

Matias Välimäki

**SOSIAALISEN MEDIAN YHTEISÖPALVELUIDEN KÄYTÖN
YHTEYDET KÄYTTÄJÄN YKSINÄISYYDEN KOKEMUKSEEN**

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Huhtikuu 2020

TIIVISTELMÄ

Matias Välimäki : Sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käytön yhteydet käyttäjän yksinäisyyden kokemukseen
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Mediatutkimus
Huhtikuu 2020

Tämä työ tarkastelee mitä tuore akateeminen tutkimus on havainnut sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käytön yhteytyksistä käyttäjiensä yksinäisyyden kokemukseen. Työn tutkimusmenetelmänä toimii kuvaileva kirjallisuuskatsaus ja se perustuu viiteen sosiaalisen median käyttöä ja mielenterveyttä yhdessä käsittelevään tutkimukseen. Lähdeaineiston valinnassa ehdottomin kriteeri on ollut yksinäisyyden erittely erilliseksi tarkastelun kohteeksi muiden tutkittavien seikkojen ohella. Tämän lisäksi valitut tutkimukset eivät saaneet olla julkaistu ennen vuotta 2016. Sosiaalisen median ollessa alati muotoaan ja luonnettaan muuttava ympäristö tutkimuksen ajankohtaisuus aihetta käsitellessä koettiin erityisen merkittäväksi.

Työn tutkimuskysymys on: millä tavoin sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käyttö vaikuttaa käyttäjiensä yksinäisyyden kokemukseen? Työssä pyritään myös hahmottamaan aihetta käsittelevää tutkimuskenttää sekä arvioimaan sen mittareita ja menetelmiä esimerkiksi jatkotutkimusta ajatellen. Syvempää ymmärrystä tutkimuskysymystä koskeviin syihin ja seurauksiin pyritään saavuttamaan hyödyntämällä muun muassa *social comparison orientation* ja *fear of missing out* -asteikkoja. Näillä asteikoilla pyritään mittaamaan vastaajien taipuvaisuutta itsensä sosiaaliseen vertailuun ja niin sanottuun paitsi jäämisen pelkoon, joiden nähtiin käsiteltävissä tutkimuksissa olevan sosiaalisen median käyttöön olennaisesti kytkeytyviä ilmiöitä.

Tarkastellusta lähdeaineistoista ei ollut koottavissa yksiselitteistä vastausta tutkimuskysymykseen vaan sekä kohonnut että laskenut kokemus yksinäisyydestä osoittautui mahdolliseksi seuraukseksi palveluiden käytöstä. Jonkin suuntainen vaikutussuhde ilmiöiden välillä oli kuitenkin havaittavissa jokaista viittä päälähdettä tarkastellessa. Tutkimukset, joissa mitattiin käyttäjien SCO- tai FOMO-lukemia osoittivat yksimielisesti kyseisten taipumusten ennustavan sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käytöstä seuraavan negatiivisia vaikutuksia koskien etenkin käyttäjän yksinäisyyden kokemusta. Merkittävimpana havaintonaan työ toteaa kuitenkin sosiaalista mediaa ja mielenterveyttä koskevan tutkimuskentän haasteiden, luonteen, kompleksisuuden ja merkittävyyden hahmottamisen ja tunnustamisen.

Avainsanat: yksinäisyys, sosiaalinen media, yhteisöpalvelu, internet, hyvinvointi, mielenterveys, sosiaalinen vertailu, fomo

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	1
2	KÄSITTEISTÄ	3
	2.1 Sosiaalinen media	3
	2.2 Yhteisöpalvelu.....	4
	2.3 Käsitteiden ongelmallisuudesta.....	5
	2.4 Asteikot	6
	2.4.1 Social comparison orientation	6
	2.4.2 Fear of missing out	6
3	TAUSTAA.....	8
	3.1 Sosiaalisen median kehitys	8
	3.2 Sosiaalisen median asema	10
	3.3 Yksinäisyys	11
	3.4 Sosiaalinen media ja mielenterveys.....	12
4	TUTKIMUSASETELMA	14
	4.1 Tutkimuskysymys	14
	4.2 Tutkimusmenetelmä	14
	4.3 Tutkimusaineisto	15
5	TULOKSET.....	18
6	POHDINTA.....	23
7	YHTEENVETO.....	27
	LÄHTEET.....	30

1 JOHDANTO

Sosiaalinen media on mullistanut tapojamme kommunikoida ja olla tavoitettavissa. Läpi 2010-luvun sosiaalisen median suosio ja merkitys olivat merkittävässä kasvussa, eikä kehityksen ennusteta taantuvan kuluvan vuosikymmenen alullakaan muun muassa mobiililaitteiden saatavuuden parantuessa entisestään ympäri maapalloa (eMarketer 2018). Eri sosiaalisen median palvelut pyrkivät ulottumaan mitä erinäisimmille elämänalueille niin ammatillisesta kuin vapaa-ajankin näkökulmasta osan palveluista pyrkiessä kattamana tämän kaiken kokonaisvaltaisuudessaan. Kun sosiaalisesta mediasta on tullut tapa ja väline olla yhteydessä esimerkiksi ystäviin ja sukulaisiin, kumppanin tai ystävien etsimiseen tai ammatillisen verkoston ylläpitämiseen, on täysin perusteltua todeta sen läpileikkaavan elämäämme jokseenkin poikkeuksellisella tavalla. Omien tunteiden ja elämäntapahtumien raportointi sosiaalisen median kanaviin havainnollistaa myös sen korostunutta merkitystä yksilön identiteetin performanssin välineenä. Tämä murros on hämärtänyt rajoja yksityisen ja julkisen tiedon välillä sekä tuonut verkossa ja verkon ulkopuolella tapahtuvaa toimintaa lähemmäksi toisiaan (van Dijk 2013, 4, 7). Mobiililaitteet ja nykyaikaiset verkkoyhteydet taas mahdollistavat näiden palveluiden läsnäolon ympäri vuorokauden pitkälti missä vain käyttäjän fyysisestä olinpaikasta riippumatta korottaen näin ilmiön merkittävyyttä entisestään.

Sosiaalisen median ollessa enenevässä määrin arkipäiväinen osa kulttuuriamme, tapaamme tuntea yhteyttä ja osallistua, kuin myös oman identiteettimme performanssia on sen käytön yhteydet käyttäjiensä mielenterveyteen alkaneet olla esillä niin julkisessa keskustelussa kuin tieteellisessä tutkimuksessakin. Väitetysti sosiaalista elämää kohentavien palveluiden käytöllä on pelätty olevan hyvinkin päinvastaisia vaikutuksia käyttäjiensä sosiaalisuuteen ja ylipäätään mielenterveyteen. Aihetta toistaiseksi käsitellyt tieteellinen tutkimus on myös laajalti keskittynyt ilmiön negatiivisiin näkökulmiin (Mackson ym. 2019, 2160). Toisaalta sosiaalinen media näyttäytyy mahdollisuutena yhteenkuuluvuudelle ja kanssakäymiselle, mutta toisaalta se voi tarjota välineen itsensä negatiiviseen vertailuun suhteessa kanssaihmiisiin

(Haferkamp & Krämer 2011, 309), mikä on omiaan ruokkimaan muun muassa yksinäisyyden ja riittämättömyyden tunteita.

Tulenkin työssäni tarkastelemaan sosiaalisen median käytön yhteyksiä käyttäjiensä yksinäisyyden kokemukseen. Yhdysvaltalaisen kyselytutkimuksen (Cigna 2020) mukaan 61 % vastaajista koki tuntevansa yksinäisyyttä jatkuvasti tai silloin tällöin. Yksinäisyys näyttäytyi kasvavaksi ongelmaksi suhteessa samaisen tutkimuksen aiempaan vuosikertaan. Kyselystä oli havaittavissa myös kasvava korrelaatio sosiaalisen median aktiivisen ja kevyemmän käytön kanssa suhteessa yksinäisyyteen. Vaikka Suomessa yksinäisyyden on havaittu jopa vähentyneen lievästi 1990-luvun jälkeen, todetaan sen edelleen olevan merkittävä ongelma (Saari 2016, 8, 36). Yksinäisyyden tiedetään myös olevan ihmisten henkiseen ja fyysiseen terveydentilaan negatiivisesti vaikuttava, mahdollisesti pitkäaikainen olotila (Saari 2016, 40), mikä itsessään jo perustelee sen vakavuutta ja merkittävyyttä. Saari (2016, 36) arvioi teknologisoitumisen ja yksilöllistymisen enemmän vähentäneen kuin kasvattaneen suomalaisten tunnetta yksinäisyydestä. Tämä havainnollistaakin näiden kahden ilmiön keskinäisten vaikutuksien ympärillä käytävän keskustelun sekä tutkimuksen usein toistuvia ristiriitaisia ja hyvinkin päinvastaisia pohdintoja ja päätelmiä. On mielenkiintoista tarkastella mitä tuore akateeminen tutkimus on aiheesta havainnut sosiaalisen median palveluiden näyttäessä tarjoavan potentiaalisesti kokemusta niin lisääntyneestä kuin vähentyneestäkin yksinäisyyden tunteesta käyttäjillensä. Työni tutkimusmenetelmänä toimii kuvaileva kirjallisuuskatsaus (Salminen 2011, 6). Tarkastelen työssä tarkemmin viittä sosiaalista mediaa ja mielenterveyttä käsittelevää tieteellistä artikkelia, jotka jokainen erottelevat yksinäisyyden erilliseksi tarkastelun kohteeksi.

2 KÄSITTEISTÄ

2.1 Sosiaalinen media

Kun aiheeseen perehdytään arkiymmärrystä syvemmälle, alkaa *sosiaalinen media* käsitteenä näyttäytyä kohtalaisen epäjohdonmukaiselta ja ongelmalliselta. Sosiaalinen media on ollut käsitteenä hyvin vahvasti esillä noin vuosikymmenen ajan; sitä on ehdotettu niin ratkaisuksi kuin syyksikin mitä erinäisemmissä positiivissa sekä negatiivisissa asiayhteyksissä. Muun muassa ihmisten välisen kanssakäymisen tai politiikan on todettu mullistuneen sosiaalisen median vaikutuksen myötä (van Dijck 2013, 18, 23). Samalla kuitenkin käsite, jolle asetetaan näinkin suuria painoja, on vailla yksiselitteistä määritelmää.

Arkiymmärryksessä sosiaalinen media tunnutaan mielletävän sosiaalisen median kategorisoinneissa sen itsensä alaluokaksi luettaviksi yhteisöpalveluiksi. Yhteisöpalveluista Facebook ja Twitter näyttelevät tässä suhtautumisessa erityisen korostunutta roolia (Obar & Wildman 2015, 746). Viime vuosina on myös Instagram noussut oman näkemykseni mukaan rinnalle. Myös osa akateemisesta kirjallisuudesta tuntuu ymmärtävän sosiaalisen median käsitteen edellä kuvatulla kapealla tavalla, mutta useimmiten käsitteen alle lasketaan laajemmin mitä erinäisempiä pikaviestisovelluksia ja yhteisöllisiä verkkosivustoja tai muita alustoja. Käsitteen laajemman ymmärryksen kontekstissa nousee taas usein esiin perusteluiden puute sille, miksi tietyt palvelut jätetään käsitteen ulkopuolelle. Kaiken kaikkiaan termistön ympärillä vallitsee jonkinasteinen ongelmallisuus yhteisymmärryksen, selkeyden ja tarkempien määrittelyiden puutteesta.

Seuraavaksi esitän kaksi pyrkimystä sosiaalisen median käsitteen määrittelyyn tai kuvailuun aihetta käsittelevissä akateemisissa artikkeleissa sekä yhden sanakirja määritelmän. Kaplanin & Haenleinin (2010, 61) mukaan ”*sosiaalinen media on joukko*

internet-sovelluksia, joiden ideologinen ja tekninen perusta on Web 2.0:ssa¹ ja jotka mahdollistavat loppukäyttäjien tuottaman sisällön luomisen ja välittämisen". Obar & Wildman (2015) kuvailevat sosiaalisen median olevan toistaiseksi Web 2.0 pohjaisista palveluista koostuva ilmiö, jonka olennaisina piirteinä ovat sen käyttäjien luoma sisältö ja liikenne, käyttäjien henkilökohtaiset profiilit sekä erilaiset tavat luoda verkostoja näiden profiilien välille. Yhdysvaltalainen Merriam-Webster verkkosanakirja (2019) määritteli sosiaalisen median seuraavasti: "*Elektronisen kommunikoinnin muodot (kuten verkkosivustot sosiaaliseen verkostoitumiseen ja mikroblogaamiseen) joiden kautta käyttäjät luovat verkkoyhteisöjä jakaakseen informaatiota, ideoita, henkilökohtaisia viestejä ja muuta sisältöä (kuten videoita)*". Kaikista edellä listatuista pyrkimyksistä on havaittavissa kyseessä olevan käsite, jolla pyritään kuvailemaan erinäisten ilmiöiden muodostamaa kokonaisuutta, minkään kolmesta määritelmästä tekemättä sitä kuitenkaan kovin selkeästi tai tarkasti rajaten.

Käytän itse tässä työssä sosiaalisen median -käsitettä tarkastellessani ilmiön yleisluontoisempaa tai laajempaa käsittelyä julkisessa ja akateemisessa kontekstissa. Varsinaista lähdeaineistoani käsitellessä pyrin tarkastelemaan sosiaalisen median yhteisöpalveluiden vaikutuksia, joten tällöin käytän sosiaalisen median -käsitettä vain tapauksissa, joissa lähdeaineisto tekee myös niin. Näissä tapauksissa lähdeaineisto ei tee selvää jaottelua siihen minkälaisista sosiaalisesta mediaa se tarkastelee.

2.2 Yhteisöpalvelu

Van Dijck jaottelee sosiaalisen median palvelut neljään eri kategoriaan, joista ensimmäisenä hän listaa yhteisöpalvelut – *social network sites (SNS)*². Hän kuvaa yhteisöpalveluita sivustoiksi, jotka ensisijaisesti korostavat käyttäjien tai käyttäjäryhmien välistä kommunikointia. Yhteyksiä käyttäjien välille luodaan muun

¹ Web 2.0 käsitteestä on lisää luvussa 3.1.

² Englanninkielien termit *social network service* ja *social networking service* ovat molemmat myös kohtaisen yleisessä käytössä yhteisöpalveluista puhuttaessa.

muassa henkilökohtaisista, ammatillisista ja maantieteellisistä lähtökohdista ja niin sanotut kevyemmät siteet (*weak ties*) ovat toiminnassa ensisijaisia. Esimerkkeinä yhteisöpalveluista hän mainitsee muun muassa Facebookin, Twitterin, LinkedInin sekä nyt jo suljetun Google+ -palvelun. (Van Dijck 2013, 8-9). Suosituimmille yhteisöpalveluille on myös nähdäkseni usein tyypillistä, että käyttäjillä on mahdollisuus liittää profiiliinsa oman nimensä tai kuvansa. Tämän seurauksena toiminta palveluissa voi potentiaalisesti risteytyä käyttäjän palveluiden ulkopuolisen elämän kanssa.

Kun itse käytän tässä työssä yhteisöpalvelu -käsitettä viitataan käyttäjäprofiili- ja viestintäkeskeisiin sosiaalisen median palveluihin. Selkeimpinä esimerkkeinä tämänkaltaisista palveluista mainitsisin Facebookin, Snapchatin ja Instagramin. Tällöin tarkastelun ulkopuolelle jäävät useissa tapauksissa YouTuben ja Wikipedian kaltaiset palvelut. On kuitenkin todettava, että yhteisöpalveluista puhuttaessa on lopulta usein kyse palvelun tiettyjen ominaisuuksien tai käyttötapojen luonteesta enemmän kuin varsinaisesta palvelun omasta lukiasta kategoriasta. Tämän vuoksi edellä mainitut esimerkit palveluista eivät ole ehdoton rajaus, vaan pyrkimys helpottaa aiheen analyttistä tarkastelua. Pyrin avaamaan muun muassa sosiaalisen median palveluiden kategorioiden häilyvää luonnetta seuraavassa luvussa.

2.3 Käsitteiden ongelmallisuudesta

Van Dijck alleviivaa sosiaalisen median palveluiden yksiselitteisen jaottelun olevan käytännössä mahdotonta ja perusteleekin pyrkimystä kategorisointiin, koska se helpottaa aiheen analyttistä tarkastelua. Yhteisöpalveluiden jälkeen hän esittelee kategorian *user-generated content (UGC)*, joilla hän tarkoittaa sivustoja, joissa luovuus sekä käyttäjien luomat sisällöt ovat keskiössä. Esimerkkeinä hän mainitsee palvelut kuten YouTube, Flickr ja Wikipedia. Van Dijck pyrkii hahmottamaan palveluiden kategorisoinnin ongelmallisuutta maininnalla siitä, että esimerkiksi YouTubesta ja sen kehityksestä löytyy runsaasti yhteisöpalvelun piirteitä. Toisaalta taas yhteisöpalvelu Facebookin on havaittu panostavan yhä enemmän mitä erinäisempiin ominaisuuksiin, jotka asettuvat yksinään ensisijaisesti enemmän muihin kuin SNS-kategoriaan. (Van Dijck 2013, 8-9.) Eri palveluiden asettamista pysyvästi erinäisiin kategorioihin vaikeuttaa

edellä mainitun lisäksi myös se, että itse palvelut ovat jatkuvan muutoksen ja kehityksen alla niiden muuttaessa muotoaan ja luonnettaan jatkuvasti.

Palveluiden luonteen ja tekniikan jatkuvan muutoksen voi nimetä myös yhdeksi merkittäväksi syyksi koko sosiaalisen median kattokäsitteen määrittelyn ongelmallisuuteen. Sosiaalisen median palveluiden kuvatusta luonteesta löytyy myös paljon yhtäläisyyksiä aikaisempiin teknologioihin kuten esimerkiksi matkapuhelimiin tai sähköpostiin. Sähköpostin lisäksi myös lukuisilla muilla ei-ensisijaisesti sosiaalisiksi mediaksi mielletyillä internet-palveluilla voi olla hyvinkin sosiaalisia piirteitä tai ominaisuuksia, mikä jälleen hämärtää aiheen rajausta ja määrittelyä. (Obar & Wildman 205, 746.) Sosiaalisen median käsitteen ymmärtäminen suosituimpien yhteisöpalveluiden kautta on toistaiseksi tarjonnut arkikeskustelussa riittävää yhteisymmärrystä sen jonkinasteiseen käsittelyyn, mutta tulevaisuudessa etenkin akateemisissa kontekstissa näinkin merkittävä ilmiö tulisi pyrkiä tunnistamaan ja määrittelemään huomattavasti tarkemmin ja selkeämmin.

2.4 Asteikot

2.4.1 Social comparison orientation

Osa työssäni käsiteltävistä tutkimuksista (Yang 2016; Reer ym. 2019) hyödyntää Gibbsonin ja Buunkin (1999) kehittämää *social comparison orientation* (SCO) -asteikkoa. Asteikko pyrkii mittaamaan vastaajan taipuvaisuutta itsensä sosiaaliseen vertailuun suhteessa muihin. Yksitoistakohtaisessa väitepatteristossa käsitellään vastaajan taipuvaisuutta määrittää ja ohjata itseään, ajatuksiaan ja tekemisiään suhteessa muihin ihmisiin. Väitteitä joihin vastaajan tulee reagoida ovat esimerkiksi *”pyrin usein selvittämään miten muut toimisivat samankaltaisessa tilanteessa”* tai *”kiinnitän paljon huomiota siihen, miten teen asioita suhteessa siihen, miten muut tekevät asioita”*.

2.4.2 Fear of missing out

Osa työssäni käsiteltävistä tutkimuksista (Reer ym. 2019; Hunt ym. 2018) hyödyntää Przybylskin ym. (2013) kehittämää *fear of missing out* -asteikkoa (FoMOs). Przybylskin ym. (2013) määrittelevät *fear of missing out* -ilmiön *”läpitunkeväksi ahdistukseksi siitä,*

että muut saattavat olla kokemassa palkitsevia kokemuksia, joissa ei itse ole osallisena".

Kymmenkohtainen asteikko pyrkii huomiomaan vastaajien pelot, huolet ja ahdistuksen tunteet suhteessa esimerkiksi tapahtumiin, kokemuksiin ja keskusteluihin, joihin he voisivat potentiaalisesti osallistua tai joista he kokevat jäävänsä paitsi. Väitteitä joihin vastaajan tulee reagoida ovat esimerkiksi *"huolestun, kun saan selville ystäväni pitävän hauskaa ilman minua"* tai *"kun menen lomalle, jatkan ystäväni tekemisten silmällä pitämistä"*.

3 TAUSTAA

3.1 Sosiaalisen median kehitys

Läpi internetin historian sen kehittäjät ja etenkin käyttäjät ovat olleet kiinnostuneita tietotekniikan ja -verkkojen mahdollistamasta ihmisten välisestä kanssakäymisestä. Esimerkiksi sähköposti kattoi jokseenkin yllättävästi internetiä edeltäneen ARPANET-verkon liikenteestä jopa kolmanneksen vuonna 1973 (Hafner & Lyon 1996, 194). Alun perin Yhdysvaltain puolustusvoimien perustama verkko oli käynnistetty vain muutamia vuosia aikaisemmin vuonna 1969 (Hafner & Lyon 1996, 151-154). Käyttäjien suuri halukkuus hyödyntää tietotekniikka ihmisten väliseen kommunikointiin on ollut siinä läsnä jo lähes internetin ensimmäisistä vuosista alkaen. Jennings ym. (1986, 945) mukaan ARPANET opettikin kehittäjilleen informaation jakamisen olevan tietokoneiden suurimpia potentiaalisia hyötyjä sekä näiden oppien muovanneen merkittävästi tietokoneiden ja tekoälyn kehittämistä.

Sähköpostin, moodemipurkkien³ ja IRC:n⁴ jälkeen internetin käytöstä alkoi tulla vähemmän asiantuntemusta vaativaa ja näin myös helpommin lähestyttävää. Tähän oli syynä muun muassa vuonna 1991 kehitetty linkkirakennetta hyödyntävä World Wide Web ja graafiset verkkoselaimet. Internet alkoi muuttua enemmän suljetusta ympäristöstä selailun ja seikkailun mahdollistavaksi alustaksi. WWW:n myötä alkaneen internetin kaupallistumisen jälkeen verkon yhteisöpalveluiden ja koko internetin luonne alkoi jälleen kuitenkin muuttua merkittävästi vuosituhaten vaihteessa. Vaikka internet-surffailun mahdollistava WWW tarjosi yhteisöllisiä sekä ylipäätään käyttäjien väliseen kanssakäymiseen pohjautuvia palveluita, kuten erinäiset keskustelufoorumit tai

³ Purkki (BBS – Bulletin Board System) on lankapuhelinverkossa oleva tietokone, joka siihen yhdistämällä voi tarjota alustan esimerkiksi keskusteluille tai tiedostojenjaolle.

⁴ IRC (Internet Relay Chat) on Suomessa vuonna 1988 kehitetty reaaliaikaisen keskustelun mahdollistava internetpalvelu.

chat-sivustot, alkoi nykymallinen sosiaalinen media kehittyä vasta vuosituhannen vaihteessa. (van Dijck 2013, 5, 10.)

Aktiivisesti erinäisiin palvelun sisäisiin tai ulkoisiin sisältöihin sekä muihin käyttäjiin ja sivustoihin ohjaavat uudet yhteisöpalvelut olivat interaktiivisempia ja kokonaisvaltaisempia sekä usein omien sanojensa mukaan sosiaalisempia. Käyttäjät haluttiin saada osallistumaan. Käyttäjien osallistuttaminen ja kyseisen toiminnan entistä voimakkaampi kaupallistaminen alkoivat näkyä 2000-luvulta alkaen huomattavasti selkeämmin internetissä, sen palveluissa sekä näiden kehityksessä ja rakentamisessa. Kyseisenä ajanjaksona moni nykypäivänä sosiaalisiksi mediaksi ymmärtämämme merkittävä palvelu, kuten Wikipedia (2001), Facebook (2004), YouTube (2005) ja Twitter (2006) saikin alkunsa. Tällöin sosiaalisen median käsite ei ollut kuitenkaan vielä nykymallisessa käytössä. Van Dijckin mukaan palveluiden runsaan kirjjon ja edellä kuvatun kehityksen tuloksena oli syntynyt *”toisiinsa linkittyneiden alustojen maailmanlaajuinen infrastruktuuri luovuudelle sekä sosiaalisuudelle”*. (van Dijck 2013, 3-11.)

Tätä uudistusta pyrkii kuvaamaan vuosituhanteen vaihteessa kehitetty ja levinnyt Web 2.0 -käsite. Web 2.0 ei ole yksiselitteinen käsite tai uudistus, vaan pyrkimys kuvata internetin sisältöjen ja niiden rakentamisen uusia toimintatapoja ja teknologioita, joiden olennaisina piirteinä oli vuorovaikutteisempi ja toiminnallisempi internet (van Dijck 2013, 4-6). Web 2.0 -käsite on kuitenkin saanut kritiikkiä osakseen; esimerkiksi WWW:n kehittäjän Tim Berners-Leen on todennut sen periaatteiden olleen tavoitteena verkon kehittämisessä hänen toiminnassaan jo yli vuosikymmen aikaisemmin (Anderson, 2006). Web 2.0 -käsitettä kohtaan osoitetusta kritiikistä huolimatta on silti kiistatonta, että internetin luonne, kulttuuri ja merkitys alkoivat uudistua huomattavasti 2000-luvulla termin lanseeraamisen yhteydessä. Tämä uudistus ilmeni internetin alati nousevien käyttäjämäärien lisäksi kirkkaimmin nykymallisen sosiaalisen median synnyssä ja sen alkaneessa suosiossa.

3.2 Sosiaalisen median asema

Van Dijckin (2013) kuvaileman infrastruktuurin merkittävyyttä ja läpileikkaavuutta nykypäivänä voi pyrkiä havainnollistamaan sosiaalisen median käyttäjämäärien avulla. Kansainvälisen televiestintäliiton ITU:n (2019) mukaan koko internetissä oli vuonna 2019 4.13 miljardia käyttäjää. Markkinatutkimusyriitys eMarketerin (2018) arvion mukaan kaikilla sosiaalisen median palveluilla oli yhteensä 2.82 miljardia käyttäjää maailmanlaajuisesti vuonna 2019, joka taas on noin 68 % kaikista internetin käyttäjistä ja 45 % koko maapallon väestöstä. Molempien lukujen arvioidaan myös kasvavan edelleen tulevaisuudessa mobiililaitteiden tullessa yhä helpommin saatavaksi ympäri maailman. Palveluista suurimman, Facebookin, asemaa havainnollistaa palveluun vähintään kuukausittain kirjautuvien käyttäjien määrä, joka Facebookin (2019) oman raportin mukaan oli vuonna 2019 2.45 miljardia. Näiden lukujen varjossa Facebookia käyttää siis noin 87 % kaikista sosiaalisen median palveluiden käyttäjistä. Käyttäjämäärältään Facebookista seuraavia Digital 2019 raportin (We Are Social ym. 2019) mukaan ovat YouTube (2 miljardia käyttäjää), WhatsApp (1.6 miljardia käyttäjää), Facebook Messenger (1.3 miljardia käyttäjää), Kiinassa merkittävä WeChat (1.1 miljardia käyttäjää) sekä Instagram (1 miljardia käyttäjää). Monet verrattain tunnetut palvelut kuten Twitter, Reddit, Snapchat, Pinterest tai LinkedIn jäävät raportin mukaan käyttäjiltään 300-330 miljoonan käyttäjän haarukkaan, mikä havainnollistaa ensiksi listatuiden suurta kokoa.

Ikäryhmien tasolla parhaiten ja vaivattomimmin uudet normit ja tavat ovat sisäistäneet nuoret sukupolvet. Heille sosiaalisen median alustat ovat olleet luontainen ja vähintään lähes aina läsnä ollut yhteydenpidon muoto, johon ei ole liittynyt ilmiön vaiheittaista sisäistämistä tai hyväksymistä (van Dijck 2013, 19). Vuonna 2015 julkaistun arvion mukaan 90 % yhdysvaltalaisista 18-29-vuotiaista käytti sosiaalista mediaa (Perrin, 2015). Tilastokeskuksen (2017) Vapaa-aikatutkimuksen mukaan suomalaisista 15-19-vuotiaista 71 % käytti Facebookia, 81 % Instagramia ja 85 % Snapchatia. Pikaviestisovellus WhatsApp taas oli saman tilaston mukaan käytössä 10-24-vuotiaista suomalaisista 95-96 %:lla. Sosiaalisen median muutenkin merkittävä asema siis korostuu selvästi entisestään

nuorempien käyttäjien keskuudessa. Yksinäisyyttä seuraavien fyysisten ja psyykkisten sairauksien riski on korostuneen suuri kasvuikäisten tapauksessa (Shevlin ym. 2014, 633) tehden ilmiöstä nuorille ikäpolville erityisen merkityksellisen useastakin syystä.

3.3 Yksinäisyys

Yksinäisyyden on havaittu olevan yhteydessä heikompaan hyvinvointiin niin henkisillä kuin fyysisillä osa-alueilla (Patterson & Veenstra 2010, 186). Suomessa Tilastokeskuksen (2019) mukaan vuonna 2018 yli 15-vuotiaista 21,2 % koki olleensa yksinäinen viimeisen neljän viikon aikana. Myös Tilastokeskuksen tutkimuksessa havaittiin yksinäisten heikompi yleinen terveydentila. Cignan (2018) teettämässä tutkimuksessa yhdysvaltalaisilta vastaajilta kysyttiin heidän kokemuksistaan suhteessa listattuihin yksinäisyyteen liittyviin tuntemuksiin kuluneen vuoden aikana. Ulkopuolisuutta sekä ihmissuhteiden merkityksettömyyttä oli kokenut 43 % vastaajista. Suhteessa sosiaaliseen mediaan eniten mielenkiintoa herättävä lukema oli 56 %:n kokemus siitä, kuinka heillä on ihmisiä ympärillään, mutta ei seuranaan. Luonteeltaan tilanne on hyvin samankaltainen mitä sosiaalisen median kritiikissä kuvaillaan palveluiden luovan käyttäjälleen.

Tietotekniikan käytön yhteydet käyttäjiensä eristyneisyyteen tai yksinäisyyteen ovat puhuttaneet jo ennen sosiaalista mediaa. Aihetta on tutkittu (Kraut ym. 1998) jo WWW:n valtakauden aikana sosiaalisen median tuodessa kentälle palveluiden toiminta- ja suunnitteluperiaatteiden sekä niiden aseman ja merkityksen vuoksi entistä monimutkaisempia ja merkittävämpiä kysymyksiä. Sosiaalisen median korostuneen merkittävä asema nuorten keskuudessa luo myös erityisiä haasteita koskien palveluiden vaikutuksia kehitysiässä oleviin käyttäjiinsä. Koska sekä ihmisten yksinäisyys että sosiaalinen media ovat ajassamme runsaasti esiintyviä puheenaiheita, niin arkisessa kuin akateemissakin kontekstissa, on perusteltua ja tarpeellista yrittää ymmärtää näiden ilmiöiden välisiä yhteyksiä ja vaikutuksia toisiinsa. Internetin, mobiililaitteiden ja sosiaalisen median seurauksena ihmiset eivät ole olleet läpi historiansa näin laajasti ja jatkuvasti tavoitettavissa tai mahdollisuuksissa tavoittaa muita. Huolimatta ennennäkemättömistä mahdollisuuksista olla yhteydessä, kokemus

yhteydettyä ja yksinäisyydestä on kasvava ongelma, mikä luo hedelmällisen ja tärkeän pohjan näiden ilmiöiden väliselle tutkimukselle.

3.4 Sosiaalinen media ja mielenterveys

Sosiaalisen median käytön ja yksinäisyyden kokemuksen yhteyksiä on tutkittu paljolti osana laajempaa mielenterveyttä ja sosiaalisen median käyttöä koskevaa tutkimusta. Aiheiden yhteydet toisiinsa ovat alkaneet kiinnostaa tutkijoita enenevässä määrin 2010-luvun kuluessa määrän kasvaessa vuosikymmenen edetessä sosiaalisen median arkipäiväistymisen mukana. Tähänastiset tutkimustulokset koskien sosiaalisen median käytön suhdetta käyttäjiensä mielenterveyteen ovat olleet kuitenkin ristiriitaisia (Yang 2016, 703). Osa tutkimuksesta on yhdistänyt palveluiden käytön lisääntyneeseen hyvinvointiin ja vähäisempään yksinäisyyteen (Lou ym. 2012), kun taas suurempi osa kentän tutkimuksesta osoittaa päinvastaisia tuloksia (Vannucci ym. 2017). On myös esitetty tuloksia, joiden mukaan sosiaalisen median palveluiden käyttö ei vaikuttaisi käyttäjän palveluiden ulkopuolisiin ihmissuhteisiin (Pollet ym. 2011).

Yksinäisyys esiintyy kentän tutkimuksessa usein yhtenä mitattavana yksikkönä monesti esimerkiksi masentuneisuuden ja ahdistuneisuuden rinnalla. Osassa aihetta koskevaa tutkimusta yksinäisyys on merkittävämmän huomion alla, kun taas osassa muut seikat on nostettu suurempaan rooliin näkökulman mukaan. Näyttää kuitenkin olevan harvinaista, ettei yksinäisyyden, yhteyden tai yhteenkuuluvuuden käsitteitä olisi esillä lainkaan sosiaalisen median ja mielenterveyden yhteyksiä käsittelevässä tutkimuksessa.

Aiheesta on tehty runsaasti poikittaistutkimusta, joissa tulokset nojaavat usein koehenkilöiden itse ilmoittamiin kokemuksiin suhteessa heidän henkisen hyvinvointinsa eri osa-alueisiin. Tämänkaltaisessa tutkimuksessa ilmiöiden välistä kausaliteettia ei voida osoittaa eivätkä mittarit ole aidosti objektiivisiä. Toisaalta liian kontrolloitu tutkimusasetelma ei tarjoa realistisia tuloksia koskien koehenkilöiden sosiaalisen median käyttöä heidän todellisessa arjessaan. Tähänastinen tutkimus tuntuu vasta alkavan hahmottamaan ilmiön kompleksisuutta ja siihen liittyvien muuttujien loputtomalta tuntuva määrä. Sosiaalisen median palveluita on lukemattomia samoin

kuin tapoja käyttää niitä. Ennen kaikkea kuitenkin itse palveluiden käyttäjien sekä heidän sisäisten ja ulkoisten ominaisuuksien ja olosuhteiden kirjo on niin loputon, että pyrkimys niiden kaikkien huomioimiseen ja paikantamiseen tuo tutkimuskentälle merkittäviä haasteita.

4 TUTKIMUSASETELMA

4.1 Tutkimuskysymys

Tässä työssä tarkastellaan kootusti mitä tähänastinen tutkimus on havainnut sosiaalisen median käytön yhteyksistä käyttäjiensä yksinäisyyden kokemukseen. Seuraako sosiaalisen median käytöstä kokemus lisääntyneestä tai vähentyneestä yksinäisyyden tunteesta vai onko ilmiöiden välillä merkittävää yhteyttä lainkaan? Työ pyrkii myös tarkastelemaan itse palveluiden käyttäjien sekä heidän käyttötapojensa piirteitä tai ominaisuuksia, joiden on mahdollisesti havaittu toimivan välittäjinä lisääntyneelle tai vähentyneelle yksinäisyyden kokemukselle käsiteltävässä asiayhteydessä. Työ perustuu tutkimuksiin, joissa on tutkittu sosiaalisen median käytön yhteyksiä muun muassa käyttäjien mielenterveyteen tai hyvinvointiin, eritellen yksinäisyyden erilliseksi mittariksi. Osa käsiteltävistä tutkimuksista rajaa tutkimuksensa käsittelemään yhtä tai useampaa sosiaalisen median yhteisöpalvelua (Facebook, Instagram, Snapchat) osan jättäessä jo yhteisöpalveluiden ja koko sosiaalisen median keskinäisen rajauksen hieman epäselväksi. Yhteisöpalvelut nähdään sosiaalisen median alakategoriana (van Dijck 2013, 8). Yhteisöpalvelu käsitteestä ja sosiaalisen median alaluokituksista on lisää aiemmissa luvuissa 2.2 ja 2.3.

Tämän tutkielman tutkimuskysymys on seuraava:

- Millä tavoin sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käyttö vaikuttaa käyttäjiensä yksinäisyyden kokemukseen?

4.2 Tutkimusmenetelmä

Työn tutkimusmenetelmänä toimii kuvaileva kirjallisuuskatsaus (Salminen 2011, 6). Tulen hahmottelemaan ja kuvaamaan mitä sosiaalista mediaa, mielenterveyttä ja hyvinvointia yhdessä käsittelevä tutkimus on havainnut sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käytön yhteyksistä käyttäjiensä kokemukseen yksinäisyydestä. Pysin myös pohtimaan ja arvioimaan menetelmiä, mittareita ja piirteitä, joita tähänastisessa tutkimuksessa aiheesta on huomioitu tai mahdollisesti jätetty huomioimatta. Lisäksi tulen analysoimaan käsiteltävien tutkimusten lopputulemia koskien käyttäjien

yksinäisyyden kokemusta sekä myös syitä ja selityksiä näiden potentiaaliselle keskinäiselle ristiriitaisuudelle. Lopuksi pohdin miten tutkimuskenttää olisi mahdollista viedä eteenpäin nykyisen tutkimuksen valossa.

4.3 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineisto on kerätty Tampereen yliopiston kirjaston Andor-hakupalvelua käyttäen. Lopullinen aineisto on löydetty seuraavia hakulausekkeita käyttäen:

- "social media" AND loneliness
- "social media" AND loneliness OR "social comparison" OR "anxiety"
- "social media" OR "social networking site" AND loneliness OR "well-being"
- "social media" OR "social networking site" AND "social comparison orientation" OR fomo

Hakuja suorittaessa syötin myös lukuisia variaatioita ja risteytyksiä edellä esitetyistä hakulausekkeista järjestelmään, mutta listassa esiintyvät tuottivat lopulliset tulokset. Rajasin hauista myös pois ennen vuotta 2016 julkaistut aineistot, koska sosiaalisen median merkitys ja luonne ovat alati niin suurien muutoksien ja murroksien keskellä, että koin ajankohtaisen tutkimuksen korostetun merkittäväksi sitä käsiteltäessä. Sisällytin sosiaalisen vertailun, hyvinvoinnin ja ahdistuksen käsitteet hakulausekkeisiini havaitessani ne relevanteiksi suhteessa tutkimuskysymykseeni ja yksinäisyyden kokemukseen. Koin myös ylipäättään tarpeelliseksi hakulausekkeen laajentamisen, jotta saisin hakujärjestelmästä vaihtoehtoisia tutkimuksia alati toistuvien tulosten sijaan. Yksinäisyyden käsitettä tunnuttiin myös käsiteltävän tutkimuksissa niin erilaisilla painoilla, että osan tuloksista löytämiseksi vaadittiin myös yksinäisyyden kanssa usein rinnakkain esiintyvien käsitteiden hyödyntämistä ja painottamista hakulausekkeissa. *Social comparison orientation (SCO)* ja *fear of missing out (FoMO)* -käsitteet sisällytin viimeiseen hakulausekkeeseen tarkoituksenmukaisesti tavoitteenani löytää aihetta käsittelevää tutkimusta, jossa kyseisiä käsitteitä hyödynnettäisiin. Haun tarkoituksena oli löytää vastaavia käsitteitä hyödyntävää aineistoa vertailtavaksi jo löydetyn aineiston kanssa.

Lopullista aineistoa kasatessani tärkein ja ehdottomin kriteerini oli, että valitut tutkimukset erittelisivät yksinäisyyden yhdeksi erilliseksi tarkastelun kohteeksi

sosiaalisen median käytön vaikutuksia tarkasteltaessa. Pyrin myös siihen, että lopullinen materiaali olisi esimerkiksi käsitteiltään ja tutkimuksen yleisluonteeltaan jossain määrin samankaltaista mahdollistaen sujuvamman keskinäisen vertailun. Jokaisessa viidessä tutkimuksessa koehenkilöiden kokemuksia on tarkastelu erinäisin asteikoin kyselylomakkeiden avulla, mutta lopullisissa tavoissa toteuttaa tutkimus on kuitenkin myös potentiaalisesti mielenkiintoa tarjoavaa variaatiota. Toivoin myös valitun aineistoni lopputulemien edustavan käsiteltävällä tutkimuskentällä usein mainittua ristiriitaisuutta, jotta ristiriitaisuuksien syiden pohtiminen mahdollistuisi.

Lopullisesta aineistostani Yangin (2016) ja Macksonin ym. (2019) tutkimukset käsittelevät aihetta yhteisöpalvelu Instagramin käyttöä tarkastellen. Hunt ym. (2018) lisäävät palettiin tämän lisäksi Facebookin ja Snapchatin, jotka luetaan myös yhteisöpalveluiksi. Vally & D'Souza (2019) sekä Reer ym. (2019) eivät nimeä tutkimuksissaan tarkempia rajauksia yksittäisiin sosiaalisen median palveluihin tai niiden luonteeseen lainkaan. Näistä eroavaisuuksista huolimatta kaikki viisi tutkimusta tarkastelevat kuitenkin hyvin samankaltaisia mittareita ja ominaisuuksia palveluiden käytön yhteydessä niiden asettuessa selvästi samalle tutkimuskentälle yhteisten kysymysten äärelle. Vally & D'Souza (2019) käyttävät myös jatkuvasti tekstissään yhteisöpalvelu-käsitettä (SNS), vaikka otsikotason tutkimuksessa on käytössä kuitenkin sosiaalisen median kattokäsite. Tämä seikka havainnollistaa yhteisöpalveluiden korostunutta merkitystä palveluiden sosiaalisten ominaisuuksien kontekstissa (van Dijck 2013, 8), mikä voi myös osin selittää tätä verrattain usein esiintyvää sosiaalisen median yläkäsitteen käyttöä yhteisöpalveluiden alakäsitettä käsiteltäessä. Perustelen tarkemman rajauksen puuttumisen vähempää merkittävyyttä osassa valittua aineistoani edellä mainitun lisäksi myös sillä, että hyvin harva sosiaalisen median palvelu on luonteeltaan selvästi vain yhteen alaluokkaan kuuluva (van Dijck 2013, 8-9). Lähes kaikki merkittävimmät palvelut myös sisältävät selviä yhteisöpalvelun piirteitä. Instagramiin, Facebookiin ja Snapchatiin rajaamisen koin taas kyseisissä tutkimuksissa selvästi positiivisiksi ominaisuuksiksi, koska kyseiset palvelut ovat tämänhetkisesti asemaltaan merkittäviä sosiaalisen median palveluiden kentällä ja ne lukeutuvat ensisijaisesti yhteisöpalveluiksi. Koin myös, että tutkimustulokset

mainittujen merkittävien palveluiden mahdollisista erityispiirteistä voisivat potentiaalisesti tarjota mielenkiintoisia ja hyödyllisiä havaintoja laajemman näkökulman rinnalla.

5 TULOKSET

Reer ym. (2019) toteuttivat kyselytutkimuksen tarvittavan karsinnan jälkeen 1865:lle 14-39-vuotiaalle saksalaiselle vastaajalle, jotka käyttivät sosiaalista mediaa. Tutkimuksessa tutkittiin lisääkö vastaajien potentiaalisesti vähentynyt henkinen hyvinvointi heidän sosiaalisen median käytön määrää. Hyvinvointia tarkasteltiin vastaajien kokemuksella omasta yksinäisyydestä, ahdistuneisuudesta ja masentuneisuudesta viimeisen kahden viikon ajalta. Tutkimus pyrki syventämään ymmärrystä ilmiöstä lisätessään tarkastelun kohteeksi vastaajien taipuvuuden *fear of missing out* (FoMO) ja *social comparison orientation* (SCO) -käsitteiden ilmiöihin tutkien niiden mahdollista roolia välittäjänä suhteessa edellä listattuihin kolmeen hyvinvoinnin osa-alueeseen. Itse käsitteistä on lisää aiemmassa luvussa 2.4. Yksinäisyyden kokemusta tutkimuksessa mitattiin Hughesin ym. (2004) kehittämää kolmikohtaista asteikkoa, *A Short Scale for Measuring Loneliness in Large Surveys*⁵, hyödyntäen.

Tutkimuksen saamien tulosten mukaan enemmän yksinäisyyttä kokevat käyttäjät käyttivät myös todennäköisemmin enemmän sosiaalista mediaa. Enemmän yksinäisyyttä kokevien havaittiin myös olevan taipuvaisempia vertailemaan itseään muihin (SCO). Korkeampi SCO-lukema taas ennusti todennäköisempää sosiaalisen median runsasta käyttöä. Voimakasta yksinäisyyden kokemusta kokevilla käyttäjillä havaittiin myös muihin hyvinvoinnin osa-alueisiin verrattuna merkittävä nousu FoMO-lukemassa. Korkeampi FoMO-lukema ennusti myös alttiutta käyttää enemmän sosiaalista mediaa. Korkean SCO-lukeman todettiin myös ennustavan korkeampaa FoMO-lukemaa. Tutkimuksessa painotettiin etenkin yksinäisyyden kokemuksen olevan erittäin voimakkaasti yhteydessä korkeampiin SCO- ja FoMO-lukemiin. Nuorempien

⁵ *A Short Scale for Measuring Loneliness in Large Surveys* asteikossa vastaajilta kysytään yksinäisyydestä kolme kysymystä; kumppanuuden kokemuksen puutteesta, ulos jäämisen kokemuksesta sekä eristyneisyyden tunteesta suhteessa muihin. Asteikon kerrotaan soveltuvan hyvin isomman otannan tutkimuksiin.

käyttäjien havaittiin omaavan keskimäärin korkeammat SCO- ja FoMO-lukemat samaten kuin taipuvaisuuden käyttää enemmän sosiaalista mediaa. Miesvastaajien FoMO-lukemat olivat tuloksissa naisvastaajia korkeammat. Tutkimuksen puutteiksi nimetään vastaajien itse ilmoittamien vastausten potentiaalinen epäluotettavuus sekä kausaaliteetin havaitsemisen mahdollisuuden puute. (Reer ym. 2019.)

Yangin (2016) kyselytutkimuksessa tarkastelun kohteena oli yleisesti sosiaalisen median sijaan yhteisöpalvelu Instagramin käyttö. Instagramin suosio korostuu nuorempien käyttäjien keskuudessa, ja kyseinen kysely toteutettiin 208:lle 18-25-vuotiaalle yhdysvaltalaiselle yliopisto-opiskelijalle, joiden edellytettiin käyttävän Instagramia vähintään muutaman kerran viikossa. Tutkimuksessa tarkasteltiin Instagramin erilaisten käyttötapojen vaikutuksia käyttäjien yksinäisyyden kokemukseen sekä sitä, miten SCO toimii välittäjänä näiden kahden välillä. Yang jakoi vastaajien erinäiset tavat käyttää Instagram-palvelua kolmeen kategoriaan; vuorovaikutus (*interaction*), selailu (*browsing*) ja sisällön julkaisu (*broadcasting*). Jaottelun tavoitteena oli pyrkimys huomioida paremmin erilaisten käyttötapojen erilaisia vaikutuksia. Yksinäisyyden kokemusta tutkimuksessa mitattiin kaksikymmenkohtaista UCLA-yksinäisyysasteikkoa⁶ (Russell 1996) hyödyntäen.

Tutkimuksen tuloksissa havaittiin Instagramin selailun sekä sen välityksellä kanssakäymisen madaltavan vastaajien kokemusta yksinäisyydestä. Kanssakäymisellä ei kuitenkaan ollut edeltävää vaikutusta, mikäli vastaajan SCO-lukema oli suuri (*eli tämä on tavallista alttiimpi itsensä sosiaaliseen vertailuun*). Tästä huolimatta korkeamman SCO-lukeman omaavat käyttäjät olivat kuitenkin alttiimpia runsaammalle interaktiiviselle sekä myös selailevalle käytölle. Sisällön julkaisulla palvelussa taas havaittiin olevan yksinäisyyden kokemusta lisäävä vaikutus. Tutkimuksen puutteeksi nimetään jälleen kausaaliteetin havaitsemisen mahdollisuuden puute sekä vastaajien

⁶ UCLA-asteikko tutkii yksinäisyyttä esittämällä kysymyksiä muun muassa ujoudesta, merkityksellisyydestä, ideoiden jakamisesta ja ymmärryksestä.

samankaltaisuus yliopisto-opiskelijoina. Tutkimus ei myöskään pyri huomiomaan esimerkiksi vastaajien kanssakäymisten määrää vaan perustaa tietonsa heidän ilmoitukseensa yksinäisyyden kokemuksesta, mikä mainitaan myös tutkimuksen puutteena. (Yang 2016.)

Vallyn & D'Souzan (2019) tutkimuksessa 78 koehenkilöä jaettiin satunnaisesti kahteen ryhmään, joista toisen määrättiin pidättäytyvän sosiaalisen median käytöstä yhdeksi viikoksi. Pidättäytymistä edellyttävän ryhmän jäseniä pyydettiin myös poistamaan sosiaalisen median sovellukset puhelimistaan kyseisen viikon ajaksi, sillä mobiililatteiden katsottiin olevan yleisin väline käyttää kyseisiä palveluita. Koeviikon jälkeen kaikkia koehenkilöitä pyydettiin täyttämään kyselylomake, joka koski heidän kokemuksiaan muun muassa hyvinvoinnista, stressistä ja yksinäisyydestä. Vastaajat olivat Yhdistyneiden Arabiemiirikuntien kansalaisia ja yliopisto-opiskelijoita ikähaarukalla 18-27. Tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella, miten sosiaalisesta mediasta pidättäytyminen vaikuttaa hyvinvointiin ja sen eri osa-alueisiin. Vally & D'Souza pyrkivät myös huomiomaan millaista palveluiden käyttö (*käytön tiheys, seuraajien määrä jne.*) oli ennen niistä pidättäytymistä sekä miten se vaikutti koeaikana tapahtuneisiin potentiaalisiin muutoksiin hyvinvoinnissa. Yksinäisyyttä mitattiin tutkimuksessa suhteessa vastaajien perheeseen SELSA-asteikon⁷ (DiTommaso ym. 2004) perhekatgoriaa hyödyntäen.

Tutkimuksen tuloksissa sosiaalisesta mediasta pidättäytyminen nosti käyttäjien kokemusta yksinäisyydestä suhteessa vertailuryhmään. Palveluista pidättäytyneiden taipumus hakeutua ei-elektronisiin kanssakäymisiin oli kuitenkin kohonnut sekä samaan aikaan kokemus stressistä oli laskenut. Käyttäjien tavoissa käyttää palveluita ei havaittu olevan merkittävää vaikutusta mihinkään käyttäjän hyvinvoinnin osa-alueeseen.

⁷ SELSA-asteikossa esitetyt kysymykset koskien yksinäisyyttä on jaettu neljään kategoriaan; sosiaalisuus, tunteet, perhe ja romantiikka.

Tutkimuksen rajoitteeksi nimetään turhan samankaltainen vastaajaryhmä. (Vally & D'Souza 2019.)

Mackson ym. (2019) värväsivät kyselytutkimukseensa vastaajat erinäisistä yhteisöpalveluista kuten Facebookista, Redditistä, Instagramista tai Twitteristä keräten lopulta otannan 204:ltä 18-48-vuotiaalta vastaajalta. Tutkimuksessa tutkittiin yhteisöpalvelu Instagramin vaikutuksia käyttäjien ahdistuneisuuteen, masentuneisuuteen, itsetuntoon, kehonkuvaan, taipumukseen vertailla itseään muihin (SCO) ja yksinäisyyteen. SCO -käsitettä ei tarkasteltu tässä tutkimuksessa välittäjänä, vaan tilanne oli käännetty pääläelleen suhteessa muihin valitsemiini tutkimuksiin. Mackson ym. (2019) kehittivät myös erityisen Instagram-ahdistus -asteikon tutkimusta varten yleisluonteisemman ahdistuksen rinnalle. Kaikilta kyselyn vastaajilta ei edellytetty Instagram-tunnuksen omaamista tai ylipäättään palvelun käyttöä heidän toimiessa vertailuryhmänä palvelua käyttäville. Yksinäisyyden kokemusta tutkimuksessa mitattiin kaksikymmenkohtaisella UCLA-yksinäisyysasteikolla (Russell 1996).

Tutkimuksen tuloksissa havaittiin vastaajien, joilla oli profiili Instagram-palvelussa, kokevan keskimäärin merkittävästi alhaisempaa tunnetta yksinäisyydestä verrattuna palvelun ulkopuolisiin vastaajiin. Mikäli vastaajan SCO-lukema oli kuitenkin korkea, lisäsi Instagramin käyttö todennäköisesti hänen kokemustaan yksinäisyydestä. Molempien ryhmien vastaajat näyttivät olevan yhtä alttiita sosiaaliselle vertailulle. Tutkimuksen puutteiksi mainitaan palvelun käyttötapojen ja kulutettujen sisältöjen luonteen huomiotta jättäminen. Myös pelkkien korrelaatioiden osoittaminen kausaaliiteetin sijaan mainitaan jälleen. (Mackson ym. 2019.)

Huntin ym. (2018) tutkimus oli valitsemistani artikkeleista luonteeltaan ainoa kokeellinen tutkimus, joka pyrki osoittamaan potentiaalista kausaaliiteettia sosiaalisen median ja potentiaalisesti vähentyneen hyvinvoinnin välillä. Tutkimus toteutettiin kahdessa erässä syys- ja kevätlukukausina 143:lle Pennsylvanian yliopiston oppilaalle neljän viikon aikana. Kyselyyn osallistuminen edellytti vastaajien omaavan käyttäjätilin Facebook-, Instagram- ja Snapchat-yhteisöpalveluissa. Tutkimusta jatkettiin neljän viikon ajan, joista ensimmäisen jälkeen vastaajat jaettiin kahteen ryhmään. Toisen

ryhmän jäseniä ohjeistettiin käyttämään kyseisiä kolmea palvelua vain 10 minuuttia vuorokaudessa, kun toinen ryhmä taas jatkoi palveluiden käyttöä vapaasti valitsemallaan tavalla. Tämä tarjosi mahdollisuuden tarkastella palveluiden käytön vähentämisen vaikutuksia vertailuryhmää hyödyntäen. Palveluiden käyttöä pyrittiin seuraamaan objektiivisesti iPhone-puhelimen oletusominaisuudella, joka ilmoittaa kuinka kauan käyttäjä on kuluttanut aikaa kussakin sovelluksessa. Tämän vuoksi myös iPhoneen omistamista edellytettiin kyselyyn osallistumiseksi. Koehenkilöt vastasivat tutkimuksen aluksi, lopuksi sekä aina viikkojen päätyttyä kyselyyn koskien heidän sosiaalista ympäristöään, ulos jäämisen pelkoa (FoMO), itsenäisyyttä, ahdistuneisuutta, masentuneisuutta, itsetuntoa ja yksinäisyyttä. Tässäkin tutkimuksessa yksinäisyyttä mitattiin kaksikymmenkohtaisella UCLA-yksinäisyysasteikolla (Russell 1996).

Tutkimuksen tulosten mukaan palveluiden käyttöä rajoittaneet vastaajat kokivat merkittävästi vähemmän yksinäisyyden tuntemuksia. Niin koe- kuin vertailuryhmän vastaajilla molemmilla havaittiin alhaisempi FoMO-lukema kuin ennen tutkimuksen alkamista, joka viittaa jo pelkän käytön seurannan vaikutuksiin. Korkeampi FoMO-lukema ennusti myös sosiaalisen median runsaampaa käyttöä. Tätä tulkiten korkeamman FoMO-lukeman voisi sanoa ennustavan myös korkeampaa kokemusta yksinäisyydestä. Tutkimuksen rajoitteiksi listataan hankaluus seurata palveluiden käyttöä esimerkiksi tietokoneilta, vastaajien taipumus rikkoa tutkimuksen rajoituksia ja heidän mahdollisuutensa käyttää mitä tahansa muuta kuin kolmea listattua sosiaalisen median palvelua. (Hunt ym. 2018.)

6 POHDINTA

Tarkastelemani viiden tutkimuksen tuloksia tulkitessa voi jälleen havaita sosiaalisen median ja mielenterveyden yhteisen tutkimuksen kentällä usein mainitut ristiriitaiset tulokset. Sama näyttää pitävän paikkansa, kun rajaa tarkastelun laajemman mielenterveyden sijasta koskemaan vain käyttäjän kokemusta yksinäisyydestä. Osassa tutkimuksista yksinäisyyden kokemuksen nähtiin ruokkivan sosiaalisen median käyttöä, jonka taas nähtiin syventävän henkistä pahoinvointia (Reer ym. 2019). Myös palveluiden käytön rajoittamisen vain 10 minuuttiin päivässä havaittiin vähentävän kokemusta yksinäisyydestä (Hunt ym. 2018). Toisaalta taas palveluista viikoksi kokonaan poistajättäytymisellä nähtiin olevan päinvastaisesti yksinäisyyden tunnetta lisäävä vaikutus (Vally & D'Souza 2019). Myös palveluiden erilaisten käyttötapojen havaittiin vaikuttavan päinvastaisesti käyttäjän yksinäisyyden kokemukseen, osan lisäten kokemusta yksinäisyydestä, osan vähentäessä sitä (Yang 2016). Tähänkin seikkaan tosin löytyi vastakkainen tulos, jolloin käyttötavoilla ei havaittu olevan lainkaan merkitystä yksinäisyyden kokemukseen (Vally & D'Souza 2019). Osassa tutkimuksista erikseen nimettyjen yhteisöpalveluiden (Instagram, Facebook, Snapchat) käytöstä ei ilmennyt tuloksissa huomionarvoisia erityispiirteitä.

Käyttäjän itsensä ominaisuuksilla havaittiin olevan selviä vaikutuksia tuloksiin. Esimerkiksi korkean SCO-lukeman omaavilla vastaajilla yksinäisyyden tunne kasvoi Instagramia käyttäessä, muilla käytön vaikutusten ollessa päinvastaisia (Mackson ym. 2019). Mikäli vastaajan FoMO- tai SCO-lukemat olivat tavallista korkeammat, näyttää se kaikkien käsitteitä hyödyntäneiden tutkimusten valossa ennustavan todennäköisempää kokemusta yksinäisyydestä sosiaalisen median käytön yhteydessä (Hunt ym. 2018; Mackson ym. 2019; Reer ym. 2019). Mikäli vaikutukset eivät olleet suoraan negatiiviset, korkeat lukemat silti vähintään eliminoivat palveluiden käytöstä muiden vastaajien kokemat positiiviset vaikutukset (Yang 2016). Nuorempien käyttäjien havaittiin olevan taipuvaisempia korkeisiin FoMO- ja SCO-lukemiin sekä ylipäätään sosiaalisen median palveluiden käyttöön (Reer ym. 2019), joka vahvistaa heidän asemaansa huomiota kaipaavana ryhmänä. Mikäli käsiteltävien tutkimusten tuloksista pyrkii löytämään

yhtäläisyyksiä tai keskinäistä johdonmukaisuutta, näyttävät taipuvaisuus sosiaaliseen vertailuun (SCO) ja paitsi jäämisen pelkoon (FoMO) olevan yksiselitteisen haitallisia ominaisuuksia sosiaalisen median käyttäjälle koskien hänen henkistä hyvinvointiansa ja etenkin yksinäisyyden kokemusta. Samaisten taipuvaisuuksien altistaessa käyttäjän myös sosiaalisen median runsaammalle käytölle on havaittavissa käyttäjälle potentiaalinen itseään ruokkiva negatiivisten vaikutusten verkko. Tämä korostaa jälleen edellä mainittujen taipuvaisuuksien ongelmallisuutta sosiaalisen median käytön kontekstissa.

Kaiken kaikkiaan tehdyn tutkimuksen valossa sosiaalisen median ja sen yhteisöpalveluiden käyttö on omiaan niin ruokkimaan kuin vähentämään käyttäjiensä kokemusta yksinäisyydestä. Käsittämäni viisi tutkimusta onnistuvat kumoamaan toistensa esittämiä tuloksia niin kiitettävästi, että niiden pohjalta koherentin lopputuleman tekeminen on mielestäni lähes mahdotonta tai ainakin hyödytöntä. Ehkä tutkimuskentän ristiriitaisia tuloksia aiheesta voikin pitää yhtenä selkeimpänä havaintonani. Tiedyt edellä mainitut persoonallisuuspiirteet tai taipumukset (SCO ja FoMO) näyttävät olevan selkeä varoittava ennuste sosiaalisen median vaikutuksesta kasvavaan yksinäisyyden kokemukseen, mutta en silti tämä tiedon valossa rohkenisi todeta palveluiden käytöstä olevan muille yksiselitteisesti positiivisia vaikutuksia. Käsiteltävissä tutkimuksissa oli kiitettävästi pyritty huomiomaan tapoja käyttää yhteisöpalveluita kuten myös käyttäjän itsensä ominaisuuksia, mutta uskoisin että näihin ominaisuuksiin tarkempi syventyminen voisi tarjota tutkimuskentälle jonkinasteista selkeyttä toistaiseksi vallitsevien ristiriitaisuuksien keskelle. Tutkimuskentän aihe on mielestäni niin syvä ja moniulotteinen, että käsittämäni tutkimukset tulevat hieman aliarvioineeksi sen, raapaistessaan vain pintaa.

Kun yritän pohtia mistä käsiteltävien tutkimusten tuloksista havaittavat keskinäiset ristiriitaisuudet voivat johtua, on selkeitä syitä erittäin haastava paikantaa. Joissain tapauksissa syyt voivat potentiaalisesti piillä tavoissa toteuttaa tutkimus, kuten esimerkiksi yhteisöpalveluiden käytön vähentämisen vapaaehtoisuuden vaihdellessa koehenkilöistä ja tutkimuksista riippuen. Kun palveluista on esimerkiksi pidättäytytty

ilman omaa aloitetta, saattaa siitä syntyvät vaikutukset liittyä turhan paljon ulkoiseen vaikuttajaan. Myös tavoissa tarkastella ja toteuttaa palveluiden käytön vähentämistä voi piillä selittäviä syitä risteäviin tuloksiin. Sosiaalisesta mediasta viikoksi pois jättäytymisellä oli yksinäisyyden kokemusta kasvattava vaikutus, mutta kun palveluiden käyttöä kokonaan kieltämisen sijaan rajoitettiin 10 minuuttiin päivässä, olivat vaikutukset yksinäisyyden kokemukseen niitä laskevat. Molemmissa tutkimuksissa koehenkilöt olivat yliopisto-opiskelijoita. Näitä seikkoja peilaten voisi pohtia yhteisöpalveluilla olevan niin vakiintunut asema nuorten aikuisten sosiaalisessa elämässä, että palveluista kokonaan pois jättäytymisellä voi olla siihen vahingollinen vaikutus. Käytön rajoittamisella, kuin myös ylipäättään yksinkertaisesti seuraamisella (Hunt ym. 2018), taas onnistutaan mahdollisesti karsimaan palveluista aiheutuvia haittoja poistamatta kuitenkaan käytön positiivisia vaikutuksia käyttäjän elämään. Myös tutkimuksen tai kyselyn toteuttamisen yhteydessä koehenkilöille mahdollisesti luodut narratiivit sosiaalisen median haitallisuudesta tai hyödyllisyydestä kykenevät vaikuttamaan vastaajien tapaan tulkita ilmiötä koetilanteessa.

Työssäni tarkastelemiani tutkimuksia lukiessani itselleni tulee useissa tapauksissa ensimmäisenä mieleen ajatus aiheen ymmärrettävästä, mutta valitettavasta, yksinkertaistamisesta. Sosiaalisen median ja etenkin yhteisöpalveluiden käyttö on usein käyttäjän muun arjen ja elämän sekaan sekoittuvaa katkonaista toimintaa, etenkin mobiililaitteiden mahdollistaessa niiden läsnäolon kaikkialla. Tätä peilaten tuntuu haastavalta saada autenttisia tutkimustuloksia palveluiden käytön vaikutuksista käyttäjänsä elämässä ja arjessa. Mikäli aihetta tarkastellaan yhdellä kerralla toteutettavilla kyselytutkimuksilla, joissa vastaaja arvioi itse itseään, on koeasetelma ehkä turhan kaukana todellisuudesta. Tässä skenaariossa saatetaan tarkoitusta tulla yksinkertaistaneeksi tunteiden arvioinnin haastavuutta jätettäessä se täysin vastaajan itsensä vastuulle. Toisaalta sosiaalisen median vaikutusten arviointi yhdeltä istumalta vähättelee ilmiön monimuotoisuutta sekä sen sekoittumista muuhun elämään, tunteisiin ja tilanteisiin. Itseäni huolettaakin aihetta turhan kovalla otteella yksinkertaistavien tutkimusten tuloksista tehtävät mahdolliset johtopäätökset, mikäli ilmiötä halutaan todella ymmärtää. Itse kyseenalaistaisin niiden soveltuvuuden

sosiaalisen median ja yhteisöpalveluiden käytön todelliseen ymmärtämiseen, koe- ja tutkimusasetelmien ollessa usein liian kaukana käyttäjien reaalikäytöstä. Positiivisena havaintona tulee mainita se seikka, että käsittelemäni FMO- ja SCO-lukuja mitanneet tutkimukset osoittivat kyseisten ominaisuuksien selvän yhteyden käyttäjän yksinäisyyden kokemukseen kuin myös sosiaalisen median käytön määrään. Tätä seikkaa peilaten kykenee ymmärtämään toisten käyttäjäryhmien olevan alttiimpia palveluiden negatiivisille vaikutuksille, joka taas kykenee ruokkimaan jatkotutkimusta tarjoten ilmiöstä syvempää ymmärrystä ja luoden uusia kysymyksiä. SCO- ja FMO-lukuihin liittyvän havainnon lisäksi käsittelemieni tutkimusten olennaisena antina voi nähdä niiden paikantaneen ja hahmottaneen tutkimuskentän haasteita, luonnetta ja monimuotoisuutta tehden näin arvokasta pohjatyötä jatkotutkimusta varten.

7 YHTEENVETO

Yangin (2016), Macksonin ym. (2019) ja Vallyn & D'Souzan (2019) tutkimusten tulokset tarjoavat oleellista tietoa tutkittavan ilmiön luonteesta. Yangin (2016) tutkimuksessa yksisuuntaisen sisältöjen julkaisun nähtiin kasvattavan käyttäjän yksinäisyyden kokemusta, mutta toisaalta kanssakäymisellä ja sisältöjen kuluttamisella nähtiin olevan sitä vähentävä vaikutus. Macksonin ym. (2019) tutkimuksessa yhteisöpalvelu nähtiin lähtökohtaisesti yksinäisyyttä vähentävänä seikkana, paitsi jos käyttäjällä on korkea SCO-lukema, jolloin vaikutus kääntyi pääalelleen. Vallyn & D'Souzan (2019) tutkimuksessa sosiaalisen median palveluista pidättäytymisellä nähtiin olevan yksinäisyyden tunnetta kasvattava vaikutus, mutta samalla vaikutus kokemukseen stressistä oli päinvastainen. Vaikka kaikki edellä mainituista tutkimuksista jättävät varmasti huomiotta lukemattomia seikkoja ilmiöön liittyen, edustaa niiden tulokset ainakin palveluista saatujen vaikutusten monimuotoisuutta. Myös se seikka, että käyttötavat ja käyttäjän ominaisuudet näyttelevät tässä monimuotoisuudessa olennaista roolia, tulee esiin. En ole varma kuinka hyödyllistä on nojata tutkimustuloksiin, jotka osoittavat käsiteltävästä ilmiöstä täysin yhdenmukaisia tuloksia koskien sen negatiivisuutta tai positiivisuutta. Sosiaalisen median palveluiden, niiden käyttötapojen ja ennen kaikkea niiden käyttäjien ollessa niin monimuotoinen joukko, yksiselitteiset tulokset näiden välisistä suhteista näyttävät jo lähtökohtaisesti turhan kaukaisilta suhteessa kompleksisen ilmiön todelliseen luonteeseen.

Tulevaisuudessa toivoisin sosiaalista mediaa ja mielenterveyttä käsittelevän tutkimuskentän ja ympäröivän yhteisön tiedostavan tämän tutkimuksen merkittävyyden ja tärkeyden ajassamme, ja näin ollen omistavan sille sen ansaitsemat resurssit ja huomion. En itse ymmärrä miksi ilmiötä tulisi enää tutkia kerran toteutettavina kyselytutkimuksina, vaan ennemmin toivoisin panostusta käyttäjien mielialojen ja palveluiden käytön pitkäaikaisempaan seurantaan. Tutkimuskentällä tuntuu myös olevan selkeä objektiivisten mittareiden puute mikä on käsiteltävän aiheen tiimoilta mielestäni ymmärrettävää. Edellä mainitut puuteet voisi välillisesti nimetä myös tämän työn heikkouksiksi pohdintojeni perustuessa täysin valittuun

lähdemateriaaliin. Käyttäjien pitkäaikaisempi seuranta mahdollistaisi yhteisöpalveluiden käytön mahdollisten eri vaiheiden ja tapojen paikantamisen erilaisissa elämäntilanteissa sekä vähentäisi tilanteen koeluontoisuutta vastaajan mahdollisesti tottuessa asetelmaan pidemmän ajan kuluessa. Mikäli vastaajien sosiaalisista ja henkisistä ominaisuuksista, samoin kuin heidän tavoistansa ja rutiineistaan käyttää yhteisöpalveluita olisi myös jo lähtötilanteessa enemmän dataa kerättyinä, mahdollistaisi se lopullisten saatujen tulosten tarkemman analysoinnin. Tämä taas mahdollistaisi potentiaalisesti käyttäjien ominaisuuksista ja käyttötavoista yhtäläisyyksien ja trendien paikantamisen, joka edesauttais tulosten todellista ymmärtämistä ja esimerkiksi nyt esiintyvien ristiriitaisuuksien selittämistä.

Käyttäjän ominaisuuksien ja palvelun käyttötapojen enenevän huomion lisäksi peräänkuuluttaisin suuresti myös kulutettujen sisältöjen analysointia. Tämän seikan kokonaan huomiotta jättäminen käsiteltävissä tutkimuksissa hämmästytti minua. Sisältöjen analysointiin liittyy myös käyttäjän oma-aloitteinen kulutettujen sisältöjen hallinta tai esimerkiksi Instagramin kokeilut tykkäysmäärien julkisesti esittämisen piilottamisesta (So, 2019). Osa käyttäjistä kuin myös palveluntarjoajistakin ovat siis selvästi tietoisia palveluiden käytön ja erilaisten sisältöjen moninaisista vaikutuksista, ja pyrkivät vähintään muodollisesti vaikuttamaan niihin. Ilmiö kaipaa ymmärrystä sosiaalisen median palveluista niin teknologisina kuin sosiaalisinakin ympäristöinä sekä myös syvempää ymmärrystä ihmisen mielestä, tunne-elämästä ja mielenterveydestä. Edellä mainittujen puutteeseen poikkitieteellisyyden lisääminen tutkimuskentälle olisi varmasti asiaa edistävä ratkaisu.

Pyrin työssäni vastaamaan tutkimuskysymykseen: millä tavoin sosiaalisen median yhteisöpalveluiden käyttö vaikuttaa käyttäjiensä yksinäisyyden kokemukseen? Nykyinen tutkimus sosiaalisen median ja yhteisöpalveluiden vaikutuksista käyttäjän mielenterveyteen osoittaa sekä kohonneen että laskeneen yksinäisyyden kokemuksen olevan molempien potentiaalisia seurauksia sosiaalisen median ja yhteisöpalveluiden käytöstä. Se näyttää kuitenkin selkeältä, että ilmiöiden välillä on aina jonkin suuntainen vaikutussuhde. Mikäli tutkimuskysymykseeni ei luo jonkinasteista tarkempaa rajausta

näyttää siihen yksiselitteisen vastauksen saaminen mahdottomalta tutkittavan ilmiön monimutkaisesta luonteesta johtuen. Tämän vuoksi tulevaisuudessa tulisi panostaa tehdyssä tutkimuksessa ilmenneiden toisistaan päinvastaisten lopputulemien taakse kätkeytyviin syihin ja seurauksiin. Tarkemman mahdollisesti poikkitieteellisen tarkastelun alle tulisi asettaa muun muassa yhteisöpalveluiden teknologiset suunnitteluperiaatteet, yhteisöpalveluiden alati muuttuva kulttuuri sekä alakulttuurit, erilaisten sisältöjen vaikutus (*formaatti, asiasisältö, ilmaisutapa, kuvasto jne.*) sekä käyttäjien sosiaalisten ja henkisten piirteiden, mieltymysten, herkkyyksien ja taipumusten niin sanottu yhteensopivuus ensiksi listattujen kanssa.

LÄHTEET

- Anderson, Nate. (2006). Tim Berners-Lee on Web 2.0: “nobody even knows what it means”. Ars Technica. Viitattu 18.2.2020. <https://arstechnica.com/information-technology/2006/09/7650/>
- Cigna. (2018). Percentage of U.S. adults who said they felt select aspects of loneliness always or sometimes as of 2018 [Graph]. Statista. Viitattu 10.1.2020. <https://www.statista.com/statistics/988516/loneliness-feelings-among-us-adults/>
- Cigna. (2020). Loneliness Index 2020. Viitattu 3.2.2020. <https://www.cnbc.com/2020/01/23/loneliness-is-rising-younger-workers-and-social-media-users-feel-it-most.html>
- Dijk, J. v. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford: Oxford University Press.
- DiTommaso, E., Brannen, C., & Best, L. (2004). Measurement and Validity Characteristics of the Short Version of the Social and Emotional Loneliness Scale for Adults. *Educational and Psychological Measurement*, 64(1), 99–119. <https://doi.org/10.1177/0013164403258450>
- eMarketer. (2018). Number of social network users worldwide from 2010 to 2021 (in billions) [Graph]. Statista. Viitattu 8.1.2020. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Facebook. (2019). Number of monthly active Facebook users worldwide as of 3rd quarter 2019 (in millions) [Graph]. Statista. Viitattu 8.1.2020. <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- Gibbons, F., & Buunk, B. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>

- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309–314. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>
- Hafner, K., & Lyon, M. (2003). *Where wizards stay up late: The origins of the Internet*. London: Pocket Books.
- Hughes, M., Waite, L., Hawkley, L., & Cacioppo, J. (2004). A Short Scale for Measuring Loneliness in Large Surveys: Results From Two Population-Based Studies. *Research on Aging*, 26(6), 655–672. <https://doi.org/10.1177/0164027504268574>
- Hunt, M., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751–768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- ITU. (2019). Number of internet users worldwide from 2005 to 2019 (in millions) [Graph]. Statista. Viitattu 8.1.2020. <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
- Jennings, D. M., Landweber, L. H., Fuchs, I. H., Farber, D. J., & Adrion, W. R. (1986). Computer networking for scientists. *Science*, 231(4741), 943–950.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031.
- Lou, L. L., Yan, Z., Nickerson, A., & McMorris, R. (2012). An Examination of the Reciprocal Relationship of Loneliness and Facebook Use among First-Year College Students. *Journal of Educational Computing Research*, 46(1), 105–117. <https://doi.org/10.2190/EC.46.1.e>
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media & Society*, 21(10), 2160–2182. <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>

- Merriam-Webster. (2019). Social media. Merriam-Webster.com dictionary. Viitattu 27.4.2020. <https://www.merriamwebster.com/dictionary/social%20media>
- Obar, J., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.07.014>
- Patterson, A. C., & Veenstra, G. (2010). Loneliness and risk of mortality: A longitudinal investigation in Alameda County, California. *Social Science & Medicine*, 71(1), 181–186. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.03.024>
- Perrin, A. (2015). Social Media Usage: 2005-2015. Pew Research Center. Viitattu 8.1.2020. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
- Pollet, T. V., Roberts, S. G.B., & Dunbar, R. I.M. (2011). Use of Social Network Sites and Instant Messaging Does Not Lead to Increased Offline Social Network Size, or to Emotionally Closer Relationships with Offline Network Members. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(4), 253–258. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0161>
- Reer, F., Tang, W. Y., & Quandt, T. (2019.) Psychosocial well-being and social media engagement: The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out. *New Media & Society*, 21(7), 1486–1505. <https://doi.org/10.1177/1461444818823719>
- Russell, D. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, and Factor Structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20–40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2
- Salminen, A. (2011). Mikä kirjallisuuskatsaus? Johdatus kirjallisuuskatsauksen tyyppeihin ja hallintotieteellisiin sovelluksiin. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Saari, J. (toim.). (2016). Yksinäisten Suomi. Helsinki: Gaudeamus.
- Shevlin, M., Murphy, S., & Murphy, J. (2014). Adolescent loneliness and psychiatric morbidity in the general population: Identifying “at risk” groups using latent class analysis. *Nordic Journal of Psychiatry*, 68(8), 633–639. <https://doi.org/10.3109/08039488.2014.907342>

- So, A. (2019). Instagram Will Test Hiding 'Likes' in the US Starting Next Week. Wired. Viitattu 26.4.2020. <https://www.wired.com/story/instagram-hiding-likes-adam-mosseri-tracee-ellis-ross-wired25/>
- Tilastokeskus. (2019). Elinolotilasto. Viitattu 10.1.2020. <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/yksinaisia-on-sadoin-tuhansin-yhteista-korkea-ika-pient-tulot-ja-huono-terveys/>
- Tilastokeskus. (2019). Vapaa-aikatutkimus 2017. Viitattu 8.1.2020. <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/whatsapp-suosituin-some-on-suomalaisten-arkea-ian-mukaan-vaihdellen/>
- Vally, Z., & D'Souza, C. (2019). Abstinence from social media use, subjective well-being, stress, and loneliness. *Perspectives in Psychiatric Care*, 55(4), 752–759. <https://doi.org/10.1111/ppc.12431>
- We Are Social & Hootsuite, & DataReportal. (2019). Most popular social networks worldwide as of October 2019, ranked by number of active users (in millions) [Graph]. Statista. Viitattu 8.1.2020. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Yang, C-c. (2016). Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703–708. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>