojat erosivat osittain hakujen ja sosiaalisen median alustojen käytön suhteen. Pojat käyttivät useammin YouTubea ja hakivat urheiluvideoita, artikkeleita ja uutisia tyttöjä useammin, kun taas tytöt käyttivät useammin Instagramia ja hakivat treenivideoita poikia useammin. Lukiolaiset, jotka ilmoittivat olevansa fyysisesti aktiivisimpia, ilmoittivat myös hakevansa liikunta- tai urheilusisältöjä useammin kuin vähemmän liikkuvat.

Yli puolet lukiolaisista (58%) arvioi, että sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat heidän liikuntakäyttäytymiseensä. Heistä melkein kaikki kokivat vaikutuksen olevan liikunnan määrää lisäävä ja yli puolet koki vaikutuksen olevan ennemminkin liikuntaan kannustava kuin painostava. Kuitenkin tytöt kokivat sosiaalisen median sisällöt painostavina poikia useammin. Lukiolaiset, jotka ilmoittivat liikkuvansa useammin fyysisesti rasittavasti, kokivat useammin sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttäytymiseensä sekä vaikutuksen olevan useammin kannustava kuin painostava. Suurin osa lukiolaisista (92%) koki, että sosiaalista mediaa voi hyödyntää liikuntakäyttäytymisen edistämässä.

Lukiolaisista yli puolet (60%) arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa yli neljä tuntia päivittäin. Sosiaalisen median toistuvaa ja ongelmallista käyttöä voidaan pitää haitallisena, sillä se altistaa negatiivisille terveys vaikutuksille (Paakkari ym. 2021). Kuitenkin on tärkeä huomata, että nuoret pyrkivät käyttämään sosiaalista mediaa myös hyvinvointinsa edistämiseen, esimerkiksi liikunta- tai urheilusisältöjä etsien. Ei siis voi yksiselitteisesti ajatella, että sosiaalisen median vaikutukset olisivat pelkästään haitallisia liikkumisen näkökulmasta. Jatkossa tulee tutkia lisää sitä, miten sosiaalista mediaa voisi hyödyntää liikuntakäyttäytymisen edistämässä.

Asiasanat: sosiaalinen media, fyysinen aktiivisuus, liikuntakäyttäytyminen, liikunta- tai urheilusisällöt

## ABSTRACT

Lauri, Suomela. 2022. High School Students Use of Social Medias Sport and Exercise Content. Department of Sports Sciences, University of Jyväskylä, Master's thesis, 55 pp, 1 appendix.

The purpose of this study was to examine the use of social medias sport- and exercise content among Finnish high school students and how they experience it affecting their sport- and exercise behavior. The data was collected between December 2020 and January 2021 using an online questionnaire. 325 high school students from one high school in western Finland took part in the study. The data was analyzed by crosstabulation and Chi-squared ( $\chi^2$ ) -test.

Little over two thirds of all the high schoolers (70%) in the study use social media to search sport or exercise content. The most common sport and exercise related searches were training videos, specific sport videos and sport videos. There were differences between boys and girls in the content they searched and what was the most used social media platform. Boys used more YouTube and searched more sport videos, articles and news compared to girls whereas girls used more Instagram and searched more training videos compared to boys. High schoolers who reported to be more physically active reported to search sport and exercise related content more often than peers who reported to be less physically active.

Over half of the high schoolers (58%) in the study viewed that social media's sport and exercise content affects their sport and exercise behavior. Almost all of these high schoolers thought that the sport and exercise content in social medias rather increased than decreased their physical activity and over half of them viewed the effect to be more encouraging than discouraging. More girls than boys experienced the effect to be discouraging. High schooler students who reported more vigorous physical activity were more likely to view that sport and exercise content affects their sport and exercise behavior and that the effect is more often encouraging than discouraging. Most of the high schoolers (92%) viewed that social media could be used to promote their sport and exercise behavior.

Over half of the high schooler students (60%) estimated their use of social media to be over 4 hours daily. Prolonged and problematic social media use could be deemed harmful because it is associated with negative health outcomes (Paakkari et al. 2021) However it is good to notice that adolescents are motivated to use social media to enhance their wellbeing by seeking out sport and exercise content from social media. Therefore, one might not one-sidedly say that the effect of social media is only harmful in the context of sport and exercise. Future research should focus more on how social medias sport and exercise content could be utilized as a tool to enhance sport and exercise behavior.

Key words: social media, physical activity, exercise behavior, sports content

## Sisällys

TIIVISTELMÄ.....	2
ABSTRACT .....	3
1 JOHDANTO.....	1
2 SOSIAALINEN MEDIA.....	4
2.1 Sosiaalisen median määritelmä ja käsitteistö .....	4
2.2 Sosiaalisen median käyttö .....	5
2.3 Miksi sosiaalista mediaa käytetään ja mikä siinä koukuttaa?.....	9
3 SOSIAALINEN MEDIA, LIIKUNTA JA TERVEYS .....	11
3.1 Nuorten terveys- ja liikuntasidonnainen sosiaalisen median käyttö.....	11
3.2 Sosiaalisen median käyttö liikunnan ja terveyden edistämisessä.....	13
3.3 Syrjäyttääkö ruutumedian ja sosiaalisen median käyttö fyysistä aktiivisuutta vapaa-ajalla?.....	18
4 TUTKIMUSKYSYMYKSET .....	21
5 TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT.....	22
5.1 Tutkimuksen kohderyhmä .....	22
5.2 Tutkimusaineiston keruu .....	22
5.3 Kyselylomake ja aineiston luokittelu .....	23
5.4 Aineiston analyysimenetelmät.....	25
5.5 Tutkielman luotettavuus ja tutkielman eettisyys .....	25
6 TULOKSET .....	28
6.1 Lukiolaisten sosiaalisen median käyttö .....	28
6.1.1 Tyttöjen ja poikien sosiaalisen median käyttö.....	28

6.1.2	Sosiaalisen median käytön yhteys fyysiseen aktiivisuuteen ja omaehtoiseen liikkumiseen .....	29
6.2	Liikunta- ja urheilusisältöjen hakeminen sosiaalisessa mediassa.....	31
6.2.1	Liikunta- tai urheilusisältöjen hakeminen tytöillä ja pojilla.....	32
6.2.2	Onko fyysisellä aktiivisuudella tai liikunnan harrastamisella yhteyttä liikunta- tai urheilusisältöjen hakemiseen.....	34
6.2.3	Miksi lukiolaiset hakevat liikunta- tai urheilusisältöä sosiaalisesta mediasta	36
6.3	Miten sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat lukiolaisten koettuun liikuntakäyttäytymiseen? .....	37
6.3.1	Tyttöjen ja poikien kokemukset liikunta- tai urheilusisältöjen vaikutuksesta heidän liikuntakäyttäytymiseensä.....	38
6.3.2	Fyysisen aktiivisuuden ja liikunnan harrastamisen yhteys kokemukseen liikuntasisältöjen vaikutuksesta liikuntakäyttäytymiseen.....	39
7	POHDINTA.....	42
7.1	Tutkimuksen päätulokset.....	42
7.1.1	Liikunta- tai urheilusisältöjen hakeminen sosiaalisessa mediassa .....	43
7.1.2	Liikunta- tai urheilusisältöjen vaikutus lukiolaisten liikuntakäyttäytymiseen	44
7.2	Tutkielman vahvuudet ja heikkoudet .....	46
7.3	Johtopäätökset ja jatkotutkimuskohteet.....	47
8	LÄHTEET .....	49
	LIITTEET.....	1

# 1 JOHDANTO

Sosiaalisen median käytöstä puhuttaessa hämmästellään usein sitä, kuinka paljon ihmiset ja varsinkin nuoret sosiaalista mediaa käyttävät. Sosiaalisen median käyttö tuntuu yhteiskunnallisessa keskustelussa usein liittyvän sen runsaaseen käyttöön. ”Miten saisin sosiaalisen median käyttöä rajattua?” on kysymys, jota suurin osa ihmisistä itseni mukaan lukien on miettinyt. Tästä jossakin määrin negatiivisesta kuvasta huolimatta sosiaalinen media on ja tulee todennäköisesti olemaan läsnä elämässämme. Tulevana hyvinvoinnin ja terveyden ammattilaisena halusin saada tietoa nuorten sosiaalisen median käytöstä ja siitä, miten sitä voisi mahdollisesti käyttää hyvinvoinnin ja liikunnan edistämisen apuvälineenä. Tutkielmassani pyrin kartoittamaan, kokevatko nuoret saavansa sosiaalisen median käytöstä hyötyä liikunnanharrastamiseen, ja miten sitä voisi hyödyntää jatkossa nuorten fyysisen aktiivisuuden edistämisessä.

Internetiä käyttää useita kertoja päivässä 75 prosenttia väestöstä, ja 16–24-vuotiaista 98 prosenttia kertoi käyttävänsä internetiä useita kertoja päivässä (Tilastokeskus 2018). Nuoret (13–29-vuotiaat) viettävät viikoittain 31–40 tuntia internetissä, josta 15–20 tuntia sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisessa mediassa vietetty aika on näin noin puolet internetissä vietetystä ajasta. (Ebrand Group Oy 2019). Kaikkiaan lasten ja nuorten ruudun edessä viettämä aika oli kasvanut vuosien 2016–2018 aikana kaikissa ikäluokissa ja vain reilu kolmannes 7–15-vuotiaista nuorista liikkuu liikuntasuosituksen mukaisesti. Ruutuaikasuosituksen, yli 2 tuntia päivässä 5–7 päivänä viikossa ylitti LIITU-tutkimuksen mukaan 55 prosenttia nuorista (9–15-v.) ja määrä lisääntyy 15 vuoden ikään saakka, jolloin 75 prosenttia ylitti ruutuaikasuosituksen 5–7 päivänä viikossa. (Kokko ym. 2018.) Huotarinen ym. (2019) tutkimuksessa sosiaalinen media oli 9. luokan tyttöjen yleisin ja pojilla kolmanneksi yleisin ruutuajan käyttämisen muoto.

Sosiaalisen median vaikutusta liikuntakäyttäytymiseen on enimmäkseen tutkittu liikuntainterventiossa, joihin on lisätty erilaisia sosiaalisen median elementtejä. Interventiotutkimuksissa on huomattu muun muassa sosiaalisen median tukiryhmien olevan yhteydessä korkeampaan askelmäärään kävelyinterventioissa (Rote ym. 2015; Foster ym. 2010). Sosiaalisen median vertaisryhmiä käyttämällä tutkimukseen osallistuneet saatiin myös

harjoittelemaan viikoittain useammin kuin verrokkit (Zhang ym. 2015) sekä sitoutumaan paremmin kuntoiluohjelman suorittamiseen (Al-Eisa ym. 2016).

Tutkimusten mukaan vaikuttaisi myös siltä, että nuoret, jotka jakavat sosiaalisessa mediassa liikuntapäivityksiä ovat useimmiten muutenkin liikunnallisempia (Wallin ym. 2014; Balfany, Betzel & Wilson 2018; Pinkerton ym. 2016). Liikuntapäivitysten jakamisen syyt olivat suurimmaksi osaksi sosiaaliset tekijät kuten hyväksynnän hakeminen (Wallin ym. 2018) ja halu tulla nähdyksi (Pinkerton ym. 2016). Näiden lisäksi muiden mukaan houkuttelevuus ja muiden innostaminen liikuntaan oli päivitysten jakamisen taustalla (Pinkerton 2016; Wallin 2014).

Nykytutkimukset ovat kuitenkin entistä enemmän keskittyneet havainnoimaan sitä, vaikuttaako ruutumedian tai sosiaalisen median käyttö todella liikunnan määrään ja fyysiseen aktiivisuuteen. Fyysisesti aktiivisten nuorten toistuvan sosiaalisen median käytön on huomattu olevan yhteydessä suurempaan päivittäisen rasittavan liikunnan määrään (Shimoga, Erlyana, Rebello 2019). Braümullerin ja Hartman-Tewsin tutkimuksessa taas huomattiin, että verkkotoimintojen käyttö yleisesti oli yhteydessä vähäisempään urheiluaktiivisuuteen, mutta jos sosiaalista mediaa käytettiin urheiluun liittyvillä tavoilla, sillä oli myönteinen vaikutus urheilun parissa käytettyyn aikaan. (Braumüller & Hartman-Tews 2017; Braumüller 2020 mukaan). Tulokset siitä syrjäyttäväkö erinäinen ruutumedian käyttö lasten ja nuorten liikunnan määrää vapaa-ajalla eivät ole yhdenmukaisia (Lees 2020, Schmidt 2020; Spengler, Mess & Woll 2015). Sosiaalisen median urheilusisältöjen näkemisen on todettu kannustavan urheiluun osallistumiseen ja uusien urheilulajien kokeilemista (Braumüller 2020).

Nuoret käyttävät sosiaalista mediaa jatkuvasti enemmän etsiessään terveyteen liittyvää tietoa. Nuoret etsivät tietoa muun muassa fyysisestä aktiivisuudesta, dieeteistä ja kehonkuvasta. Tästä huolimatta on olemassa hyvin vähän tieteellistä näyttöä niistä terveyden ja liikunnan sisällöistä, joita nuoret käyttävät tai mitä terveyteen liittyviä materiaaleja nuoret luovat ja jakavat. Tiedon puutteen takia monien aikuisten on vaikea suojella nuoria sosiaalisen median negatiivisilta vaikutuksilta. Tämän lisäksi aikuisilla ei ole tietoa, miten sosiaalisen median käyttöä voisi

hyödyntää nuorten terveyden edistämisen kannalta. (Goodyear, Armour, Wood 2019; Goodyear, Armour, Wood 2018; Kirk 2019, 97).



## 2 SOSIAALINEN MEDIA

### 2.1 Sosiaalisen median määritelmä ja käsitteistö

Sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan lähinnä verkkoyhteisöjä, jotka perustuvat käyttäjien väliseen sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen sekä vuorovaikutukseen tai verkostoitumiseen (Sanastokeskus 2010). Sosiaalisen median käyttäjien toiminta koostuu paljolti videoiden, kuvien ja kirjoitusten tuottamisen ja jakamisen ympärille. Sosiaalisiksi mediaksi voidaan myös nykyään nähdä kaikki nettipalvelut, jotka mielletään jollain tapaa ”sosiaalisiksi” (Pönkä 2014, 11–12.) Sanastokeskus määrittelee sosiaalisen median taas tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävänä viestinnän muotona, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti käyttäjien jakamaa ja tuottamaa sisältöä ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita (Sanastokeskus 2010).

Sosiaalisesta mediasta puhuttaessa tarkoitetaan usein Facebookin, Twitterin, YouTuben ja Wikipedian kaltaisia verkkopalveluita. Nämä palvelut ovat yleensä web-pohjaisia verkkopalveluita tai mobiililaitteiden sovelluksia, joissa sosiaalisen median toiminnot ovat hallitsevia. (Pönkä 2014, 36)

Sosiaalinen media koostuu erilaisista palveluista, alustoista ja sovelluksista, joilla on erilaisia käyttötarkoituksia. Kaikki palvelut, alustat ja sovellukset noudattavat kuitenkin sosiaalisen median määritelmiä, jotka pohjautuvat sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen sekä vuorovaikutukseen ja verkostoitumiseen. Taulukossa 1 on kuvattu erityyppisiä sosiaalisen median palveluita, palveluiden suosituimpia kansainvälisiä alustoja sekä niiden suomalaisia vastineita. (Pönkä 2014, 80–164.)

TAULUKKO 1. Sosiaalisen median palveluita ja sovelluksia (Pönkä 2014, 80–164.)

Yhteisöpalvelut	Facebook, Twitter, Google+. Linked, Myspace, HeiaHeia
Videopalvelut	YouTube, Vimeo, Twitch
Kuvanjakopalvelut	Instagram, Flickr, IRC-galleria
Blogit	Wordpress, Blogger, Tumblr
Pikaviest- ja keskustelusovellukset	Whatsapp messenger, Skype, Kik messenger, Snapchat, Google Hangouts, Facebook messenger
Keskustelufoorumit	Suomi24, Vauva.fi, Ask.fm, Quora
Sosiaaliset kirjainmerkit	Pinterest, Diigo, Delicious

Sosiaalisen median palveluita, sovelluksia ja alustoja on taulukossa 1 kuvattujen lisäksi lukematon määrä. Taulukossa on kuitenkin mainittu yleisimmät ja käyttäjämääriltään suurimmat sosiaalisen median palvelut Suomessa, ja siitä löytyvät myös pääsääntöisesti ne palvelut ja sovellukset, joita tämän pro gradu-tutkielmani eri lähdetutkimuksissa on käytetty tai hyödynnetty. Tutkimuksissa sosiaalisen median palveluista eniten esiintyvät Facebook, HeiaHeia, YouTube, Instagram, Twitter ja Snapchat. Kyseiset palvelut ovat myös suosituimpia sosiaalisen median palveluita Suomessa ja Amerikassa nuorten keskuudessa. (Anderson & Jiang 2018; Ebrand Group Oy, 2019).

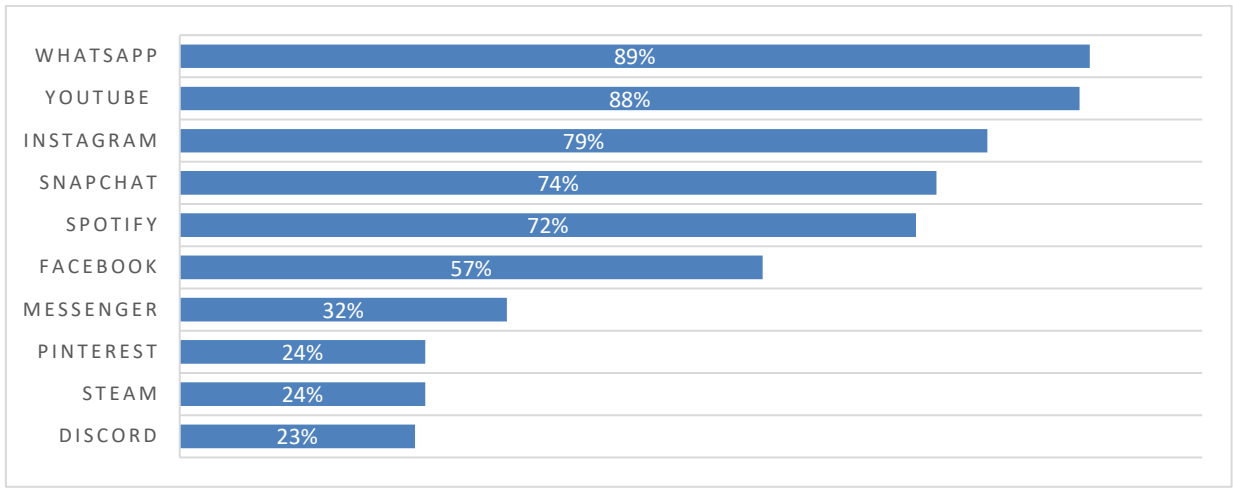
## 2.2 Sosiaalisen median käyttö

Tilastokeskuksen mukaan suurimalla osalla suomalaisista on internettiin kattava ja helppo pääsy. Alle 55-vuotiaiden ikäryhmissä kaikki käyttävät internetiä. Internetin käyttö laskee ihmisten ikääntyessä ja 75–89-vuotiaista vain 40 prosenttia käyttää internetiä. Kaiken

kaikkiaan 89 prosenttia suomalaisista käyttää internetiä ja 76 prosenttia käyttää internetiä yleensä useita kertoja päivässä. Yhteisöpalveluita, kuten Facebookia, taas käyttää 61 prosenttia kaikista ikäluokista ja eniten niitä käyttävät 16–24-vuotiaat, joista 93 prosenttia on seurannut yhteisöpalveluita viimeisen 3 kk aikana. (Tilastokeskus 2018.)

Huotari ym. (2019) tutkivat 7–9-luokkalaisten nuorten passiivisesti vietettyä ruutuaikaa ja sen sisällöllisiä muutoksia sekä yhteyksiä fyysiseen aktiivisuuteen. Tuloksista paljastui nuorten ruutuajan olevan noin 5 tuntia koulupäivinä ja noin 7 tuntia viikonloppuisin. Kokonaisruutuajan määrässä ei tapahtunut muutosta 7. luokalta 9. luokalle siirryttäessä. Sosiaalisessa mediassa vietetty ruutuaika oli kuitenkin korkeampi 9. luokalla kuin 7. luokalla. Sosiaalisen median käyttö muodosti päivittäisestä ruutuajasta suurimman osan tytöillä 9. luokalla, kun taas pojilla sosiaalisen median käytön edellä olivat tv:n, videoiden ja elokuvien katselu sekä tietokone- ja konsolipelit. (Huotari ym. 2019.)

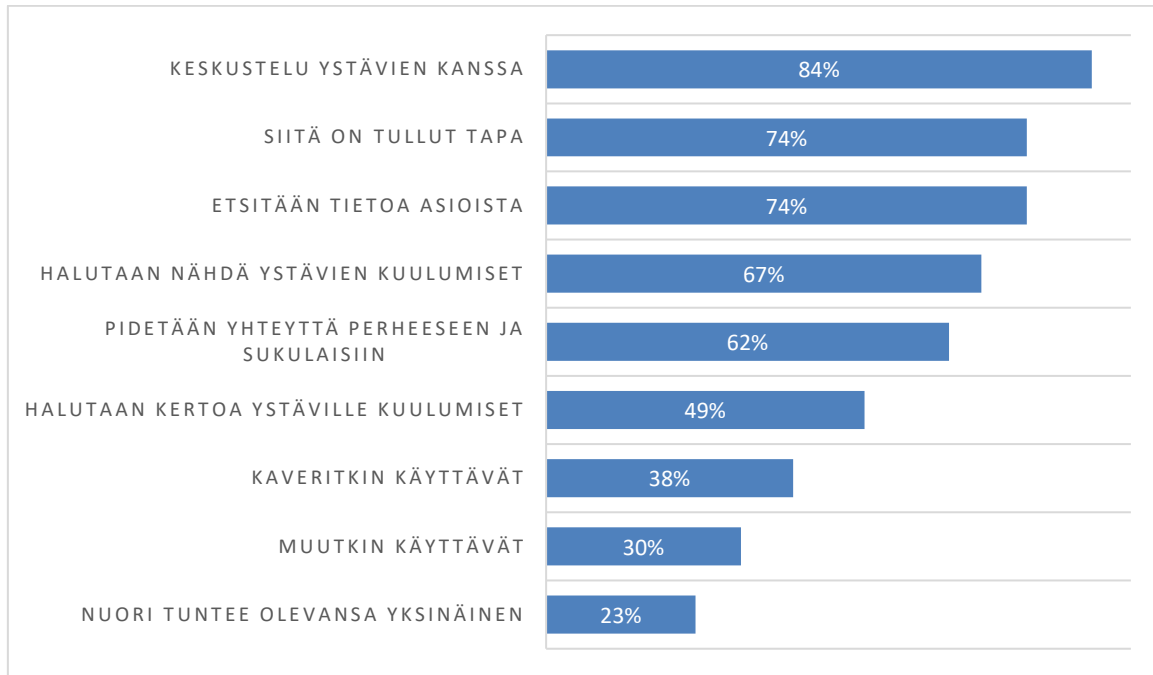
Ebrand Group Oy:n (2019) tutkimuksessa haluttiin selvittää 13–29-vuotiaiden suomalaisten nuorten sosiaalisen median käyttöä. Kyselyn paljasti, että 19-vuotias suomalaisnuori käyttää internetiä keskimäärin 31–30 tuntia viikossa, joista sosiaalisen median palveluita 15–20 tuntia viikossa. Älypuhelimella sosiaalista mediaa käyttää 97 prosenttia nuorista. Suurin osa sosiaalisen median käytöstä sijoittuu klo 18–21 väliseen aikaan. Suosituimpia sosiaalisen median palveluita olivat Whatsapp (89 %), YouTube (88 %) ja Instagram (79 %) (kuvio 1). (Ebrand Group Oy, 2019.) Tulokset ovat samankaltaisia kuin Yhdysvalloissa tehdyssä tutkimuksessa, jossa suosituimpia sosiaalisen median alustoja olivat YouTube (85 %), Instagram (72 %), Snapchat (69 %) ja Facebook (51 %) (Andersson & Jiang 2018).



KUVIO 1. Suosituimmat sosiaalisen median palvelut nuorten keskuudessa (Ebrand Group Oy, 2019)

Suosituimmat sosiaalisen median palvelut nuorten keskuudessa näyttävät koostuvan pikaviestijä keskustelusovelluksista (Whatsapp, Snapchat, Messenger), video- ja kuvapalveluista (YouTube ja Instagram) sekä musiikkipalveluista (Spotify). Näiden lisäksi nuoret näyttävät käyttävän sosiaalisia kirjainmerkkejä (Pinterest) sekä videopeleille suunnattuja palveluita (Steam ja Discord). (Pönkä 2014, 212–219.)

Ebrand Group Oy:n (2019) tutkimus otti myös selvää, miten ja miksi nuoret yleensä käyttävät sosiaalisen median palveluissa. Viisi suosituinta käyttötapaa olivat: luetaan tai katsotaan sisältöjä (92 %), kuunnellaan musiikkia (78 %), tykätään muiden tuottamasta sisällöstä (76 %), luetaan mitä tutut tekevät (63 %) ja käydään reaaliaikaista keskustelua (55 %). Nuorten suosituimmat syyt käyttää sosiaalista mediaa olivat puolestaan seuraavat: ystävien kanssa keskustelu, siitä on tullut tapa, etsitään tietoa ja halutaan nähdä ystävien kuulumiset... (kuvio 2.) (Ebrand Group Oy 2019.)



KUVIO 2. Miksi nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita (Ebrand Group Oy 2019)

Lahden ja Pietilän (2020) pro gradu -tutkielmassa tutkittiin lukiolaisten (n=101) sosiaalisen median käyttöä ja sen yhteyttä fyysiseen aktiivisuuteen. Instagramin, Snapchatin ja Youtuben olivat kolme käytetyintä sosiaalisen median palvelua lukiolaisilla. Keskimääräinen älypuhelimien käyttö nuorilla oli 4 tuntia 40 minuuttia. Sukupuolten välillä ei havaittu merkitseviä eroja. Lähes kaikki lukiolaisista (80,9 %) kokivat älypuhelimien tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi ja yli puolet kokivat älypuhelimesta luopumisen vaikeaksi tai erittäin vaikeaksi. (Lahti & Pietilä 2020.)

Paakkarin ym. (2021) tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, miten yleistä murrosikäisten ongelmallinen sosiaalisen median käyttö on ja, mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Tuloksista ilmeni, että 9,4 prosenttia nuorista 11–15-vuotiaista käytti sosiaalista mediaa ongelmallisesti ja 33,5 prosenttia kuului kohtalaisen ongelmakäytön ryhmään. Sosiaalisen median ongelmakäyttö oli yleisempää vanhemmilla murrosikäisillä, keskinkertaisesti tai huonosti koulussa menestyvillä, huonot terveystaamisaikataidot omaavilla sekä heillä, joilla vanhempien valvonta oli vähäisempää. Kohtalaisen ongelmakäytön ryhmään kuulumisen oli taas yleisempää tytöillä, huonot terveystaamisaikataidot omaavilla sekä heillä, joilla vanhempien valvonta oli vähäisempää. Ongelmakäytön ryhmään kuuluvat ilmoittivat suuremmalla todennäköisyydellä

kärsivänsä: ärsyyntyneisyydestä, hermostuneisuudesta, alakuloisuudesta. Tämän lisäksi he ilmoittivat myös useammin: niska- ja hartiakivuista, päänsärystä, aamuväsyneisyydestä, lyhyestä unesta, ja yksinäisyydestä. Kohtalaisen ongelmakäytön riskiryhmään kuuluvat ilmoittivat myös kontrolliryhmää useammin kokevansa yksinäisyyttä. (Paakkari ym. 2021.)

### **2.3 Miksi sosiaalista mediaa käytetään ja mikä siinä koukuttaa?**

Whiting ja Williamsin (2013) pyrkivät haastattelututkimuksessaan ottamaan selvää miksi ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa. Tutkimus pyrki ymmärtämään sosiaalisen median käyttöä mielihyväteoriaa hyödyntämällä. Mielihyväteoria tarkoitetaan sitä, että sosiaalisen median käyttäjä saa sosiaalista mediaa käyttämällä erilaisia mielihyvän lähteitä. Tutkimus paljasti kymmenen mielihyvän lähdettä sosiaalisesta mediasta. Näihin kymmeneen kuului: sosiaalinen kanssakäyminen, tiedon etsintä, ajan kuluttaminen, viihde, rentoutus, viestinnällinen apuväline, käytännöllisyyden apuväline, mielipiteen ilmaiseminen, tiedon jakaminen sekä muiden seuranta. (Whiting & Williams 2013.) Kim, Kim ja Choi (2016) ottivat taas tutkimuksessaan mielihyväteorian avulla selvää siitä, miksi nuoret käyttävät sosiaalista mediaa urheilussa. He löysivät tutkimuksestaan neljä motivaation lähdettä, jotka olivat: viihde, tiedon etsintä, sosiaalinen kanssakäyminen ja muiden seuranta. (Kim ym. 2016.)

Griffiths (2018) tutki kirjallisuuskatsauksessaan, miten sosiaalinen media alustat koukuttavat nuoria käyttämään sosiaalista mediaa. Syihin kuului muun muassa: ”arvaamattomat palkinnot”, ”sosiaalinen vahvistus ja validointi”, ”kännykän äänet ja värinät”, ”poisjäämisen pelko”, ”sosiaaliset suhteet”, ”vastavuoroinen tykkääminen” ja ”sosiaalinen kilpailu”. Kännykän värinä ja äänet sekä arvaamattomat palkinnot addiktoivat nuoria katsomaan kännykkäänsä useita kertoja päivän aikana hyvän olon (palkinnon) toivossa. Nuorilla niin kuin muillakin ihmisillä on sosiaalinen tarve olla yhteyksissä toisiin ihmisiin. Tätä stimuloi vielä sosiaalisen median tykkäystoiminto, jonka avulla voimme tulla sosiaalisesti hyväksytyksi. Nuoret luovat myös suhteita toisiinsa tykkäyksien avulla antamalla ja vastaanottamalla, niitä sosiaalisessa mediassa toisilleen vastavuoroisesti. Tykkäysten määrä koukuttaa nuoria myös käyttämään sosiaalisen median palveluita useammin, joko oman tykkäysennätyksen tai muiden käyttäjien päihittämiseksi. (Griffiths 2018.)

Blackwell ym. (2017) tutki sosiaalisen median addiktion eli someriippuvuuden syitä. Tutkimuksessa selvisi, että nuorempi ikä, neuroottisuus ja poisjäämisen pelko ennustivat suurempaa sosiaalisen median käyttöä. Näistä kuitenkin vai poisjäämisen pelko oli ainoa addiktiota ennustava tekijä tutkimuksessa (Blackwell ym. 2017). Tämä tukee myös Griffiths (2018) kirjallisuuskatsauksen tuloksia, joissa poisjäämisen pelko, eli pelko jäädä jostain tärkeästä paitsi, ennusti suurempaa sosiaalisen median käyttöä (Griffiths, 2018).

Longstreetin & Brooks (2017) tutkimuksessa kävi ilmi, että elämäntyytyväisyys on yhteydessä sosiaalisen median käyttöön ja sosiaalisen median addiktioihin. Elämäntyytyväisyyden ja onnellisuuden laskiessa ihmiset kääntyvät todennäköisemmin sosiaalisen median puoleen ja kehittävät siihen addiktion. Korkea onnellisuus taas ennusti parempaa elämäntyytyväisyyttä ja laski sosiaalisen median käyttöä ja riskiä addiktion kehittymiseen. (Longstreet & Brooks 2017.) Hawin ja Samahan (2017) tutkimuksessa kävi ilmi, että sosiaalisen median addiktoitunut käyttö on negatiivisesti yhteydessä itsetuntoon. Itsetunnolla ja elämäntyytyväisyydellä oli puolestaan positiivinen yhteys (Hawi & Samaha 2017). Tuloksista voi päätellä tyytymättömyyden elämään lisäävän sosiaalisen median käyttöä ja sosiaalisen median runsas käyttö voi taas lisätä elämään tyytymättömyyttä. Näin ollen sosiaalisen median käyttö voi johtaa oravanpyörään, joka vain lisää someriippuvuutta ja tyytymättömyyttä elämään.

Lenhart ym. (2015) tutkimusraportissaan käy ilmi, että sosiaalinen media toimii monelle nuorelle alustana kaverisuhteiden ylläpidossa sekä uusien kaverisuhteiden luomisessa. Tutkimuksen mukaan 57 prosenttia amerikkalaisista 13–17-vuotiaista on saanut uuden kaverin netistä. Noin kaksi kolmasosaa nuorista pitää yhteyttä ystäviinsä sosiaalisen median kautta, joista 23 prosenttia pitää yhteyttä ystäviinsä päivittäin. Nuorista 55 prosenttia ilmoitti viettävänsä sosiaalisessa mediassa aikaa läheisimpien ystäviensä kanssa. Suurin osa nuorista ilmoitti myös kokevansa, että sosiaalinen median avulla he pystyvät olemaan paremmin yhteydessä ystäviinsä sekä heidän tunteisiinsa. Seitsemän kymmenestä ilmoitti saaneensa tukea ystäviltaan vaikeina aikoina. (Lenhart ym. 2015.)

### 3 SOSIAALINEN MEDIA, LIIKUNTA JA TERVEYS

#### 3.1 Nuorten terveys- ja liikuntasidonnainen sosiaalisen median käyttö

Goodyearin ym. (2019) tutkimuksessa kävi ilmi, että 53 prosenttia nuorista käytti sosiaalista mediaa aktiivisesti etsiessään terveyteen liittyvää materiaalia. Nuorten tyypillisimmät hakukohteet olivat liikunta (60 %), dieetit/ravinto (55 %) ja kehonkuvaan liittyvä materiaali (8 %). Suurin osa nuorten sosiaalisesta mediasta haetusta materiaalista liittyi kehon muutokseen tai muokkaamiseen, johon pyrittiin liikunnan tai ravinnon avulla. Toisaalta monet nuoret myös sivuuttavat tai selaavat ohi terveyteen liittyvät materiaalit, joihin he sosiaalisessa mediassa törmäävät. Tulos viittaa siihen, että nuoret eivät huomioi kaikkea terveyteen liittyvää informaatiota sosiaalisessa mediassa. Kuitenkin tutkimuksessa kävi selvästi ilmi, että sosiaalisen median terveyteen liittyvillä materiaaleilla oli vaikutusta nuorten käyttäytymiseen. Nuorista 46 prosenttia kertoi, että sosiaalisessa mediassa nähdyt sisällöt olivat saaneet heidät muuttamaan omaa terveystyttäytymistään. Noin puolet nuorista (43 %) kertoi, että sosiaalisen median terveyst materiaali oli vaikuttanut heihin positiivisesti, kun taas pienempi osa (23 %) kertoi nähdyn terveyst materiaalin vaikuttaneen heihin negatiivisesti. (Goodyear ym. 2019; Goodyear ym. 2018.)

Kärkkäinen (2019) tutki opinnäytetyössään, miten lukiolaiset (n=101) käyttävät sosiaalisen median liikuntasisältöjä ja miten niiden käyttö vaikuttaa heidän liikuntakäyttäytymiseensä. Nuorista 77 prosenttia vastasi etsivänsä netistä tietoa liikunnasta ja/tai erilaisista liikuntalajeista. Sosiaalisesta mediasta eniten haettiin treenivideoita (74 %), liikunta-aiheisia kuvia (56 %) ja kuntosaliohjelmiä (56 %). Moni lukiolainen haki liikuntasisältöjä, vaikka ei itse kokenut olevansa aktiiviliikkuja. Suurin osa lukiolaisista (84 %) koki sosiaalisen median liikuntasisällöt liikuntaan kannustavina ja vain 8 prosenttia piti sisältöjä liikuntaan painostavina. Suurin osa nuorista (73 %) piti myös liikunnan ja liikunnallisten palveluiden siirtymistä sosiaaliseen mediaan positiivisena asiana. (Kärkkäinen 2019.)

Goodyearin ym. (2019) löysivät tutkimuksessaan viisi eri sosiaalisen median ilmiötä, jotka vaikuttavat nuorten terveyteen liittyvään ymmärrykseen ja käytökseen. Jokainen sosiaalisen



median ilmiö vaikuttaa terveysymmärrykseen ja käytökseen omilla tavoillaan. Ilmiöt olivat ”automaattisesti luodut sisällöt”, ”ehdotetut tai suositellut terveysisällöt”, ”vertaisten sisällöt”, ”tykkäykset” ja ”hyvämaineinen sisältö”. (Goodyear ym. 2019.)

Automaattisesti luodut sisällöt ovat käyttäjien sosiaalisen median käytön, kuten tykkäyksiä, kommenttien sekä heidän seuraajien ja seurattavien perusteella nuorten sosiaalisen median palvelun syötteeseen ilmestyviä sisältöjä. Automaattisesti luotuihin sisältöihin voi kuulua muun muassa yritysten, tuotteiden tai sovellusten mainoksia. Terveystuotteiden mainokset voivat muun muassa vääristää nuorten kuvaa terveydestä ja liikunnasta. (Goodyear ym. 2019.)

Ehdotetut materiaalit taas ovat nuorten sosiaalisen median hakujen perusteella heidän syötteisiinsä ja kotisivuille ilmestyviä materiaaleja. Esimerkiksi treenivideoiden haun jälkeen nuorten syötteisiin alkaa ilmestyä treenivideoita. Ehdotettujen sisältöjen kautta nuorten terveyteen ja liikuntaan liittyvä sisältö rajoittuu ja keskittyy vain tietynlaiseen materiaaliin. Pahimmassa tapauksessa sisältö voi tämän takia koostua pelkästään nuoren terveydelle haitallisista sisällöistä. (Goodyear ym. 2019.)

Vertaisten tuottamat ja jakamat sisällöt saattavat taas aiheuttaa nuorissa ryhmäpainetta muuttaa omaan terveyteen liittyvää käytöstä. Tämä johti Goodyear ym. (2019) tutkimuksessa siihen, että osa nuorista koki negatiivisia tunteita omaa kehoaan kohtaan. Osa nuorista koki kuitenkin vertaisten tuottaman sisällön lisänneen heidän halua muuttaa omaa terveyskäyttäytymistään paremmaksi. (Goodyear ym. 2019.)

Hyvämaineinen sisältö (paljon seuraajia) ja tykkäykset vaikuttavat puolestaan nuorten terveyskäsitteisiin siten, että nuoret pitävät tietoa tai käyttäjää uskottavampana sen mukaan kuinka paljon tykkäyksiä ja seuraajia käyttäjällä tai päivityksellä on. Tämä voi johtaa sellaisen tiedon omaksumiseen, joka ei pohjautu lainkaan asiantuntijatietoon tai voi olla jopa terveydelle haitallista (Goodyear ym. 2019).

O’Keeffe ja Clarke-Pearson (2011) tutkivat, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuoriin, murrosikäisiin ja perheisiin. Sosiaalisen median käytöstä löytyi niin hyötyjä kuin haittoja

nuorille. Sosiaalisen median avulla nuoret pystyvät solmimaan sosiaalisia kontakteja ja kommunikoimaan vertaistensa kanssa entistä helpommin. Sosiaalisen median avulla voi mahdollisesti myös parantaa oppimismahdollisuuksia sekä löytää terveyteen liittyvää informaatiota. Sosiaalinen media voi kuitenkin olla terveydelle haitallista muun muassa nettikiusaamisen vuoksi. Sosiaalisessa mediassa voi myös altistua seksuaaliselle materiaalille liian varhain. Tutkijoiden mukaan nuorten liiallinen sosiaalisen median käyttö voi myös altistaa masentuneisuudelle. (O’Keeffe & Clarke-Pearson 2011.)

Hausmanin ym. (2016) tutkimuksessa haluttiin selvittää, miten murrosikäiset ja nuoret aikuiset jakavat terveyteen liittyvää tietoa ja, mikä heidän näkemyksensä on terveyteen liittyvän tiedon etsinnästä sosiaalista mediaa käyttäen. Osallistujista (n=200) noin puolet oli jakanut sosiaalisessa mediassa jotain terveyteensä liittyvää materiaalia viimeisen 6kk aikana. Heidän päivituksen jakamisen syihin kuului: ”syy saada vertaistukea” (43,8 %), ”neuvojen etsiminen” (41 %), ”tuen etsiminen” (31,3 %), ”halu jakaa terveysongelmansa” (22,9 %), ”ajattelivat sen olevan hauskaa” (22,9 %) ja ”halu etsiä lisähoitoja” (13,3 %). Vastaaajista kuitenkin vain neljäsosa oli sitä mieltä, että sosiaalinen media voisi auttaa heitä omaksumaan tai löytämään hyödyllistä terveys informaatiota. (Hausman ym. 2016.)

### **3.2 Sosiaalisen median käyttö liikunnan ja terveyden edistämässä**

Suomalaisessa tutkimuksessa (Wallin ym. 2014) haluttiin saada selville nuorten käsitykset liikuntapäiväkirjojen jakamisesta sosiaalisessa mediassa. Tarkoituksena oli tutkia, miten liikuntapäiväkirjan jakamiseen tarkoitettua sosiaalista mediaa käytetään liikunnan harrastamisen tukena. Tutkimukseen osallistui toisen asteen opiskelijoita ammattikoulusta ja lukiosta (n=73). Osallistujia tutkittiin eläytymismenetelmällä keräämällä heiltä kuvauksia ja kertomuksia tutkijoiden asettamiin kehyskertomuksiin liittyen. Tuloksista selvisi, että liikuntapäiväkirjan jakamista tai yhtä hyvin jakamattomuutta selittivät pääsääntöisesti sosiaaliset tekijät. Liikunta suorituksia jakavilla nuorilla oli halu innoittaa muita ja halu toimia mallina muille. Identiteetin rakentaminen sekä hyväksynnän ja ihailun hakeminen kuuluivat myös nuorten kertomiin syihin jakaa liikuntasuorituksia. Liikuntapäiväkirjan jakamisen nähtiin

tukevan liikunnan harrastamista niillä nuorilla, jotka kokivat sen mielekkääksi. (Wallin ym. 2014.)

Yhdysvalloissa yliopisto-opiskelijoilla suoritettu tutkimus (Balfany ym. 2018.) sekä Pinkerton ym. (2016) Yhdysvalloissa suurimmaksi osaksi yliopisto-opiskelijoilla suoritettu tutkimus tuottivat toistensa kanssa samankaltaisia tuloksia. Tutkimuksissa haluttiin saada selville, miten liikunnallistenpäivitysten jakaminen sosiaalisessa mediassa vaikuttaa nuorten liikuntakäyttäytymiseen. Molemmissa tutkimuksissa huomattiin selvä ero fyysisen aktiivisuuden määrässä liikuntapäivityksiä jakavien ja jakamattomien nuorten välillä. Liikuntapäivityksiä jakavien fyysinen aktiivisuus todettiin korkeammaksi kuin niiden nuorten, jotka eivät jakaneet liikuntasuorituksiaan sosiaalisessa mediassa. (Balfany ym. 2018; Pinkerton 2016.) Tämän lisäksi Pinkerton ym. (2016) tutkimuksessa huomattiin liikuntapäivityksiä jakavien motiivina olevan: ihmisten informointi, muiden mukaan houkutteleva, muiden innoittaminen ja halu tulla nähdyksi tai tunnustetuksi (Pinkerton ym. 2016)

Halesin ym. (2016) tutkimuksessa haastettiin sosiaalisessa mediassa osallistujia suorittamaan 13 kisaa vuoden 2013 aikana. Tutkimuskyselyyn vastasivat osallistajat (n=757), jotka olivat mukana Facebookin ”13in2013” ryhmässä tai käyttivät Twitterissä hashtagia ”#13in2013”. Tutkimuksessa vertailtiin tutkittavien kisojen määrää suhteessa edellisvuoteen ennen sosiaalisen median haasteeseen liittymistä. Tutkimukseen osallistajat kertoivat suorittaneensa huomattavasti enemmän kisoja ( $17,5 \pm 6,9$ ) haasteen aikana kuin edellisvuonna ( $8,6 \pm 7,4$ ). Juostujen mailien määrä intervention aikana oli myös huomattavasti korkeampi ( $718 \pm 465$ ) edellisvuoden tuloksiin ( $462 \pm 436$ ) nähden. Osallistajat kertoivat myös painonsa pudonneen haasteen aikana. Osallistujien suurimmat syyt haasteeseen ja tutkimukseen osallistumiseen olivat kilpailu (75 %), ja sen tuoma motivaatio ja fyysisen kunnon kohottaminen (20 %). (Hales ym. 2016.)

Yhdysvaltalaisessa tutkimuksessa pyrittiin saamaan selville, miten sosiaalisen median avulla saataisiin rohkaistua yliopistossa opiskelevia naisia olemaan fyysisesti aktiivisempia. Tutkimuksen tarkoituksena oli saada selville, miten tehokas sosiaalinen media on päivittäisen askelmäärän lisäämisessä verrattuna tavanomaiseen kävelyinterventioon. Tutkittavat jaettiin

kahteen ryhmään. Kontrolliryhmä kutsuttiin Facebook sovelluksen tukiryhmään ja verrokkiryhmä kutsuttiin tavanomaiseen kävelyinterventioon. Tuloksista selvisi, että tutkittavat molemmissa ryhmissä lisäsivät askelmääräänsä tutkimuksen aikana, mutta sosiaalisen median tukiryhmässä olevat nostivat päivittäistä askelmääräänsä huomattavasti enemmän. Facebook-ryhmän tutkittavat nostivat päivittäistä kävelyn määräänsä 1,5 mailia enemmän päivässä kuin tavanomaisen kävelyinterventioryhmän tutkittavat. Tulosten perusteella sosiaalisen median tukiryhmä oli tehokas fyysisen aktiivisuuden lisääjä nuorilla naisilla. (Rote ym. 2015.)

Samankaltaisiin tuloksiin päästiin myös Foster ym. (2010) tutkimuksessa, jossa vertailtiin askelmäärän kasvua kahden ryhmän välillä. Tutkimuksessa verrokkiryhmä sai tietoon vain oman päivittäisen askelmäärät, kun taas kontrolliryhmä näki muiden tutkimukseen osallistuvien askelmäärän sekä pystyi vertailemaan niitä omiinsa ja kommentoimaan niitä. Tulokset paljastivat askelmäärän lisääntyneen huomattavasti enemmän tutkittavilla, jotka pystyivät näkemään ja kommentoimaan muiden osallistujien tuloksia. (Foster ym. 2010.)

Zhang ym. (2015) tutkivat, mitkä sosiaalisen median ominaisuudet toimivat parhaiten interventiossa, jossa keskityttiin fyysisen aktiivisuuden lisäämiseen yliopisto opiskelijoilla (n=217). Kuntoiluohjelmainterventio kesti 13 viikkoa ja tutkittavat jaettiin 3 ryhmään. Ensimmäinen ryhmä osallistui tavanomaiseen verkossa tapahtuvaan kuntoilutuntiin viikoittain. Toinen ryhmä osallistui samalle kuntoilutunnille ja sai tämän lisäksi sosiaalisessa mediassa kannustusviestejä, jotka kannustivat fyysiseen aktiivisuuteen. Kolmannen ryhmän jäsenet osallistuivat kuntoilutunnille ja tämän lisäksi heidät lisättiin sosiaalisen median ryhmään, johon kuului 4–6 anonyymiä vertaista, jotka olivat myös tutkimuksessa mukana. Tutkimuksesta selvisi, että tutkittavat, jotka kuuluivat sosiaalisen median ryhmään, lisäsivät fyysistä aktiivisuuttaan eniten. Vähiten fyysistä aktiivisuuttaan saivat lisättyä ensimmäisen ryhmän tutkittavat. Sosiaalisen media ryhmän tutkittavat harjoittelivat viikoittain 1,6 kertaa, kun taas ensimmäisen ryhmän jäsenten määrä oli puolet pienempi 0,8 kertaa viikossa. Tämän lisäksi sosiaalisen media ryhmän tutkittavat raportoivat myös omaehtoisen fyysisen aktiivisuuden lisääntyneen tutkimuksen aikana. (Zhang ym. 2015).

Al-Eisan ym. (2016) tutkimuksessa haluttiin saada selville, miten sosiaalisen median käytön (Instagram) avulla pystyttäisiin tukemaan yliopistossa opiskelevien naisten sitoutumista fyysiseen aktiivisuuteen. Tutkittavat jaettiin verrokki- ja interventioryhmään. Molemmat ryhmät saivat kuntoiluohjelman ja kontrolliryhmää motivoitiin tämän lisäksi sosiaalisen median avulla. Interventioryhmä sai sosiaalisessa mediassa kuvia fyysisen aktiivisuuden tärkeydestä ja vaikutuksista sekä muistutuksen suorittaa harjoitus. Näiden lisäksi interventio ryhmän tutkittavia pyydettiin jakamaan kuva omasta lomakkeesta, johon tehty harjoitus oli merkitty. Tämän pyrkimyksenä oli motivoida muita osallistujia suorittamaan harjoitus. Interventioryhmän tutkittavat sitoutuivat noudattamaan kuntoiluohjelmaa paremmin (17 %) kuin verrokkiryhmän tutkittavat. Sosiaalisen median käyttöä voidaan pitää houkuttelevana tapana vahvistaa riittävää fyysistä aktiivisuutta. (Al-Eisa ym. 2016.).

Cavallon ym. (2012) selvittivät, miten fyysisen aktiivisuuden lisäämiseen kohdistuvaa interventiota voitaisiin tehostaa sosiaalisen median avulla. Ensimmäisen ryhmän fyysistä aktiivisuutta pyrittiin lisäämään antamalla heille pääsy fyysiseen aktiivisuuteen keskittyvälle nettisivustolle. Toiselle ryhmälle annettiin pääsy samalle nettisivustolle ja tämän lisäksi he saivat kutsun Facebook-ryhmään, jossa heille tarjottiin tukea liikunnan lisäämisen suhteen. Tutkijat huomasivat tutkimuksen aikana sosiaalisen tuen ja fyysisen aktiivisuuden määrän lisääntyneen tutkittavilla, mutta ryhmien väliltä ei löytynyt eroja sosiaalisen tuen tai fyysisen aktiivisuuden lisääntymisessä. (Cavallo ym. 2012).

Drechlichin ym. (2020) tutkimuksessa havainnoitiin sitä, miten nuoret kokivat puettavien aktiivisuusmittareiden (Fitbit Flex) ja sosiaalisen median alustan (Facebook) toimivan liikuntainterventioissa. Nuoret pitivät aktiivisuusmittareiden heille antamasta fyysisen aktiivisuuden datasta, mutta heidän mielestään aktiivisuusmittarin käyttö vaati liikaa työtä, mikä vaikutti kokemukseen käytettävyydestä. Facebook koettiin myös pääsääntöisesti toimivan hyvin liikuntaintervention materiaalien vastaanottamisessa, mutta nuoret mainitsivat suosivansa mieluummin, jotain muuta sosiaalisen median alustaa interventiossa, mikä on voinut vaikuttaa käytettävyyden kokemukseen. (Drechlich ym. 2020)

Polsgrove ja Frimming (2013) miettivät tapoja, miten yliopisto-opiskelijoiden fyysistä kuntoa ja terveysosaamista voitaisiin lisätä. Heidän mukaansa sosiaalista mediaa hyödyntämällä voidaan luoda yhteisöpalveluihin ryhmiä, joiden kautta lisätään opiskelijoiden välistä vuorovaikutusta. Vuorovaikutus ryhmissä taas nähtiin keinona, jonka kautta vanhemmat ja kokeneemmat opiskelijat voisivat jakaa tietoa terveydestä ja kunnosta. Tämän nähtiin madaltavan uusien opiskelijoiden kynnystä saada tietoa kokemuksen ja käytännön kautta. (Polsgrove & Frimming 2013.) Samankaltaisiin tuloksiin päädyttiin myös tutkimuksessa, jossa haluttiin selvittää, miten yliopiston terveyttä ja liikuntaa edistävä henkilöstö voisi tukea opiskelijoidensa terveysosaamista. Tutkimuksessa luotiin Facebook-ryhmä, johon kuului kaksi osapuolta ”oppijat” ja ”liikuntatieteilijät”. Oppijoiden tehtävä oli kysyä liikuntaan ja terveyteen liittyviä kysymyksiä ja liikuntatieteilijöiden tehtävä oli vastata niihin. Tulosten mukaan noin puolet oppijoista koki sivuston pitkäkestoisen käytön olleen hyödyllistä ja tukeneen heidän liikuntaohjelmaansa. Liikuntatieteilijöistä myös noin puolet kertoi oppineensa jotain vertaisiltaan. (Frimming, Polsgrove, Bower 2011.)

Suomalaisessa tutkimuksessa haluttiin saada selville, miten sosiaalisen median liikuntapalvelun (HeiaHeia) käytön aloittaminen vaikuttaa alustan käyttäjien koettuun fyysisen aktiivisuuden määrään, fyysiseen kuntoon, hyvinvointiin ja painoon. Tutkimuksessa raportoitiin palveluun osallistujien kokemuksia palvelun käytöstä ja sitä, miten käytön aloittaminen on muuttanut heidän liikuntakäyttäytymistään. Osallistujista (n=2862) suurin osa (78,1 %) harjoitteli 3 kertaa viikossa. Kolme neljästä kertoi olevansa hyvässä tai todella hyvässä kunnossa. Yli puolet (64,6 %) alustan käyttäjistä koki fyysisen aktiivisuuden määrän kasvaneen. Lähes puolet (46,4 %) koki kuntonsa nousseen palvelun käytön aloittamisen jälkeen. Yli puolet (54 %) koki hyvinvointinsa parantuneen ja joka viides kertoi painonsa pudonneen käytön aloittamisen jälkeen. Palvelun kaikista käyttäjistä 75 prosenttia kertoi vähintään yhdestä edellä mainitusta hyödyistä palvelun käytön aloittamisen jälkeen. Palvelun käyttäjistä ne, joiden fyysinen aktiivisuus oli pienempi, fyysinen kunto huonompi ja jotka olivat useammin ylipainoisia, ilmoittivat todennäköisemmin palvelun aloittamisen auttaneen heitä. (Santtila, Grönqvist, Räisänen & Kyröläinen 2016.) Samanlaisiin tuloksiin päästiin myös samaisten tutkijoiden aikaisemmassa tutkimuksessa, jossa selvitettiin, miten sosiaalisen median liikuntapalvelu vaikuttaa käyttäjiensä fyysiseen kuntoon, fyysiseen aktiivisuuteen ja päivittäisen istumisen määrään. Tutkittavista (n=2039) 63,3 prosenttia kertoi palvelun käytön parantaneen heidän

itsearvioitua fyysistä kuntoa. Yli puolet tutkittavista (56,8) kertoi palvelun kannustaneen heitä fyysiseen aktiivisuuden lisäämiseen sekä istumisen vähentämiseen työpäivän aikana. (Santtila, Grönqvist, Räisänen & Kyröläinen 2014.) Molempien tutkimuksien tuloksista paljastui palvelun käytön auttaneen erityisesti vähemmän liikkuvia, huonommassa kunnossa olevia ja ylipainosia.

### **3.3 Syrjäyttääkö ruutumedian ja sosiaalisen median käyttö fyysistä aktiivisuutta vapaa-ajalla?**

Spengler, Mess ja Woll (2015) selvittivät tutkimuksessaan, kilpaileeko ruutumedian käyttö ja fyysinen aktiivisuus toistensa kanssa nuorten vapaa-ajan vietossa. Tulosten johtopäätöksistä käy ilmi, että ruutumedian käyttö ja fyysinen aktiivisuus kilpailevat toistensa kanssa vain jossain määrin nuorten vapaa-ajasta. Todella korkeaa ruutumedian käyttöä esiintyi matalan fyysisen aktiivisuuden kanssa, mutta korkean fyysisen aktiivisuuden tasoja ilmeni yhtäaikaaisesti myös suuremman ruutumedian käyttöajan yhteydessä. Tuloksista ei löytynyt näyttöjä sille, että median tyypillä on yhteyttä fyysisen aktiivisuuden tasoihin, eikä fyysisen aktiivisuuden tasolla ollut yhteyttä median käytön määrään. (Spengler ym. 2015)

Leesin ym. (2020) tutkimus selvitti sitä, syrjäyttääkö ruutumedian katsominen muuta vapaa-ajan virkistystoimintaa 9–10-vuotiailla lapsilla. Kontrolloitu tutkimusasetelma osoitti, että lapset, jotka kuluttivat enemmän aikaa ruutumedian edessä, osallistuivat epätodennäköisemmin muihin vapaa-ajan virkistystoimintoihin. Kuitenkin, kun tutkimusasetelmassa otettiin huomioon: kognition vaihtelut, psykopatologia, sosiaalinen ympäristö ja sosiodemografiset kovariaatit, ei ruutumedian katsominen ollut enää merkitsevästi yhteydessä vapaa-ajan virkistystoimintaan osallistumiseen. Tutkimus osoitti, että sosiodemografiset muuttujat, varsinkin sosioekonominen asema, selittivät virkistystoimintaan osallistumisen vaihteluita enemmän kuin ruutumedian katsominen. Lapset, jotka olivat ylemmistä sosioekonomisista luokista, osallistuivat enemmän virkistystoimintaan kuin lapset alemmista sosioekonomisista luokista (Lees ym. 2020.)

Schmidtin ym. (2020) tutkimuksessa selvitettiin saksalaisten 4–19-vuotiaiden fyysistä aktiivisuutta ja ruutu-aikaa ennen Covid-19 sulkutiloja ja sen aikana. Tässä luonnollisessa kokeessa huomattiin urheilu aktiivisuuden vähenevän, kun taas vapaa-ajan ruutuajan katsominen lisääntyi sekä arkiliikunta lisääntyi. Arkiliikunnan lisääntyminen johti suurempaan kokonaisvaltaiseen fyysisen aktiivisuuden nousuun lapsilla ja murrosikäisillä. Fyysinen aktiivisuus on lapsilla ja murrosikäisillä hyvin konteksti sidonnaista ja kaksisuuntaista, eikä näin ollen näyttäytyä toiminnallisena vastakohtana vapaa-ajan ruutuajan käytön kanssa. (Schmidt ym. 2020.) Tulokset ovat samansuuntaisia kuin Manz ym. (2014) tutkimuksessa, jossa huomattiin, että liiallinen ruutumedian käyttö oli ennemminkin yhteydessä urheilun harrastamisen kanssa kuin itse fyysisen aktiivisuuden vähäisyyden kanssa (Manz ym. 2014).

Braumüller (2020) nuorille urheilijoille tehty laadullinen haastattelututkimus paljasti kolme urheiluun liittyvää sosiaalisen median vaikutusta, joiden nähtiin olevan olennaisia urheilemisen kanssa. Sosiaalisen median käyttö helpotti pääsyä urheilun organisaatioihin, harjoittelun ammattimaistumista ja urheilukykyjen kehitystä sekä urheilun motivaation lisääntymistä. Vastauksista näkyi, että sosiaalisen median alustat olivat auttaneet osallistujia löytämään eri urheiluryhmiä ja järjestämään eri urheiluaktiviteetteja. Tämä vaikutus ilmeni vahvimmin vapaamuotoisten trendilajien keskuudessa, kuten Braumüller ja Holzmüller (2017) parkourin sosiaalisen median kontekstissa osoittivat (Braumüller & Holzmüller 2017). Sosiaalisen median urheilusisällöt, varsinkin ohjevideot ilmenivät vastaajien keskuudessa olevan yhteydessä urheilukykyjen ja -taitojen parantumisen kanssa. Sosiaalisen median urheilusisältöjen huomattiin kannustavan haastateltuja osallistumaan useammin urheiluun tai kokeilemaan uusia urheilulajeja. Vaikutus huomattiin jo silloinkin jo, kun haastateltavat kohtasivat sosiaalisessa mediassa urheilusisältöjä. Haastateltavat ilmoittivat sosiaalisen median urheilusisältöjen muun muassa innostaneen heitä lisäämään urheilun määrää tai kokeilemaan uusia spesifejä lajitekniikoita ja -liikkeitä. (Braumüller, 2020; Braumüller & Holzmüller 2017.)

O'Reilly ym. (2012) ottivat selvää siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa nuorten 13–17-vuotiaiden urheiluun osallistumista. Tutkimuksessa huomattiin, että keskustelun urheiluun osallistumisesta oli sosiaalisessa mediassa hyvin vähäistä. Silloin kun tällaista keskustelua oli, niin viisi teemaa nousi esille: hyödyt, neuvojen haku, yhteisten mielenkiintojen löytäminen, uuden urheilulajin oppiminen ja osallistumattomuudenhaasteet. (O'Reilly ym. 2012.)



MPFS:n (2018) saksalainen tutkimus osoittaa internetin käytön lisääntyneen vahvasti 1998 vuodesta vuoteen 2018. Tästä huolimatta poikien ja tyttöjen määrä urheilun harrastajina on pysynyt lähestulkoon samana. Tulokset eivät näin osoita, että internetin käyttö lisäisi taikka vähentäisi liikunnan ja urheilun määrää. (MPFS:n, 2018; Braumüller 2020 mukaan.)

Braumüllerin (2020) sekä Braumüllerin ja Hartman-Tewsin (2017) tutkimuksessa kävi myös ilmi, että mitä enemmän nuoret viettivät aikaa internetissä, sitä vähemmän he käyttivät urheilun harrastamiseen. Tutkimuksessa huomattiin kuitenkin, että heti, kun nuoret käyttivät sosiaalista mediaa urheiluun liittyvillä tavoilla, sitä enemmän he myös kuluttivat aikaa urheilun parissa. (Braumüller & Hartman-Tews, 2017; Braumüller, 2020 mukaan.)

Shimoga, Erlyana ja Rebello (2019) tutkivat murrosikäisten sosiaalisen median käytön yhteyksiä fyysiseen aktiivisuuteen ja uneen. Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että fyysisesti aktiivisten oppilaiden keskuudessa toistuva sosiaalisen median käyttö oli yhteydessä suurempaan rasittavan liikunnan todennäköisyyteen. Liikkumattomien nuorten joukossa, toistuva sosiaalisen median käyttö oli taas yhteydessä vähäisempään rasittavan liikunnan todennäköisyyteen. Kohtuullisesti liikkuvilla muutaman kerran sosiaalista mediaa kuukaudessa käyttävillä oppilailla oli tulosten mukaan suurin todennäköisyys ilmoittaa liikkuvansa päivittäin rasittavasti. Tulokset osoittavat sen, että säännöllinen sosiaalisen median käyttö oli yhteydessä sekä rasittavan liikunnan määrän nousuun, että rasittavan liikunnan laskuun liikunta-aktiivisuuden eri ääripäissä. Kohtuullisesti liikkuvilla nuorilla taas sosiaalisen median satunnainen käyttö ennusti parhaiten rasittavan liikunnan määrän kasvua. (Shimoga ym. 2019.) Tulokset vastaavat Przyblskin ja Weinsteinin (2017) tutkimusta, jossa huomattiin, että digitaalisen ruutuajan määrä ei ole lineaarisessa yhteydessä henkisen hyvinvoinnin kanssa ja ettei kohtuullinen digitaalinen ruutu-aika ole itsessään haitallista (Przyblskin & Weinstein 2017).

## 4 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka usein lukiolaiset etsivät liikunta- tai urheilusisältöä sosiaalisesta mediasta ja selvittää sosiaalisen median koetun käytön yhteyksiä nuorten liikuntakäyttämiseen. Tarkemmat tutkimusongelmat ovat:

1. Kuinka paljon lukiolaiset käyttävät mielestään sosiaalista mediaa?

1.1 Onko sukupuolella yhteyttä sosiaalisen median koettuun käyttöön?

1.2 Onko fyysisellä aktiivisuudella tai liikunnan harrastamisella yhteyttä sosiaalisen median koettuun käyttöön?

3. Kuinka usein ja mitä lukiolaiset etsivät sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöistä?

3.1 Onko sukupuolella yhteyttä liikunta- tai urheilusisältöjen hakemiseen?

3.2 Onko fyysisellä aktiivisuudella tai liikunnan harrastamisella yhteyttä siihen, kuinka usein lukiolaiset etsivät liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta?

3.3 Miksi lukiolaiset hakevat liikunta- ja urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta?

4. Miten nuoret kokevat sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttämiseensä?

4.1 Onko sukupuolella yhteyttä lukiolaisten koettuun liikuntakäyttämiseen?

4.2 Onko fyysisellä aktiivisuudella ja liikunnan harrastamisella yhteyttä siihen, miten lukiolaiset kokevat sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttämiseensä?

## 5 TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT

### 5.1 Tutkimuksen kohderyhmä

Tämän tutkielman kohderyhmä koostuu Länsi-Suomessa sijaitsevan lukion opiskelijoista ja heidän vastauksistaan. Aineisto sisälsi yhteensä 323 opiskelijaa, joista 120 on poikia, 190 tyttöjä ja 13 henkilöä, jotka eivät määrittäneet sukupuoltaan. Vastajia saatiin eniten lukion toiselta ja kolmannelta vuosikurssilta (taulukko 2).

TAULUKKO 2. Tutkimukseen osallistuneiden sukupuoli ja lukion vuosikurssi.

	1. vsk	2. vsk	3. vsk	4. vsk	Muu	Yhteensä
Poika	35	39	46	0	0	120
Tyttö	47	86	56	1	0	190
Muu	2	5	4	1	1	13
Yhteensä	84	130	106	2	1	323

### 5.2 Tutkimusaineiston keruu

Tutkielman aineiston hankittiin ottamalla yhteyttä Länsi-Suomessa sijaitsevan lukion rehtoriin, joka oli valmis tekemään yhteistyötä sen jälkeen, kun kuuli tutkimuksen tarkoituksen. Lukio valikoitui tutkielman kohteeksi valmiiden kontaktieni myötä sekä suuren kokonsa takia. Rehtori delegoi yhteyshenkilöksi lukion liikunnan- ja terveystiedon opettajan, johon olin tarkemmin yhteydessä aineistonkeruun eri vaiheissa. Yhteyshenkilön ja rehtorin Wilma -viestin kautta välitettiin tarvittavat tiedot tutkimuksen toteuttamisesta sekä kysely -linkki opettajille ja opiskelijoille. Opiskelijoilla oli mahdollisuus vastata elektroniseen kyselyyn joko suoraan omalla ajalla tai tulevan ryhmänohjaustuokion yhteydessä. Rehtori jakoi kyselyni vielä toistamiseen tammikuussa koulun opettajille Wilma -viestillä, jossa jälleen kysyttiin mahdollisuutta toteuttaa kysely ryhmänohjaustuokion aikana. Vastauksia kyselyyn tuli joulu-

tammikuussa 2020–2021 aikana yhteensä 325. Tutkimusaineiston keruuseen ja kyselynluontiin käytettiin Webropol 3.0 -ohjelmaa.

### 5.3 Kyselylomake ja aineiston luokittelu

Tämän tutkimuksen aineistonkeruu toteutettiin elektronisella kyselylomakkeella, joka sisälsi yhteensä 27 kysymystä (liite 1). Kysymyksistä kaksi kohdistui opiskelijoiden taustatietoihin (1 ja 2), kuusi kysymystä selvitti fyysistä aktiivisuutta ja liikunnan harrastamista (3, 4, 5, 6 ja 7), kolme kysymystä sosiaalisen median käyttöä (9, 10 ja 11). Näiden lisäksi seitsemän kysymystä käsitteli sosiaalisen median liikunta- ja urheilusisältöjen käyttöä (12, 13, 14, 15, 16, 17 ja 18) sekä neljä kysymystä sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen koettua vaikutusta opiskelijoiden liikuntakäyttäytymiseen (19, 20, 21 ja 22). Tämän lisäksi viisi kysymystä käsitteli sosiaalista mediaa liikunnan opetuksen apuvälineenä (23, 24, 25, 26 ja 27), mutta nämä tulokset jätettiin jo alkuvaiheissa pois tutkielman tulososiosta.

Kyselylomakkeen taustatietoina kysyttiin opiskelijoiden sukupuoli sekä lukion vuosikurssi. Sukupuolen ilmoittaminen oli jaettu mies, nainen, muu sekä en halua vastata vaihtoehtoihin. Sukupuoli jaettiin tutkielmassa poikiin, tyttöihin sekä muu/en halua vastata muuttujiin. Sukupuolieroja tarkasteltiin analyyseissa ainoastaan poikien ja tyttöjen suhteen, koska ”muu/en halua vastata” vaihtoehdon valinneiden määrä oli varsin pieni, eikä riittävä erojen tilastolliseen tarkasteluun.

Fyysisestä aktiivisuudesta ja liikunnan harrastamisesta kysyttiin, kuinka monena päivänä viime viikossa liikut 60min, kuinka usein tavallisena viikkona liikut fyysisesti rasittavasti. Vastausvaihtoehdot näihin oli 1, 2, 3, 4, 5, 6 ja 7 päivänä. Nämä taas ryhmiteltiin myöhemmin analyysi vaiheissa 1–2 päivänä liikkuviin, 3–5 päivänä liikkuviin sekä 6–7 päivänä liikkuviin. Kysymykset fyysisen aktiivisuuden määrästä oli otettu suoraan LIITU-tutkimuksen kyselylomakkeesta (Kokko ym. 2018) Näiden lisäksi analyyseissa käytettiin kysymystä: ”harrastatko mielelläsi liikuntaa omaehtoisesti”. Vastausvaihtoehtoina kysymykselle oli ”kyllä”, ”en” ja ”silloin tällöin”. Näiden lisäksi kyselylomakkeessa kysyttiin yläasteen

päättötodistuksen liikunnannumeroa sekä harrastatko aktiivisesti jotain liikuntalajia, mitä? Nämä jätettiin kuitenkin tulosten ja analyysien ulkopuolelle.

Sosiaalisen median käytöstä kysyttiin sosiaalisen median arvioitua ja koettua käyttöä. Sosiaalisen median arvioidussa käytössä kysyttiin, kuinka paljon tuntimääräisesti opiskelijat arvioisivat käyttävän arkipäivittäin sosiaalista mediaa. Vaihtoehtoina tässä oli 0–1h, 1–2h, 2–3h, 4–5h, 5–6h ja ”enemmän”. Nämä ryhmiteltiin myöhemmin  $\leq 3$ h sosiaalista mediaa käyttäviin sekä  $\geq 4$ h sosiaalista mediaa käyttäviin. Sosiaalisen median koetun käytön kysymyksessä pyrittiin taas ottamaan selvää opiskelijoiden subjektiivisesta sosiaalisen median käytöstä kysymällä: ”kuinka paljon koet käyttäväsi sosiaalista mediaa?” Vastausvaihtoehtoina tälle oli ”vähän”, ”satunnaisesti”, ”sopivasti”, ”liikaa” ja ”aivan liikaa”. Nämä ryhmiteltiin myöhemmin ”satunnaisesti tai sopivasti” sosiaalista mediaa käyttäviin sekä ”liikaa tai aivan liikaa” sosiaalista mediaa käyttäviin. Kysymällä sosiaalisen median tuntimääräisen arvion vastaamisen lisäksi sosiaalisen median koetun käytön kysymyksellä pyrittiin saamaan esille opiskelijoiden subjektiivinen kokemus sosiaalisen median käytöstä objektiivisten tulosten lisäksi.

Sosiaalisen median liikunta- ja urheilusisältöjen käyttöä pyrittiin selvittämään kysymällä ”haetko/etsitkö sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä”. Vastausvaihtoehtoina tälle oli ”en”, ”satunnaisesti” sekä ”usein”. Tämän lisäksi usein tai satunnaisesti vastanneilta kysyttiin, ”mitä liikunta- tai urheilusisältöjä he hakevat sosiaalisesta mediasta”, ”mitä sovelluksia he käyttävät etsiessään kyseisiä sisältöjä” sekä ”miksi haet liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta”. Lisäksi opiskelijoilta kysyttiin ”törmäätkö sosiaalisessa mediassa liikunta- tai urheilusisältöihin”. Tämä jätettiin kuitenkin pois lopullisista tuloksista.

Sosiaalisen median liikunta- ja urheilusisältöjen koetusta vaikutuksesta liikuntakäyttäytymiseen kysyttiin: ”koetko, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttäytymiseesi”. Vastausvaihtoehtoina tälle oli ”kyllä” ja ”en”. Tämän lisäksi kyllä vastanneiden kesken kysyttiin ”koetko sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen lisäävän vai vähentävän liikunnan määrääsi” sekä ”onko vaikutus enemmän liikuntaan kannustava vai painostava”.

## 5.4 Aineiston analyysimenetelmät

Tutkimusaineiston analysointiin käytettiin IBM SPSS 26 -ohjelmaa. Sosiaalisen median käyttöä ja sen yhteyksiä sukupuoleen ja fyysiseen aktiivisuuteen sekä liikunnan harrastamiseen tarkasteltiin ristiintaulukoinnilla sekä khiin neliötestillä. Lukiolaisten sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen käyttämisen yhteyksiä sukupuoleen ja fyysiseen aktiivisuuteen sekä liikunnan harrastamiseen tarkasteltiin ristiintaulukoinnin ja khiin neliötestin avulla. Sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen vaikutusta lukiolaisten koettuun liikuntakäyttäytymiseen yhteyksiä sukupuoleen, fyysiseen aktiivisuuteen sekä sosiaalisen median käyttöön tarkasteltiin myös ristiintaulukoinnilla ja khiin neliötestillä.

Tutkielman tarkoituksena oli olla lähinnä kuvaileva tutkimus, koska aihetta ei ole aikaisemmin tutkittu vastaavanlaisesta näkökulmasta. Ristiintaulukoinnin etuihin kuuluu, että sen avulla voi muun muassa havainnollisesti nähdä mahdolliset yhteydet kahden luokitellun muuttujan välillä. Khiin neliö -testi mittaa kahden muuttujan välistä tilastollista riippumattomuutta. Khiin neliö -testi pyrkii muuttujien odotettujen frekvenssien perusteella tarkkailemaan ovatko muuttujat riippumattomia tai riippuvaisia toisistaan. (Metsämuuronen 2008, 344–347.)

Laadullisen aineiston tyypittelin kysymyksessä ”miksi haet sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä” käyttämällä yksinkertaista sisällön analyysiä. Etsin vastauksista toistuvat teemat ja yhdistelin ne tarpeeksi suuriin tyyppiluokkiin (minimi koko 30). (Metsämuuronen 2008, 244–245).

## 5.5 Tutkielman luotettavuus ja tutkielman eettisyys

Tutkimuksen luotettavuus on suoraan verrannollinen mittarin luotettavuuteen. Luotettavuutta on perinteisesti kuvattu kahdella eri termillä reliabiliteetti ja valideetti. Reliabiliteetti viittaa tutkimuksen toistettavuuteen. Toistettavuudella tarkoitetaan taas sitä, että kuinka usein päästäisiin samoihin tuloksiin, jos samaa ilmiötä mitattaisiin monta kertaa samalla mittarilla. Jos samankaltaiset tulokset toistuvat useimmilla mittauskerroilla on mittari reliaabeli.

Validiteetilla tarkoitetaan taas sitä, että mitataanko mittareille varsinaisesti sitä, mitä oli tarkoitus mitata vai jotakin muuta. (Metsämuuronen 2008, 64.)

Tämän tutkielman luotettavuutta lisää se, että otoskoko oli suhteellisen suuri (n=325) ja se, että vastaamaan tavoitettiin sekä tyttö- että poikaopiskelijoita. Poikia osallistui tutkimukseen 120 (37 %) ja tyttöjä 191 (59 %). Lukion kaikista opiskelijoista (860) 37,8 prosenttia osallistui kyselyyn, joten tulosta voidaan pitää jokseenkin edustavana tämän oppilaitoksen osalta. Tutkielman luotettavuutta heikentää se, että se toteutettiin vain yhdessä lukiossa Länsi-Suomessa, joten tulokset eivät ole näin yleistettävissä kansallisesti. Tutkielma koostuu myös ainoastaan lukiolaisista eikä näin edusta kaikkia toisen asteen opiskelijoita, joka vaikuttaa tutkielman tulosten yleistettävyyteen.

Suurin osa kysymyksistä jouduttiin keksimään itse, sillä käytettävissä ei ollut valideita tai reliaabeleiksi todettuja mittareita tähän aiheeseen. Fyysisen aktiivisuuden mittarit otettiin kuitenkin LIITU 2018 tutkimuksesta suoraan, ja ne on aiemmissa tutkimuksissa todettu varsin luotettaviksi. (Kokko ym. 2018). Kyselyn luotettavuutta pyrittiin varmistamaan myös sillä, että ne oli esitestattu ennen kyselyn lähettämistä kahdella yliopisto opiskelijalla, gradu ohjaajalla, tutkimuskoulun liikunnan opettajalla sekä yhdellä lukiolaisella. Heidän antamien palautteiden pohjalta kyselyä muokattiin valmiiseen muotoon. Jälkitarkastelussa kysymysvaihtoehtoja olisi voinut muotoilla eri tavalla, sekä käyttää mallina useammin LIKERT-asteikon perustaa. Kysyttäessä fyysisen aktiivisuuden määrästä oli kyselyn viimeistelyvaiheessa 0 päivän vaihtoehto jäänyt myös vahingossa puuttumaan.

Tutkielmaa varten haettiin virallinen tutkimuslupa kaupungilta, jossa lukio sijaitsi. Tutkimuskyselyn alussa kävi selvästi ilmi, että kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja, että vastaamisen voi keskeyttää milloin tahansa. Kysely ei sisältänyt lainkaan henkilötietoja ja taustatietoinakin kysyttiin vain sukupuolta ja vuosikurssia, joten vastaamista voi pitää anonyyminä. Tutkimusaineisto on säilötty turvallisesti Webropol 3.0 sovelluksessa, eikä tutkimusaineistoa ole annettu ulkopuolisten käsiin.

Luotettavuuteen vaikuttaa myös vastaajien rehellisyys. Kyselyyn saatetaan vastata kaunistellen totuutta hyväksytympään muotoon. Sosiaalisen median käyttö voi olla osalle nuorista arka aihe, joka saattaa vaikuttaa vastauksiin. Vastaajien vastausten totuudenmukaisuutta ei voi tutkimuksen perusteella myöskään varmistaa. Totuudenmukaiseen vastaamiseen kannustaminen oli kyselyn saatetekstin lisäksi vain lukion ryhmänohjaajien vastuulla.

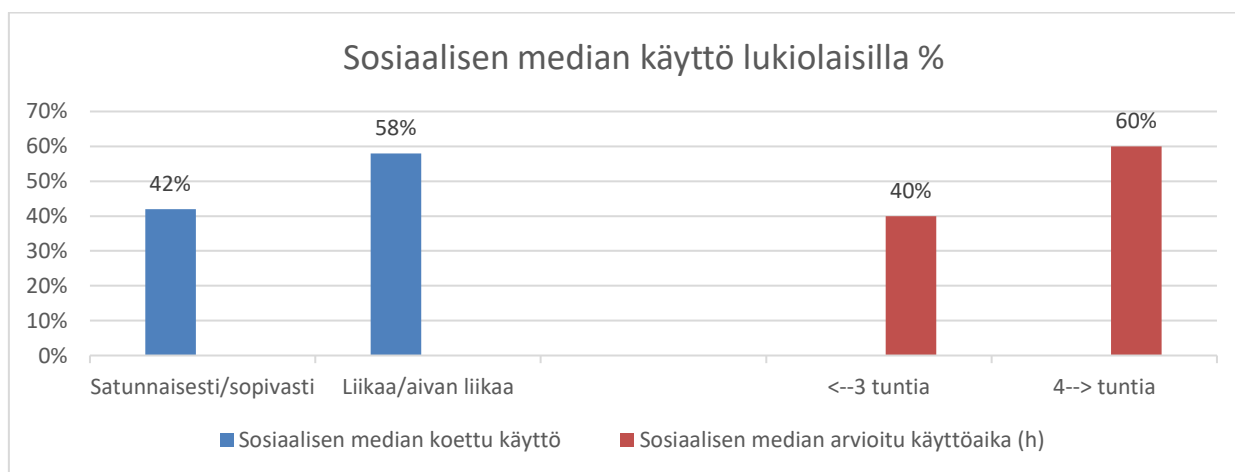


## 6 TULOKSET

### 6.1 Lukiolaisten sosiaalisen median käyttö

Kyselyyn vastanneista 325 lukiolaisesta 323 ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa. Lukiolaisista 40 prosenttia arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa alle kolme tuntia arkipäivän aikana ja 60 prosenttia arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa arkipäivän aikana yli neljä tuntia (kuvio 3). Vain 11 prosenttia lukiolaista ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa arkena 0–2 tunnin ajan.

Kysyttäessä sosiaalisen median koettua käyttöä lukiolaisista 42 prosenttia arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa satunnaisesti tai sopivasti. Lukiolaisista 58 prosenttia koki käyttävänsä sosiaalista mediaa liikaa tai aivan liikaa. Yksikään vastaaja ei kokenut käyttävänsä sosiaalista mediaa ”vähän” ja vain 3,4 prosenttia ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa satunnaisesti. (kuvio 3).



KUVIO 3. Sosiaalisen median käyttö lukiolaisilla

#### 6.1.1 Tyttöjen ja poikien sosiaalisen median käyttö

Lukiolaisista (n=308) pojista 48,3 ja tytöistä 66,3 prosenttia arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa yli neljä tuntia arkipäivän aikana. Lukiolaisten sosiaalisen median koettu käyttö

noudatti myös vastaavanlaista jakaumaa. Lukiolaisista pojista 46,6 ja tytöistä 65,3 prosenttia taas koki käyttävänsä sosiaalista mediaa liikaa tai aivan liikaa. Sekä ajassa arvioitu ( $p=0,002$ ), että koettu sosiaalisen median käyttö ( $p=0,001$ ) erosivat tilastollisesti merkitsevästi sukupuolten välillä. Tytöt arvioivat sosiaalisen median käytön suuremmaksi sekä kokivat käyttävänsä sosiaalista mediaa useammin liikaa tai aivan liikaa kuin pojat. (taulukko 3).

TAULUKKO 3. Sosiaalisen median arvioitu (h/arkipäivä) käyttöaika sukupuolittain (n=308)

		Pojat (%)	Tytöt (%)	Khiin neliötestin p- arvo
Sosiaalisen median arvioitu käyttöaika	≤3 tuntia	51,7	33,7	0,002**
	≥4 tuntia	48,3	66,3	
Sosiaalisen median koettu käyttö	Satunnaisesti/sopivasti	53,4	34,7	0,001***
	Liikaa/aivan liikaa	46,6	65,3	

p-arvon riskitasot \* $p<0,050$ ; \*\* $p<0,010$ ; \*\*\* $p<0,001$

### 6.1.2 Sosiaalisen median käytön yhteys fyysiseen aktiivisuuteen ja omaehtoiseen liikkumiseen

Satunnaisesti tai sopivasti sosiaalista mediaa käyttävien lukiolaisten määrä näytti sitä suuremmalta, mitä useammin he ilmoittivat liikkuneensa edellisen 7 päivän aikana (taulukko 4), mutta tulos ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä ( $p=0,356$ ). Sosiaalisen median arvioitu käyttöaika noudatti samankaltaista suhdetta kuin sosiaalisen median koettu käyttö. Mitä enemmän nuoret liikkuiivat, sitä useampi oli arvioinut käyttävänsä sosiaalista mediaa ≤3 tuntia, ja tämä tulos oli lähellä tilastollisesti melkein merkitsevää ( $p=0,054$ ). Lukiolaisista 1–2 päivänä liikkuvat ilmoittivat myös useammin käyttävänsä sosiaalista mediaa liikaa tai aivan liikaa (64 %) sekä arvioivat käyttävänsä sosiaalista mediaa useammin ≥4 tuntia (67,3 %), mutta erot ryhmien välillä eivät muodostuneet tilastollisesti merkitseviksi. (taulukko 4).

TAULUKKO 4. Fyysisen aktiivisuuden yhteys sosiaalisen median käyttöön (n=320)

Liikunta 7 edellisenä päivänä (60min)		1–2 päivänä (%)	3–5 päivänä (%)	6–7 päivänä (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Sosiaalisen median koettu käyttö	Satunnaisesti/sopivasti	36	44	46,4	0,356
	Liikaa/aivan liikaa	64	56	53,6	
Sosiaalisen median arvioitu käyttöaika (h)	≤3 tuntia	32,6	39,7	52,6	0,054
	≥4 tuntia	67,4	60,3	47,4	

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

Niistä lukiolaisista (n=319), jotka ilmoittivat liikkuvansa 6–7 päivänä fyysisesti rasittavasti harvempi arvioi käyttävänsä sosiaalista mediaa yli neljä tuntia, kuin lukiolaisista, jotka liikkuvat 1–2 päivänä fyysisesti rasittavasti (p=0,014). Sosiaalisen median koettu käyttö noudatti samankaltaista trendiä, mutta tulos ei ollut tilastollisesti merkitsevä (p=0,191). Ne, jotka ilmoittivat liikkuvansa useampana päivänä fyysisesti rasittavasti, kokivat myös käyttävänsä sosiaalista mediaa vähemmän. Tulosten perusteella lukiolaiset, jotka harrastivat rasittavaa liikuntaa vain 1–2 päivänä viikossa käyttivät sosiaalista mediaa selvästi useammin yli neljä tuntia päivässä kuin ne nuoret, jotka liikkuvat rasittavasti useampina päivinä viikon aikana. (taulukko 5)

TAULUKKO 5. Rasittavan fyysisen aktiivisuuden yhteys sosiaalisen median käyttöön (n=319)

		Rasittava liikunta tavallisen viikon aikana			
		1–2 päivänä (%)	3–5 päivänä (%)	6–7 päivänä (%)	Khiin neliötesti p-arvo
Sosiaalisen median koettu käyttö	Satunnaisesti/sopivasti	36,6	45,8	50,0	0,191
	Liikaa/aivan liikaa	63,4	54,2	50,0	
Sosiaalisen median arvioitu käyttöaika (h)	≤3 tuntia	30,6	45,5	51,7	0,014*
	≥4 tuntia	69,4	54,5	48,3	

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

Lukiolaisista (n=318) ne, jotka ilmoittivat harrastavansa mielellään omaehtoista liikuntaa, kokivat käyttävänsä sosiaalista mediaa hieman useammin satunnaisesti tai sopivasti kuin muut, mutta tulos ei ollut tilastollisesti merkitsevä (p=0,078). Mielellään omaehtoisesti liikkuvat arvioivat sosiaalisen median käyttöaikansa vähäisemmäksi kuin ne, jotka eivät liikkuneet mielellään tai liikkuvat vain silloin tällöin (p=0,001). Tulosten perusteella omaehtoisen liikunnan harrastaminen oli yhteydessä sosiaalisen median itsearvioituun käyttöaikaan. (taulukko 6).

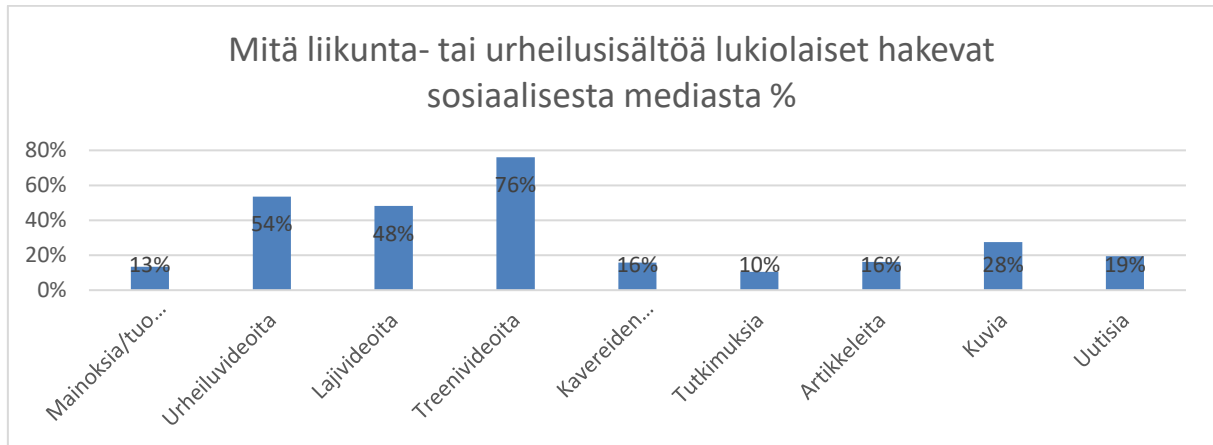
TAULUKKO 6. Omaehtoisen liikunnan harrastamisen yhteys sosiaalisen median käyttöön (n=318)

		Harrastatko mielelläsi liikuntaa omaehtoisesti			
		Kyllä (%)	Silloin tällöin (%)	En (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Sosiaalisen median koettu käyttö	Satunnaisesti/sopivasti	46,7	33,3	47,1	0.078
	Liikaa/aivan liikaa	53,3	66,7	52,9	
Sosiaalisen median arvioitu käyttöaika (h)	≤3 tuntia	48,0	26,5	31,3	0.001***
	≥4 tuntia	52,0	73,5	68,8	

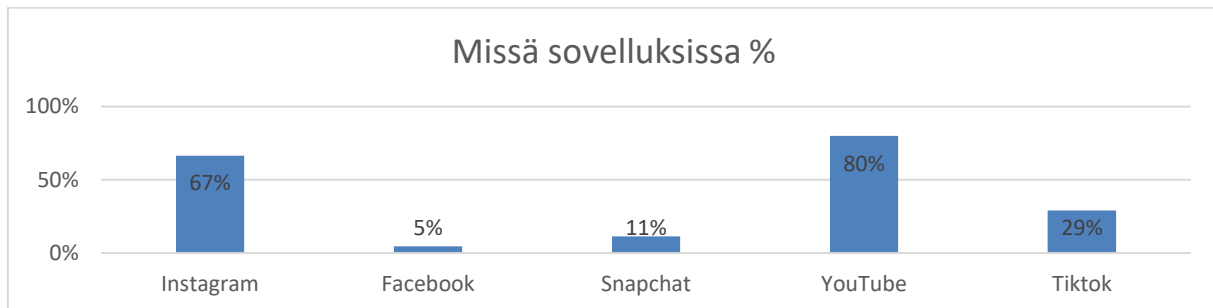
p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

## 6.2 Liikunta- ja urheilusisältöjen hakeminen sosiaalisessa mediassa

Lukiolaisista (n=323) 69,3 prosenttia ilmoitti etsivänsä sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöä. Heistä 18 prosenttia ilmoitti hakevansa liikunta- tai urheilusisältöjä usein. Lukiolaiset (n=222) hakivat sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöistä useimmiten treenivideoita, urheiluvideoita ja lajivideoita. Liikunta- tai urheilusisältöjä haettiin useimmiten YouTubesta (80,10 %) ja Instagramista (66,50 %). Lukiolaisista vain 4,5 prosenttia ilmoitti hakevansa liikunta- tai urheilusisältöjä Facebookin kautta. (kuvio 4 ja 5)



KUVIO 4. Mitä liikunta- tai urheilusisältöjä lukiolaiset hakevat sosiaalisessa mediassa



KUVIO 5. Mitä sovelluksia lukiolaiset käyttävät etsiessään liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisessa mediassa

### 6.2.1 Liikunta- tai urheilusisältöjen hakeminen tytöillä ja pojilla

Lukiolaisista (n=309) pojista 26,9 prosenttia ilmoitti etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta usein. Lukiolaisista tytöistä taas vain 12,3 prosenttia ilmoitti etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöjä usein (p=0,005). Tulosten perusteella pojat siis ilmoittivat etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta tyttöjä useammin ja tytöt ilmoittivat omien hakujensa olevan enemmän satunnaisia kuin pojat. Noin kolmasosa tytöistä ja pojista ilmoitti, että he eivät etsi sosiaalisesta mediasta lainkaan liikunta- tai urheilusisältöä. (taulukko 7).

TAULUKKO 7. Sukupuolen yhteys liikunta- tai urheilusisältöjen etsimiseen (n=309)

		Pojat (%)	Tytöt (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Etsitkö sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä	Usein	26,9	12,3	0,005**
	Satunnaisesti	44,5	57,9	
	En	28,6	29,5	

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

Tulosten perusteella lukiolaisten (n=217) sukupuolella oli yhteys siihen, missä määrin lukiolaiset ilmoittivat etsivänsä urheiluvideoita, treenivideoita, artikkeleita sekä uutisia sosiaalisesta mediasta. Pojat etsivät useammin urheiluvideoita (p=0,009), artikkeleita (p=0,001) ja uutisia (p=0,000), kun taas tytöt etsivät useammin treenivideoita (0,001). Pojat ilmoittivat myös etsivänsä sosiaalisesta mediasta useammin lajivideoita, mutta tulos oli vain melkein merkitsevä (p=0,052). (taulukko 8).

TAULUKKO 8. Sukupuolen yhteys liikunta- tai urheilusisältöjen etsimiseen sosiaalisessa mediassa (n=217)

		Pojat (%)	Tytöt (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Mitä liikunta- tai urheilusisältöjä etsit	Mainoksia/tuotteita	10,7	14,3	0,445
	Urheiluvideoita	65,5	47,4	0,009**
	Lajivideoita	57,1	43,6	0,052
	Treenivideoita	64,3	83,5	0,001***
	Kavereiden julkaisuja	17,9	15,0	0,582
	Tutkimuksia	11,9	9,0	0,493
	Artikkeleita	25,0	9,0	0,001***
	Kuvia	22,6	30,1	0,229
	Uutisia	36,9	7,5	0,000***

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

Lukiolaiset (n=216) tytöt ilmoittivat käyttävänsä Instagramia poikia enemmän etsiessään liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta (p=0,017). Lukiolaisilla pojilla liikunta- tai urheilusisältöjen etsiminen sijoittui taas tyttöjä useammin YouTubeen (p=0.000). Lukiolaiset pojat ilmoittivat myös käyttävänsä Snapchatia tyttöjä useammin liikunta- tai urheilusisältöjen etsimisessä (p=0,014). Facebookin käyttö oli liikunta- tai urheilusisältöjä etsiessä sekä tytöillä, että pojilla niin vähäistä, ettei se ei täyttänyt Khiin -neliötestin edellytyksiä. (taulukko 9).

TAULUKKO 9. Sukupuolen yhteys siihen, mitä sovelluksia lukiolaiset käyttävät etsiessään liikunta- tai urheilusisältöä (n=216)

		Pojat (%)	Tytöt (%)	Khiin neliötestin p- arvo
Mitä sovelluksia käytät etsiessäsi liikunta- tai urheilusisältöjä	Instagram	57,6	73,3	0,017**
	Facebook	8,2 (n=7)	2,3 (n=3)	-
	Snapchat	17,6	6,9	0,014**
	YouTube	92,9	71,8	0,000***
	Tiktok	27,1	31,3	0,505

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

### 6.2.2 Onko fyysisellä aktiivisuudella tai liikunnan harrastamisella yhteyttä liikunta- tai urheilusisältöjen hakemiseen.

Lukiolaisista (n=321) 6–7 päivänä liikkuvista 42,1 prosenttia ilmoitti etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöä sosiaalisesta mediasta usein ja 45,6 prosenttia satunnaisesti, kun taas 1–2 päivänä liikkuvista vain 7,9 prosenttia ilmoitti etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöä sosiaalisesta mediasta usein (p=0,000) (taulukko 10). Vastaavasti myös lukiolaisista (n=320), jotka ilmoittivat liikkuvansa rasittavasti 6–7 päivänä 43,3 prosenttia ilmoitti etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöjä usein (p=0,000). Siis mitä useammin lukiolaiset ilmoittivat olevansa fyysisesti aktiivisia viikon aikana, sitä useammin he ilmoittivat etsivänsä liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta. (taulukko 10)

TAULUKKO 10. Fyysisen aktiivisuuden ja rasittavan fyysisen aktiivisuuden yhteys liikunta- tai urheilusisältöjen etsimisen kanssa (n=321)

		Liikunta edellisellä viikolla (60min)			
		1–2 päivänä (%)	3–5 päivänä (%)	6–7 päivänä (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Etsitkö sosiaalisessa mediassa liikunta- tai urheilusisältöjä?	Usein	7,9	15,4	42,1	0,000***
	Satunnaisesti	46,1	56,6	45,6	
	En	46,1	28,0	12,3	
		Rasittava liikunta tavallisen viikon aikana			
		1–2 päivänä (%)	3–5 päivänä (%)	6–7 päivänä (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Etsitkö sosiaalisessa mediassa liikunta- tai urheilusisältöjä?	Usein	5,2	24,4	43,3	0,000***
	Satunnaisesti	45,5	59,6	40,0	
	En	49,3	16,0	16,7	

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

Tulosten perusteella myös omaehtoisen liikunnan harrastamisella oli yhteys siihen, kuinka usein lukiolaiset etsivät sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöä. (taulukko 11). Omaehtoisen liikunnan harrastajista useampi etsi sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä usein tai ainakin satunnaisesti kuin niistä, jotka eivät harrastaneet omaehtoista liikuntaa mielellään (p=0,000).

TAULUKKO 11. Omaehtoisen liikunnan harrastamisen yhteys liikunta- tai urheilusisältöjen etsimisen kanssa (n=319)

		Harrastatko mielelläsi liikuntaa omaehtoisesti			
		Kyllä (%)	Silloin tällöin (%)	En (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Etsitkö sosiaalisessa mediassa liikunta- tai urheilusisältöjä?	Usein	24,5	4,9	5,9	0,000***
	Satunnaisesti	57,0	47,1	17,6	
	En	18,5	48,0	76,5	

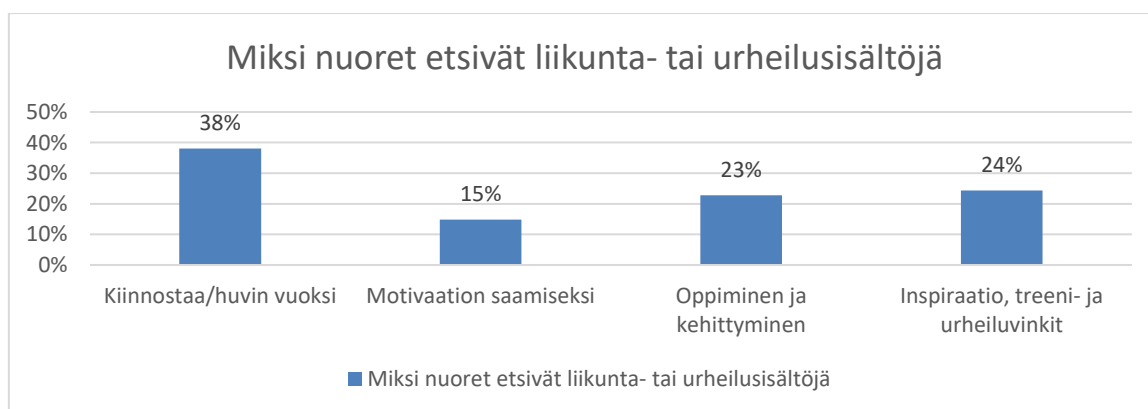
p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001



### 6.2.3 Miksi lukiolaiset hakevat liikunta- tai urheilusisältöä sosiaalisesta mediasta

Lukiolaiset ilmoittivat hakevansa sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä useimmiten kiinnostuksen tai huvin vuoksi (38,1 %). Seuraavaksi suosituimpia syitä hakea liikunta- tai urheilumateriaaleja olivat inspiraation tai treenivinkkien haku (24,3 %), oppiminen ja kehittyminen (22,8 %) sekä motivaation saamisen vuoksi (14,8 %). (kuvio 6)

Lukiolaisten (n=186) tyttöjen ja poikien vastaukset poikkesivat myös siten toisistaan, että tytöt ilmoittivat poikia useammin etsivänsä sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä motivaation, inspiraation ja treenivinkkien toivossa, kun taas pojat ilmoittivat hakevansa tyttöjä useammin liikunta- tai urheilusisältöjä kiinnostuksen tai huvin vuoksi sekä oppimisen ja kehittymisen takia (p=0,000). (taulukko 12)



KUVIO 6. Miksi nuoret etsivät liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta?

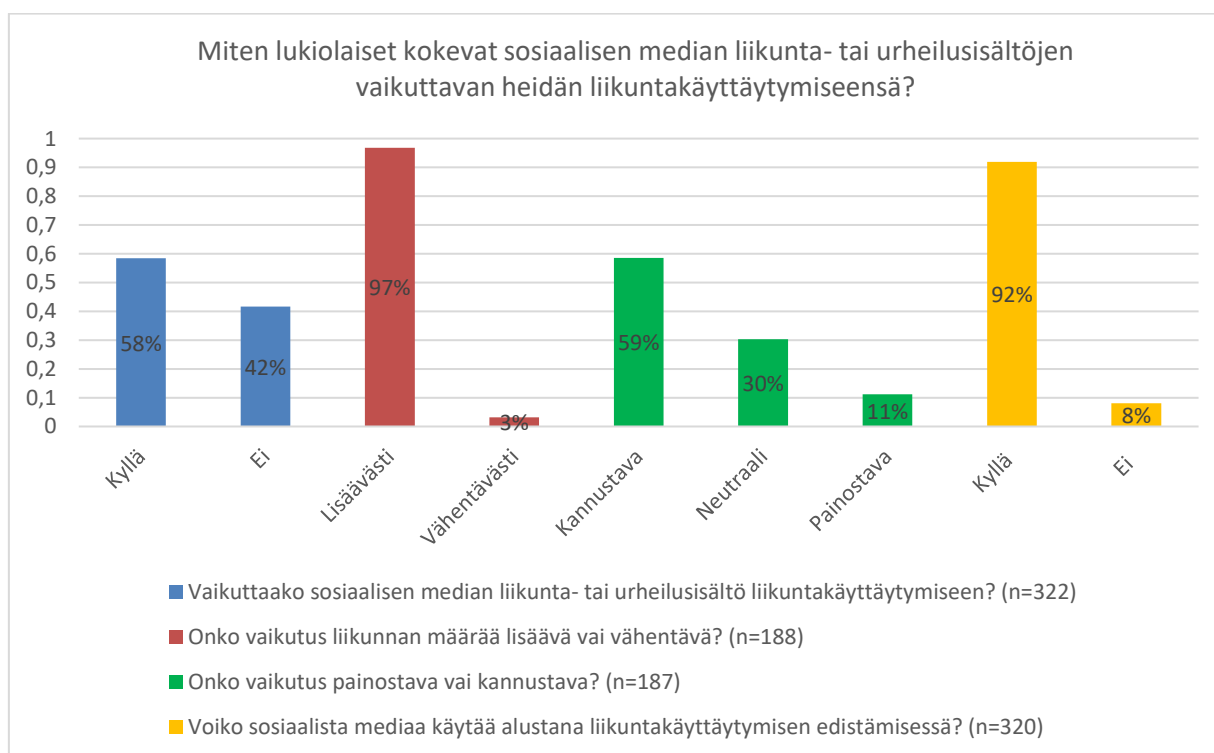
TAULUKKO 12. Miksi tytöt ja pojat etsivät liikunta- tai urheilusisältöjä (n=186)

	Pojat (%)	Tytöt (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Kiinnostaa/huvin vuoksi	61,3	22,5	0,000***
Motivaation saaminen	2,7	21,6	0,000***
Oppiminen, kehittyminen	30,7	18,0	0,045*
Inspiraatio, treeni ja urheiluvinkit	5,3	37,8	0,000***

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

### 6.3 Miten sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat lukiolaisten koettuun liikuntakäyttämiseen?

Lukiolaisista (n=322) 58,4 prosenttia koki, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa heidän liikuntakäyttämiseensä. Myöntävästi vastanneista (n=188) suurin osa (96,8 %) oli sitä mieltä, että vaikutus on enemmänkin liikunnan määrää lisäävä kuin vähentävä. Heistä (n=187) suurin osa (58,5 %) oli myös sitä mieltä, että vaikutus on liikuntaan kannustava. Lukiolaisista (n=320) suurin osa (91,9 %) oli kuitenkin sitä mieltä, että sosiaalista mediaa voisi käyttää alustana liikuntakäyttämisen edistämässä. (kuvio 7).



KUVIO 7. Miten sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat lukiolaisten liikuntakäyttämiseen

### 6.3.1 Tyttöjen ja poikien kokemukset liikunta- tai urheilusisältöjen vaikutuksesta heidän liikuntakäyttämiseensä

Lukiolaiset (n=308) pojat olivat hieman tyttöjä useammin sitä mieltä, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseen, mutta tulos ei ollut merkitsevä (p=0,099). Tytöistä ja pojista ylivoimaisesti suurin osa oli sitä mieltä, että vaikutus on mieluummin liikunnan määrää lisäävä kuin vähentävä. Lukiolaiset pojat kokivat sosiaalisen median liikunta- tai urheilumateriaalien kuitenkin olevan useammin liikuntaan kannustavia kuin tytöt. Tytöistä suurempi osa koki vaikutuksen enemmän painostavana tai neutraalina (p=0,001). (taulukko 13).

TAULUKKO 13. Sukupuolen ja sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen yhteys lukiolaisten liikuntakäyttämiseen.

		Pojat (%)	Tytöt (%)	Khiin neliötestin-arvo
Koetko, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseesi? (n=308)	Kyllä	65,5	56,1	0,099
	En	34,5	43,9	
Koetko sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen lisäävän vai vähentävän liikunnan määrääsi? (n=183)	Lisäävän	97,4	96,2	-
	Vähentävän	2,6	3,8	
Onko vaikutus enemmän liikuntaan kannustava vai liikuntaan painostava? (n=184)	Kannustava	73,1	47,2	0,001***
	Neutraali	23,1	35,8	
	Painostava	3,8	17,0	
Voisiko sosiaalinen media toimia mielestäsi alustana liikuntakäyttämisen edistämässä? (n=307)	Kyllä	93,3	93,6	0,906
	Ei	6,7	6,4	

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

### 6.3.2 Fyysisen aktiivisuuden ja liikunnan harrastamisen yhteys kokemukseen liikuntasisältöjen vaikutuksesta liikuntakäyttämiseen

Lukiolaisten (n=320) fyysinen aktiivisuus näytti lisäävän hieman kokemusta siitä, että sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat heidän liikuntakäyttämiseensä, siihen koettiin liikunta- tai urheilusisällöt painostavina vai kannustavina sekä siihen voisiko sosiaalinen media toimia liikuntakäyttämisen edistämässä, mutta mikään näistä tuloksista ei ollut tilastollisesti merkitsevä. (taulukko 14)

TAULUKKO 14. Fyysisen aktiivisuuden ja sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen yhteys lukiolaisten liikuntakäyttämiseen

		Liikunta edellisellä viikolla (60min)				Khiin neliötestin p-arvo
		1–2 päivänä (%)	3–5 päivänä (%)	6–7 päivänä (%)	Khiin	
Koetko, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseesi? (n=320)	Kyllä	51,7	60,9	63,2	0,269	
	En	48,3	39,1	36,8		
Koetko sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen lisäävän vai vähentävän liikunnan määrääsi? (n=187)	Lisäävä	89,1	99,0	100	-	
	Vähentävä	10,9	1,0	0		
Onko vaikutus enemmän liikuntaan kannustava vai liikuntaan painostava? (n=188)	Kannustava	43,5	62,3	66,7	0,154	
	Neutraali	39,1	27,4	27,8		
	Painostava	17,4	10,4	5,6		
Voisiko sosiaalinen media toimia mielestäsi alustana liikuntakäyttämisen edistämässä?	Kyllä	89,8	92,5	93,0	0,706	
	Ei	10,2	7,5	7,0		

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

Lukiolaiset (n=319), jotka liikkuvat fyysisesti rasittavasti 3–5 tai 6–7 päivänä olivat useammin sitä mieltä, että sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjä voisi käyttää liikuntakäyttämisen apuvälineenä kuin 1–2 päivänä rasittavasti liikkuvat (p=0,002).

Useammin fyysisesti rasittavasti liikkuvat olivat myös useammin sitä mieltä, että sosiaalisen median urheilusisältöjen vaikutus on enemmän kannustava kuin painostava. Vain 1–2 päivänä fyysisesti rasittavasti liikkuvat kokivat vaikutuksen useammin painostavaksi (21,9 %) vaikka suurin osa heistäkin oli sitä mieltä, että vaikutus on enemmän kannustava kuin painostava ( $p=0,011$ ). Lukiolaisista ( $n=317$ ) 3–5 päivänä fyysisesti rasittavasti liikkuvat olivat useammin sitä mieltä, että sosiaalista mediaa voisi käyttää liikuntakäyttäytymisen edistämässä verrattuna 1–2 tai 6–7 päivänä liikkuviin ( $p=0,011$ ). (taulukko 15).

TAULUKKO 15. Rasittavan fyysisen aktiivisuuden ja sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen yhteys lukiolaisten liikuntakäyttäytymiseen

		Rasittava liikunta tavallisen viikon aikana			
		1–2 päivänä	3–5 päivänä	6–7 päivänä	Khiin neliötestin p-arvo
Koetko, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttäytymiseesi? ( $n=319$ )	Kyllä	47,8	67,7	63,3	0,002**
	En	52,2	32,3	36,7	
Koetko sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen lisäävän vai vähentävän liikunnan määrääsi? ( $n=187$ )	Lisäävä	95,3	97,1	100	-
	Vähentävä	4,7	2,9	0	
Onko vaikutus enemmän liikuntaan kannustava vai liikuntaan painostava? ( $n=188$ )	Kannustava	46,9	62,9	73,7	0,011**
	Neutraali	31,3	31,4	21,2	
	Painostava	21,9	5,7	5,3	
Voisiko sosiaalinen media toimia mielestäsi alustana liikuntakäyttäytymisen edistämässä? ( $n=317$ )	Kyllä	88,0	96,8	86,7	0,011**
	Ei	12,0	3,2	13,3	

p-arvon riskitasot \* $p<0,050$ ; \*\* $p<0,010$ ; \*\*\* $p<0,001$

Omaehtoisesti mielellään liikkuvat ( $n=318$ ) kokivat useammin, että sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat heidän liikuntakäyttäytymiseensä kuin lukiolaiset, jotka eivät liikkuneet tai liikkuivat vain silloin tällöin ( $p=0,000$ ). Mielellään liikkuvat lukiolaiset

(n=188) olivat myös useammin sitä mieltä, että vaikutus on useammin liikuntaan kannustava kuin lukiolaiset, jotka eivät liikkuneet mielellään tai liikkuvat silloin tällöin (p=0,001). Mielellään omaehtoisesti liikkuvat lukiolaiset (n=316) kokivat hieman useammin kuin vähän liikkuvat tai vain silloin tällöin liikkuvia useammin, että sosiaalista mediaa voisi käyttää liikuntakäyttämisen edistämiseksi, mutta tulos ei ollut kuitenkaan tilastollisesti merkitsevä (p=0,069). (taulukko 16)

TAULUKKO 16. Omaehtoisen liikunnan harrastamisen ja sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen yhteys lukiolaisten liikuntakäyttämiseen

		Harrastatko mielelläsi liikuntaa omaehtoisesti		
		Kyllä (%)	Silloin tällöin/En (%)	Khiin neliötestin p-arvo
Koetko, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseesi? (n=318)	Kyllä	68,3	40,3	0,000***
	En	31,7	59,7	
Koetko sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisältöjen lisäävän vai vähentävän liikunnan määrääsi? (n=187)	Lisäävä	97,0	95,8	-
	Vähentävä	3,0	4,2	
Onko vaikutus enemmän liikuntaan kannustava vai liikuntaan painostava? (n=188)	Kannustava	64,7	39,6	0,001***
	Neutraali	28,7	35,4	
	Painostava	6,6	25,0	
Voisiko sosiaalinen media toimia mielestäsi alustana liikuntakäyttämisen edistämiseksi?	Kyllä	93,9	88,1	0,069
	Ei	6,1	11,9	

p-arvon riskitasot \*p<0,050; \*\*p<0,010; \*\*\*p<0,001

## 7 POHDINTA

Tämän pro gradu –tutkielman tarkoitus oli selvittää, kuinka paljon lukioikäiset hakevat sosiaalisessa mediassa liikunta- tai urheilusisältöjä sekä, miten he kokevat näiden sisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttäytymiseensä. Sosiaalisen median käyttöä tarkasteltiin yhteydessä sukupuoleen sekä fyysiseen aktiivisuuteen. Tutkimus toteutettiin yhdessä suurikokoisessa Länsi-Suomen lukiossa.

### 7.1 Tutkimuksen päätulokset

Tutkimukseen osallistuneista lukiolaisista lähes kaikki kertoivat käyttävänsä sosiaalista mediaa. Noin kaksi kolmasosaa ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa liikaa tai aivan liikaa. Kaksi kolmasosaa ilmoitti myös käyttävänsä sosiaalista mediaa  $\geq 4$  tuntia arkipäivän aikana. Lukiolaisten ilmoittama sosiaalisen median käyttöaika tuntuu todella hurjalta ottaen huomioon, että älypuhelimilla voi tehdä muitakin asioita kuin olla sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median koetun käytön ja arvioidun käyttöajan perusteella näyttäisi kuitenkin siltä, että lukiolaiset ymmärtävät, koska sosiaalista mediaa käytetään liikaa. En voi kuitenkaan välttyä ajattelemasta, että yli neljän tunnin sosiaalisen median käyttöaika päivittäin on pois mahdollisesta fyysisesti aktiivisesta ajasta, teki sosiaalisessa mediassa mitään vaan. Sosiaalisen median ongelmakäytön on jo aiemmin havaittu olevan nuorilla yhteydessä negatiivisiin terveystuloksiin (Paakkari ym. 2021).

Sosiaalisen median koettu käyttö sekä arvioitu käyttöaika erosivat tyttöjen ja poikien välillä. Tytöt ilmoittivat käyttävänsä sosiaalista mediaa poikia enemmän sekä suurempi osa tytöistä ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa liikaa tai aivan liikaa poikiin verrattuna. Tässä tuloksessa on kuitenkin tärkeä huomioida, että myös pojista noin puolet ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa neljä tuntia tai yli sekä ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa liikaa tai aivan liikaa. Erot sukupuolten välillä olisi kuitenkin hyvä ottaa huomioon tulosten tulkinnoissa. Eräissä tutkimuksissa on havaittu tyttöjen käyttävän sosiaalista mediaa useammin, kun taas pojilla pelaamiseen käytetty aika oli suurempi (Lenhart ym. 2015).

### 7.1.1 Liikunta- tai urheilusisältöjen hakeminen sosiaalisessa mediassa

Tutkimukseen osallistuneista lukiolaisista noin 70 prosenttia ilmoitti etsivänsä sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä. Tulokset ovat jokseenkin samansuuntaisia aikaisempien tulosten kanssa, jossa nuorista 53 prosenttia (Goodyear ym. 2019) etsi terveyteen liittyviä tai 77 prosenttia (Kärkkäinen 2019) liikuntaan liittyviä sosiaalisen median sisältöjä. Sekä tytöt että pojat ilmoittivat hakevansa liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta, mutta pojat ilmoittivat hakevansa kyseisiä sisältöjä tyttöjä useammin. Tämä saattaa osittain johtua siitä, minkälaisia liikunta- tai urheilusisältöjä nuoret etsivät sosiaalisesta mediasta ja, mitkä ovat perimmäiset syyt etsiä liikunta- tai urheilusisältöjä sosiaalisesta mediasta.

Sosiaalisesta mediasta haettiin useimmiten treenivideoita, urheiluvideoita ja lajivideoita. Sukupuolet erottuivat hauissa siten, että pojat ilmoittivat etsivänsä sosiaalisesta mediasta tyttöjä useammin urheiluvideoita, artikkeleita ja uutisia, kun taas tytöt ilmoittivat etsivänsä poikia useammin treenivideoita. Eri liikunta- tai urheilusisältöjen hakemisen erot saattavat osittain selittyä sillä, että pojat ilmoittivat etsivänsä sosiaalisesta mediasta pääsääntöisesti liikunta- tai urheilusisältöjä kiinnostuksen tai hovin vuoksi sekä oppimisen ja kehittymisen takia. Tyttöjen syyt hakea olivat poikia tasaisemmin jakautuneet, vaikka inspiraation sekä treeni- ja urheiluvinkkien hakeminen korostuivat eniten. LIITU tutkimuksessa (2018) kävi ilmi, että harrastetuissa lajeissa on sukupuolen välillä eroja, joka saattaa selittää poikien ja tyttöjen liikunta- ja urheilusisältöjen hakemisen eroja sosiaalisessa mediassa. Tyttöjen suosituimpiin lajeihin kuuluu tanssi, voimistelu ja ratsastus, kun taas pojilla suosituimpiin lajeihin kuuluu jalkapallo, jääkiekko ja salibandy. (Kokko ym. 2018.)

YouTube ja Instagram olivat molemmilla sukupuolilla kaksi suosituinta liikunta- tai urheilusisältöjen etsimisen alustaa. Liikunta- tai urheilusisältöjä etsiessä tytöt turvautuivat useammin kuitenkin Instagramiin, kun pojat käyttivät useammin YouTubea. Liikunta- tai urheilusisältöjen hakemisen alusta saattaa osittain vaikuttaa tyttöjen ja poikien mielenkiintoihin ja hakuihin lähinnä sen perusteella, minkälaisia sisältöjä kyseisillä alustoilla on käytössä. Tuloksista voi myös olettaa, että poikien mielenkiinnon kohteita saatetaan tarjota useammin viihdemielessä, kuten kiinnostavien urheiluvideoiden ja -klippien kautta. LIITU tutkimuksesta



(2018) käy ilmi, että pojat harrastavat enemmän joukkuelajeja, joista löytyy mahdollisesti enemmän tietoa omaa kehittymistä ja oppimista varten. Tyttöjen urheilu- ja liikuntaharrastukset keskittyvät taas enemmän yksilöurheiluun, joka saattaa selittää sen, miksi tytöt ilmoittivat hakevansa liikunta- tai urheilusisältöjä useimmiten inspiraation tai treeni- ja urheiluvinkkien takia. (Kokko ym. 2018.)

Päivittäinen fyysinen aktiivisuus, rasittavan fyysisen aktiivisuuden määrä viikoittain sekä omaehtoisen liikunnan harrastaminen olivat kaikki tilastollisesti merkitsevästi yhteydessä siihen, miten lukiolaiset ilmoittivat hakevansa sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä. Mitä useammin lukiolaiset liikkuvat sen useammin, lukiolaiset ilmoittivat hakevansa sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä. Tulokset eivät paljasta kuitenkaan syy seuraus suhdetta, joten ei tiedetä, lisääkö liikunnan määrä liikunta- tai urheilusisältöjen katsomista vai toisinpäin. Helposti voisi olettaa, että liikunnan määrä lisää liikuntasisältöjen katsomista, mutta eräiden tutkimusten mukaan liikuntasisältöjen katsominen saattaaakin lisätä liikunnan määrää (Shimoga ym. 2019; Braumüller & Hartman-Tews 2017; Braumüller 2020 mukaan). Yhteys voi toki toimia molemmin päin eli olla kaksisuuntaista.

Niistä lukiolaisista, jotka eivät mielellään harrastaneet omaehtoista liikunta, jopa 76,5 prosenttia ilmoitti, etteivät etsi sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä. Tämä kertoo mielestäni eniten siitä, että liikunnan mielekkyyden kokeminen on tärkeässä roolissa siinä, että liikunta- tai urheilusisältöjä etsitään sosiaalisesta mediasta. Jatkossa olisi kiinnostavaa saada selville, voisiko tarjoamalla mielenkiintoisia liikuntasisältöjä katsottavaksi, saada ihmiset kokemaan liikunta mielekkäämmäksi, mikä puolestaan voisi lisätä omaehtoisen liikunnan harrastamista.

### **7.1.2 Liikunta- tai urheilusisältöjen vaikutus lukiolaisten liikuntakäyttämiseen**

Lukiolaisista reilu puolet oli sitä mieltä, että sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat heidän liikuntakäyttämiseensä. Heistä ylivoimaisesti suurin osa piti vaikutusta liikunnan määrää lisäävänä sekä reilu puolet piti vaikutusta enemmän kannustavana kuin painostavana. Huolimatta siitä, että vain puolet vastasi sosiaalisen median liikunta- tai

urheilusisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttämiseensä, niin lähes kaikki lukiolaiset olivat sitä mieltä, että sosiaalista mediaa voisi käyttää alustana liikuntakäyttämisen edistämiseksi. Se, että suurin osa oli sitä mieltä, että sosiaalisen median liikuntasisältö vaikuttaa liikunnan määrää lisäävästi voi mahdollisesti johtua siitä, että ne, jotka eivät nähneet liikuntasisältöjen vaikuttavan heidän liikuntakäyttämiseensä, olivat jo rajautuneet pois vastaajajoukosta. Vastaukset antavat joka tapauksessa toivoa siihen, että sosiaalista mediaa hyödyntämällä voisi olla mahdollista vaikuttaa lukiolaisten liikuntakäyttämiseen positiivisesti.

Tytöt ilmoittivat poikia useammin, että sosiaalisen median liikunta- tai urheilusisällöt vaikuttavat heidän liikuntakäyttämiseensä painostavasti. Tytöt vastasivat poikia vaikutuksen olevan poikia useammin myös neutraali, kun taas pojista suurin osa oli selvästi sitä mieltä, että vaikutus on kannustava eikä lähes ollenkaan painostava. Sukupuolten erot saattavat johtua siitä, mitä liikunta- tai urheilusisältöjä pojat ja tytöt kuluttavat sosiaalisessa mediassa sekä, mitä heidän sosiaalisen median syötteisiinsä ilmaantuu. Tyttöjen liikunta- tai urheilusisältöjen haku näytti tulosten varjolla muutenkin liittyvän motivaation, inspiraation ja treenivinkkien saamiseen, mikä osittain viittaa itsenäiseen treenaamiseen muun muassa saliympäristössä. Sosiaalinen media on täynnä kauniita, lihaksikkaita poseeraavia kauniita ihmisiä, mikä saattaa tuottaa nuorille paineita ja epärealistisia tavoitteita. Ulkonäkökeskeisyys sosiaalisessa mediassa saattaa siis olla syy tyttöjen suurempaan kokemukseen liikuntasisältöjen painostavuudesta liikuntaan. Turussa tehty sosiologian tutkimus (2020) totesi varsinkin nuorten naisten kokevan suurempaa ulkonäköpainetta miehiin verrattuna (Åberg, Koivula & Kukkonen 2020). Tästä huolimatta noin 17 prosenttia tytöistä oli tätä mieltä, kun taas selvästi suurempi osa piti liikuntasisältöjä liikuntaan kannustavina tai neutraaleina.

Lukiolaiset, jotka liikkuvat 3–7 päivänä fyysisesti rasittavasti olivat pääsääntöisesti useammin sitä mieltä, että sosiaalinen media vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseen, vaikutus on kannustava ja sosiaalinen media toimii liikuntakäyttämisen edistämiseksi. Tuloksista kuitenkin paljastuu, että 3–5 päivänä rasittavasti liikkuvat olivat 6–7 päivänä liikkuvia useammin sitä mieltä, että sosiaalinen media vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseen ja siihen, että sosiaalista mediaa voisi käyttää liikuntakäyttämisen edistämiseksi. Tulos voi yksinkertaisesti johtua siitä, että otoskoko oli 6–7 päivänä rasittavasti liikkuvissa suhteellisen

pieni, jolloin sattuman osuus on suurempi. Voi myös olla, että 6–7 päivänä rasittavasti liikkuvien liikunnan määrä on jo valmiiksi niin suuri, etteivät he näe sosiaalisen median liikuntasisältöjen siihen enää vaikuttavan. Suurempi ero tuloksissa nähtiin useissa kysymyksissä jo niiden ryhmien välillä, jotka liikkuvat 3–5 päivänä tai 1–2 päivänä, mikä kertoo mielestäni siitä, että 1–2 päivänä rasittavasti liikkuvat eivät mahdollisesti harrasta urheilua ohjatusti seurassa. Liikkuminen fyysisesti rasittavasti 3–5 tai 6–7 päivänä kertoo usein siitä, että liikkuminen on tavoitteellisempaa ja aktiiviseen urheilemiseen viittaavaa.

Se, miten lukiolaiset olivat vastanneet kysymykseen ”harrastatko mielelläsi omaehtoista liikuntaa” kuvaa mielestäni eniten vastaajien asennoitumista liikuntaa kohtaan. Mikäli siis liikunnan harrastaminen nähtiin mielekkäänä tekemisenä, sitä useammin sosiaalisen median liikuntasisällöt nähtiin positiivisessa valossa. Harvemmin liikkuvista ja niistä lukiolaisista, jotka eivät liikkuneet mielellään, neljäsosa oli sitä mieltä, että sosiaalisen median liikuntasisältöjen vaikutus liikuntaan on painostava. Tämä viestittää siitä, että sosiaalisen median liikuntasisällöt eivät kohtaa vähemmän liikkuvien tai liikkumattomien ryhmiä merkityksellisellä tavalla. Tästä huolimatta on huojentavaa huomata, että vähemmän liikkuvat ja lukiolaiset, jotka eivät mielellään liikkuneet, olivat yhtä lailla sitä mieltä, että sosiaalista mediaa voisi käyttää alustana liikuntakäyttäytymisen edistämiseksi.

## **7.2 Tutkielman vahvuudet ja heikkoudet**

Tutkielman yksi suurimmista vahvuuksista on sen aihe ja näkökulma. Kyseisestä aiheesta on tehty vielä varsin vähän tutkimuksia ja sosiaalisen median mahdollisista hyödyistä liikuntakäyttäytymisen edistämiseksi ei tiedetä vielä paljoa. Tutkielmani oli lähinnä kuvaileva tutkimus, joka kartoittaa mahdollisia korrelaatioita ja antaa alustavaa tietoa jatkotutkimuksia ajatellen. Tutkielman aihe ja näkökulma ovat kuitenkin myös osa tutkielman heikkoutta sillä luotettavia ja toimiviksi todettuja mittareita ja kysymyksiä ei ole luotu. Tutkielman kysymykset keksittiinkin suurimmaksi osaksi itse, joka vaikuttaa tutkielman luotettavuuteen ja toistettavuuteen.

Tutkielman otoskoko (n=325) oli tutkielman lukion kokonaiskokoon (860) nähden hyvä. Lukion kaikista opiskelijoista 37,8 prosenttia vastasi kyselyyn, joten kyselyn tuloksia voi pitää edustavana tämän oppilaitoksen osalta. Tutkielman tulokset eivät ole kuitenkaan yleistettävissä tämän laajemmalle.

### **7.3 Johtopäätökset ja jatkotutkimuskohteet**

Tutkielmani tuloksista käy ilmi, että lukiolaiset käyttävät sosiaalista mediaa päivittäin huomattavan pitkiä aikoja. On kuitenkin tärkeä muistaa, ettei kaikki sosiaalisen median käyttö ole ainoastaan haitallista. Keskittymällä ainoastaan siihen, miten haitallista kaikenlainen ruutu-aika on, ei vielä päästä käsiksi siihen, kuinka voisimme lisätä lasten ja nuorten liikunnan määrää arjessa.

Suuri osa lukiolaisista kertoo käyttävänsä sosiaalista mediaa etsien liikuntaan tai urheiluun liittyvää sisältöä, mikä kertoo mielestäni siitä, että kiinnostusta liikuntaa kohtaan löytyy. Tässä liikunnan ja terveyden ammattilaisilla on mielestäni parantamisen paikka. Miksemme keskittyisi vaikuttamaan nuorten liikuntaan ja fyysiseen aktiivisuuteen käyttäen apuvälineinä nuorten suosimia keinoja kuten sosiaalista mediaa. Miksi keskitymme havainnoimaan jatkuvasti sitä, kuinka ruutuajan käyttö aiheuttaa liikkumattomuutta. Eikö olisi jo aika keksiä, miten voisimme vaikuttaa nuorten liikuntaan nuorten ehdoilla? Miten voisimme käyttää sosiaalista mediaa hyväksemme ja tehdä sen vaikutuksesta vähemmän passivoivaa.

Jatkossa olisi hyvä tutkia tarkemmin, miten erilaiset sosiaalisen median liikuntasisällöt vaikuttavat nuorten liikuntakäyttäytymiseen. Olisi myös hyvä tutkia nuorten seuraamia liikunta- ja terveyssisältöjä muutenkin, koska sosiaalinen media on myös väylä haitallisten terveystietojen välittämiseen, kuten Goodyear ym. (2018; 2019) osoitti tutkimuksessaan. Mielenkiintoista olisi myös selvittää interventiotutkimuksessa, miten sosiaalisen median liikuntasisällöt vaikuttavat erilaisten liikkujien fyysiseen aktiivisuuteen. Olisi tärkeää myös vertailla, miten sosiaalisen median liikuntasisällöt vaikuttavat jo valmiiksi fyysisesti aktiivisiin sekä vähemmän liikkuviin. Kaiken kaikkiaan tulevissa tutkimuksissa olisi hyvä selvittää, mitkä ovat ne sosiaalisen median liikuntasisällöt ja keinot, jotka edistävät nuorten fyysisen

aktiivisuuden määrää ja, mitkä sisällöt saattavat puolestaan uhata hyvinvointia. Liikunnan harrastamisen polarisoitumisen takia olisi tärkeää keskittyä erityisesti vähemmän liikkuviin nuoriin.

## 8 LÄHTEET

Al-Eisa, E., Al-Rushnud, A., Alghadir, A., Anwer, S., Al-Harbi, B., Al-Sughaier, N., Al Yoseef, N., Al-Otaibi, R. & Al-Muhaysin, A. 2016. Effect of Motivation by "Instagram" on Adherence to Physical Activity among Female College Students. *Biomed Research International*. DOI: [10.1155/2016/1546013](https://doi.org/10.1155/2016/1546013)

Andersson, M. & Jiang, J. 2018. *Teens, Social Media & Technology*. Pew Research Center.

Balfany, K., Beitzel, M. & Wilson, K. 2018. Physical Activity Posting on Social Media: Physical Activity and Self-presentation Difference Between Sharers and non-sharers. *American College of Sports Medicine*.

Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C. & Liss, M. 2017. Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences* 116. 69–72. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.039>

Braumüller, B. 2020. Young adults' perceptions of the relevance of interaction on social online networks for sports activities. *European Journal for Sport and Society*, 17:3, 231–249, DOI: [10.1080/16138171.2020.1792072](https://doi.org/10.1080/16138171.2020.1792072)

Braumüller, B. & Hartmann-Tews, I. 2017. Jugendliche als mediatisierte Stubenhocker? Eine Analyse der Zusammenhänge zwischen sportlichem und medialem Handeln von Jugendlichen aus Geschlechterperspektive ([Adolescents as mediatized couch potatoes? A gender-focused view on the relation of sport and media orientated leisure activities of adolescents). *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung*, 1–2017. 49–70. DOI: <https://doi.org/10.3224/diskurs.v12i1.05>

- Casey, A., Goodyear, V. & Armour, K. 2017. Rethinking the relationship between pedagogy, technology and learning in health and physical education. *Sport, Education and Society*. 22(2). 288–304. DOI: [10.1080/13573322.2016.1226792](https://doi.org/10.1080/13573322.2016.1226792)
- Cavallo, D., Tate, D., Ries, A., Brown, J., DeVellis, R. & Ammerman, A. 2012. A Social Media-Based Physical Activity Intervention: A Randomized Controlled Trial. *American Journal of Preventive Medicine*. 43(5). 527–532.
- Drehlich M., Naraine M., Rowe K., Lai SK., Salmon J., Brown H., Koorts H, Macfarlane S, & Ridgers ND. 2020. Using the Technology Acceptance Model to Explore Adolescents' Perspectives on Combining Technologies for Physical Activity Promotion Within an Intervention: Usability Study. *Journal of Medicine Internet Research* 22(3): e15552 DOI: [10.2196/15552](https://doi.org/10.2196/15552)
- Ebrand Group Oy. 2019. Katsaus nuorten sosiaalisen median käytöstä. <https://wordpress.ebrand.fi/somejanuoret2019/> (viitattu 11.5.2020)
- Foster, D., Linehan, C., Kirman, B., Lawson, S. & James, G. 2010. Motivating physical activity at work: using persuasive social media for competitive step counting. *Association for Computing Machinery*. 111–116. DOI: [10.1145/1930488.1930510](https://doi.org/10.1145/1930488.1930510)
- Frimming, R., Polsgrove, M. & Bower, G. 2011. Evaluation of Health and Fitness Social Media Experience. *American Journal of Health Education*. 42(4). 222–227. DOI: <https://doi.org/10.1080/19325037.2011.10599191>
- Goodyear, V. A., Kerner, C. & Mikael Quennerstedt. M. 2017. Young people's uses of wearable healthy lifestyle technologies: surveillance, self-surveillance and resistance. *Sport, Education and Society*. 24:3. 212–225 DOI: [10.1080/13573322.2017.1375907](https://doi.org/10.1080/13573322.2017.1375907)
- Goodyear, V., Armour, K. & Wood, H. 2019. Young people and their engagement with health-related social media: new perspectives. *Sport, Education and Society*. 24:7. 673–688. DOI: [10.1080/13573322.2017.1423464](https://doi.org/10.1080/13573322.2017.1423464)

- Goodyear, V., Armour, K. & Wood, H. 2018. The impact of Social Media on Young People's Health and Wellbeing: Evidence, Guidelines and Actions. Birmingham, UK: University of Birmingham.
- [http://epapers.bham.ac.uk/3070/1/The\\_Impact\\_of\\_Social\\_Media\\_on\\_Young\\_People%E2%80%99s\\_Health\\_and\\_Wellbeing\\_\(FINAL\\_15TH\\_JAN\).pdf](http://epapers.bham.ac.uk/3070/1/The_Impact_of_Social_Media_on_Young_People%E2%80%99s_Health_and_Wellbeing_(FINAL_15TH_JAN).pdf) (viitattu 15.5)
- Griffiths, M. 2017. Adolescent social networking: How do social media operators facilitate habitual use? *Education and Health*. 36(3). 66–69.
- Hales, S., Grant, B., Barr-Anderson, D. & Turner-McGrievy, G. 2016. Examining the impact of an online social media challenge on participant physical activity and bodyweight in the United States. *Sport in Society*. 19(10). 1690–1702. DOI: [10.1080/17430437.2016.1179734](https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1179734)
- Hausmann, J., Toulomtziz, C., White, M., Colbert, J. & Gooding, H. 2016. Adolescent and Young Adult Use of Social Media for Health and Its implications. *Journal of Adolescent Health* 60. 714–719.
- Hawi, N. & Samaha, M. 2017. The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review* 35(5). 576–586. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>
- Holzmüller, P.J.J., Braumüller, B. Climb ups or thumbs ups? 2020. *German Journal of Exercise and Sport*. 50, 444-452. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12662-020-00672-9>
- Huotari, O., Aunio, M., Paavola, L. & Kallio, J. 2019. Passiivisesti vietetty ruutu-aika ja sen sisällölliset muutokset sekä yhteydet fyysiseen aktiivisuuteen 7.luokalta 9.luokalle. *Liikunta ja Tiede*. 56 (2–3). 84–89.
- Kim, D., Kim, S-Y. & Choi M-I. 2016. Why Young People Use Social Media for Sports: A Uses and Gratifications Perspective. *Indian Journal of Science and Technology*. 9:26. DOI: [10.17485/ijst/2016/v9i26/97403](https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i26/97403)



- Kirk, D. 2019. School physical education and learning about health: pedagogical strategies for using social media. Teoksessa V. Goodyear & K. Armour (toim.) Young People, Social Media and Health. 1. painos. 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN. Routledge. 86–98.
- Kokko, S., Martin, L., Villberg, J., Ng, K. & Mehtälä, A. 2018. Itsearvioitu liikunta-aktiivisuus, ruutuaika ja sosiaalinen media sekä liikkumisen seurantalaitteet ja -sovellukset. LIITU-tutkimuksen tuloksia 2018. Valtion liikuntaneuvoston julkaisuja 2019:1. 17–25
- Kärkkäinen, A. 2019. Sosiaalisen median vaikutus Kajaanin lukion ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoiden liikuntakäyttäytymiseen. Kajaanin Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Lahti, J. & Pietilä, J. 2020. Vähentääkö älypuhelimien käyttö liikunnan määrää? Älypuhelimien käytön ja fyysisen aktiivisuuden yhteys lukioikäisillä. Jyväskylän yliopisto. Liikuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 25.10.2020. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/67525/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-202001271789.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lees, B., Squeglia, L.M., Breslin, F.J., Thompson, W., Tapert, S. & Paulus, M. 2020. Screen media activity does not displace other recreational activities among 9–10 -year-old youth: a cross-sectional ABCD study®. BMC Public Health 20, 1783. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09894-w>
- Lenhart, A., Smith, A., Andersson, M., Duggan, M. & Perrin, A. 2015. Teens, Technology and Friendship: Video games, social media and mobile phones play an integral role in how teens meet and interact with friends. Pew Research Center. DOI: [https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/2015-08-06\\_teens-and-friendships\\_0-01-2/](https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/2015-08-06_teens-and-friendships_0-01-2/)
- Longstreet, P. & Brooks, S. 2017. Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. Technology in Society 50. 73–77.

- Manz, K., Schlack, R., Poethko-Müller, C., Mensink, G., Finger, J. & Lampert T. 2014 [Physical activity and electronic media use in children and adolescents: results of the KiGGS study: first follow-up (KiGGS wave 1)]. *Bundesgesundheitsblatt, Gesundheitsforschung, Gesundheitsschutz*. 57(7), 840-848. DOI: [10.1007/s00103-014-1986-4](https://doi.org/10.1007/s00103-014-1986-4)
- O’Keeffe, G. & Clarke-Pearson, K. 2011. Clinical report—The Impact of Social Media on Children, Adolescents and Families. *American Academy of Pediatrics* 127(4). 800–804. DOI: <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- O’Reilly, N., Berger, I., Hernandez, T., Parent, M. & Seguin, B. 2012. Understanding adolescent sport participation through online social media. *Sport, Business and Management: An International Journal*. 2(1). 69–81. DOI: <https://doi.org/10.1108/20426781211207674>
- Paakkari, L., Tynjälä, J., Lahti, H., Ojala, K. & Lyyra Nelli. 2021. Problematic Social Media Use and Health among Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 18, 1885 DOI: [10.3390/ijerph18041885](https://doi.org/10.3390/ijerph18041885)
- Paakkari, L., Tynjälä, J., Lahti, H., Ojala, K. & Lyyra, N. Problematic Social Media Use and Health among Adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, 1885. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph18041885>
- Pinkerton, S., Tobin, J., Querfurth, S., Pena, I. & Wilson, S. 2016. “Those sweet, sweet likes”: Sharing physical activity over social network sites. *Computers in Human Behaviour*. 69. 128–135. DOI: [10.1016/j.chb.2016.12.028](https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.028)
- Polsgrove, M. & Frimming, R. 2013. A Creative Way to Utilize Social Media to Enhance Fitness and Health Knowledge. DOI: [10.1080/08924562.2013.764794](https://doi.org/10.1080/08924562.2013.764794)
- Przybylski, A. & Weinstein, N. 2017. A Large-Scale Test of the Goldilocks Hypothesis: Quantifying the Relations Between Digital-Screen Use and the Mental Well-Being of Adolescents. *Psychological Science*. 28(2), 204–215. DOI: [10.1177/0956797616678438](https://doi.org/10.1177/0956797616678438)

Pönkä, H. 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä, Docendo Oy.

Rote, A., Klos, L., Brodino, M., Harley, A. & Swartz, A. 2015. The Efficacy of a Walking Intervention Using Social Media to Increase Physical Activity: A Randomized Trial. *Journal of Physical Activity and Health*. 12(1). 18–25. DOI: [10.1123/jpah.2014-0279](https://doi.org/10.1123/jpah.2014-0279)

Sanastokeskus TSK ry. 2010. Sosiaalisen median sanasto. Helsinki

Santtila, M., Grönqvist, K., Räisänen, J. & Kyröläinen, H. 2016. Impact of social media exercise service on individuals and employees. *Biomedical Human Kinetics*. 8. 65–71.

Santtila, M., Grönqvist, K., Räisänen, J. & Kyröläinen, H. 2014. Impact of physical fitness of exercise promotion service utilizing social media. *Biomedical Human Kinetics*. 6(1). 84–89. doi:[10.2478/bhk-2014-0015](https://doi.org/10.2478/bhk-2014-0015)

Schmidt, S., Anedda, B., Burchartz, A., Eichsteller, A., Kolb, S., Nigg, C., Niessner, N., Oriwol, D., Worth, A. & Woll, A. 2020. Physical activity and screen time of children and adolescents before and during Covid-19 lockdown in Germany: a natural experiment. *Scientific Reports*. 10:21780. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-020-78438-4>

Shimoga, S., Erlyana, E. & Rebello, V. 2019. Associations of Social Media Use With Physical Activity and Sleep Adequacy Among Adolescents: Cross-Sectional Survey. *Journal of Medical Internet Research*. 21(6): e14290

Spengler, S., Mess, F. & Woll, A. 2015. Do media use and physical activity compete in adolescents? Results of the MoMo study. *PLoS One*, 10(12): e0142544. DOI: [10.1371/journal.pone.0142544](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0142544)

Tilastokeskus. 2018. Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö -tutkimus: Suomalaisten internetin käyttö 2018 – viestintää, asiointia, tiedonhakua ja medioiden seuraamista.

[http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi\\_2018\\_2018-12-04\\_kat\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2018/sutivi_2018_2018-12-04_kat_001_fi.html)

(viitattu

11.5.2020)

- Vollum, M. 2014 The potential for social media use in K-12 physical and health education. *Computers in Human Behaviour*. 560–564. DOI: [10.1016/j.chb.2014.02.035](https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.035)
- Wallin, A., Saaranen-Kauppinen, A., Rosenberg, S. & Eskola, J. 2014. Liikun, siis jaan? Nuorten käsitykset liikuntapäiväkirjan jakamisesta sosiaalisessa mediassa. *Liikunta ja Tiede*. 51(6). 78–84.
- Whiting, A. & Williams, D. 2013. Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 16(4) 362–369. DOI: <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Åberg, E., Koivula, A. & Kukkonen, I. 2020. A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social media networking sites. *Telematics and Informatics*. 46. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101319>
- Zhang, J., Brackbill, D., Yang, S. & Centola, D. 2015. Efficacy and causal mechanism of an online social media intervention to increase physical activity: Results of randomized trial. *Preventive Medicine Reports*. 2. 651–657. DOI: [10.1016/j.pmedr.2015.08.005](https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2015.08.005)

## LIITTEET

### LIITE 1. Webropol -kyselylomake

#### 1. Sukupuoli

Mies

Nainen

Muu

En halua kertoa

#### 2. Lukion vuosikurssi

1.

2.

3.

4.

Muu

#### 3. Yläasteen liikunnannumero

päättötodistuksen

4

5

6

7

8

9

10

En muista/muu

#### 4. Liikunnan harrastuneisuus

*Mieti 7 edellistä päivää. Merkitse, kuinka monena päivänä olet liikkunut vähintään 60 minuuttia päivässä.*

1. päivänä

2. päivänä

3. päivänä

4. päivänä

5. päivänä

6. päivänä

7. päivänä

#### 5. Liikunnan harrastuneisuus

*Mieti tavallista viikkoa. Merkitse, kuinka monena päivänä viikossa liikkumisesi sisältää RASITTAVAA liikuntaa.*

*Rasittava liikunta = sydämen syke nousee huomattavasti ja hengästytt selvästi.*

1. päivänä

2. päivänä

3. päivänä

4. päivänä

5. päivänä

6. päivänä

7. päivänä

6. Harrastatko aktiivisesti jotain liikuntalajia

*Harrastatko jotain urheilulajia seuratreeneissä tai itsenäisesti harjoitellen?*

Kyllä

En

7. Mitä liikuntalajia/-lajeja harrastat?

8. Harrastatko mielelläsi liikuntaa omaehtoisesti?

Kyllä

En

Silloin tällöin

9. Käytätkö sosiaalista mediaa?

*Sosiaalisen median sisältöihin kuuluu muun muassa: Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, Tiktok, Whatsapp, Discord yms.*

Kyllä

En

10. Kuinka paljon koet käyttäväsi sosiaalista mediaa

Aivan liikaa

Liikaa

Sopivasti

Satunnaisesti

Vähän

11. Kuinka paljon arvioisit käyttävän sosiaalista mediaa arkipäivän aikana

0–1h

1–2h

2–3h

4–5h

5–6h

enemmän

12. Törmätkö sosiaalisessa mediassa liikunta- tai urheilusisältöihin

Usein

Satunnaisesti

En

13. Mihin liikunta-/urheilusisältöihin törmäät?

Mainoksiin

Urheiluvideoihin

Lajivideoihin

Treenivideoihin

Kavereiden julkaisuihin

Tutkimuksiin

Artikkeleihin

Kuviin

Uutisiin

Muihin, mihin?

14. Missä sovelluksissa törmäät liikunta- ja/tai urheilusisältöihin?

Instagram  
Facebook  
Snapchat  
YouTube  
Tiktok  
Muu, mikä?

15. Haetko/etsitkö itse sosiaalisesta mediasta liikunta- tai urheilusisältöjä?

Usein  
Satunnaisesti  
En

16. Mitä sisältöjä haet?

Mainoksia/tuotteita  
Urheiluvideoita  
Lajivideoita  
Treenivideoita  
Kavereiden julkaisuja  
Tutkimuksia  
Artikkeleita  
Kuvia  
Uutisia  
Muita, mitä?

17. Miksi haet/etsit sosiaalisesta mediasta liikunta- ja/tai urheilusisältöjä?

18. Mitä sovelluksia käytät etsiessäsi liikunta- ja/tai urheilusisältöjä?

Instagram  
Facebook  
Snapchat  
Tiktok  
YouTube  
Muita, mitä?

19. Koetko, että sosiaalisessa mediassa nähty liikunta- tai urheilusisältö vaikuttaa omaan liikuntakäyttämiseesi?

*Liikuntakäyttäytyminen = Miten ja kuinka paljon liikut tai päätät liikkua.*

Kyllä  
En

20. Koetko Sosiaalisen median liikunta-/urheilusisältöjen lisäävän vai vähentävän liikunnan määrääsi?

Lisäävän  
Vähentävän

21. Onko vaikutus enemmän liikuntaan kannustava vai liikuntaan painostava?

Kannustava  
Painostava

22. Voisiko sosiaalinen media toimia alustana liikuntakäyttäjien edistämiseksi?

Kyllä

Ei

23. Oletko ollut liikunnanopetuksessa etäopetuksen aikana?

Kyllä

En

24. Käytettiinkö liikunnan etäopetuksen apuna sosiaalisen median palveluita tai sovelluksia?

Kyllä

Ei

25. Koitko sosiaalisen median käytön hyödylliseksi välineeksi liikunnan etäopetuksessa?

Kyllä

En

26. Voisiko sosiaalista mediaa hyödyntää mielestäsi liikunnanopetuksen apuvälineenä?

Kyllä, miten?