

ISBN 978-952-03-1684-6 (painettu)

ISBN 978-952-03-1685-3 (pdf)

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1685-3>

ATTE OKSANEN, REETTA OKSA, MARKUS KAAKINEN,
NINA SAVELA, RITA LATIKKA ja NOORA ELLONEN

Sosiaalinen media työelämässä: hyvinvoinnin ulottuvuuksia

Tampereen yliopisto
2020

Sosiaalinen media työelämässä: hyvinvoinnin ulottuvuuksia

Hankkeen 118055 loppuraportti



Työsuojelurahasto
Arbetarskyddsfonden
The Finnish Work Environment Fund

Työsuojelurahasto on osallistunut
hankkeen rahoittamiseen.

© 2020 Kirjoittajat, Emerging Technologies Lab
(<https://projects.tuni.fi/emerging-technologies-lab>)

Yhteiskuntatieteiden tiedekunta, Tampereen yliopisto, Tampere, 2020

ISBN 978-952-03-1684-6 (painettu)
ISBN 978-952-03-1685-3 (pdf)

Niini & Co Oy, Helsinki, 2020

Sisällysluettelo

ESIPUHE.....	6
1. JOHDANTO	7
1.1. SOSIAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ TYÖELÄMÄSSÄ	8
1.2. SOSIAALINEN MEDIA JA TYÖHYVINVOINTI	10
1.3. KORONAKRIISI JA DIGILOIKKA	12
1.4. HANKKEEN TAVOITTEET	13
2. MENETELMÄT.....	14
2.1. HAASTATTELUT	14
2.2. KYSELYAINEISTOT	15
2.3. MUUTTUJAT	17
2.4. ANALYYSIMENETELMÄT	22
3. TULOKSET	23
3.1. VOIMAVARAT JA VAATIMUKSET	23
3.2. YLEISYYS JA YHTEYDET	24
3.3. MILLENIAALIT	26
3.4. KORONAKRIISI	29
3.5. TUTKIMUSARTIKKELIT.....	31
4. POHDINTA.....	41
4.1. PÄÄTULOKSET	41
4.2. RAJOITTEET JA JATKOTUTKIMUS.....	42
4.3. JOHTOPÄÄTÖKSET	42
5. HANKKEEN JULKAISULUETTELO	44
5.1. TUTKIMUSARTIKKELIT.....	44
5.2. ASiantuntija-artikkelit	44
5.3. OPINNÄYTETYÖT	45
5.4. ESITELMÄT TIETEELLISISSÄ KONFERENSSEISSA	45
6. LÄHTEET	47
7. LIITTEET	54

Esipuhe

Sosiaalinen media on muuttanut elämää 2000-luvulla. Työsuojelurahaston rahoittama hankkeemme *Ammatillinen sosiaalisen median käyttö ja nuorten aikuisten työn imu* (hankenumero 118055, 1.8.2018–31.7.2020, <https://projects.tuni.fi/tyosome/>) on selvittänyt sosiaalisen median käyttöä työelämässä. Monimenetelmällinen hanke on kerännyt mittavan aineiston, joka valottaa työntekijöiden sosiaalisen median käyttöä ja hyvinvointia.

Vaikka Työsuojelurahaston rahoitus hankkeelle on nyt päättynyt, työ jatkuu. Työmme pääasialliset julkaisukanavat ovat kansainvälisiä ja prosessit pitkiä. Tutkimusartikkeleista vasta seitsemän on julkaistu tai lähetetty arviointiin. Myös kevään 2020 koronakriisi muutti hankkeen suuntaa. Olemme eläneet poikkeuksellisia aikoja. Keräämämme pitkittäisaineisto tarjoaa ainutlaatuisen näkökulman kriisin tarkasteluun. Tulevat tutkimuksemme tarkentavat kuvaa työntekijöiden hyvinvoinnista koronakriisin aikana.

Kiitän Työsuojelurahastoa rahoituksesta. Kiitokset kuuluvat myös tutkimukseen osallistuneille yrityksille ja vastaajille. Hankkeen tutkimustyöhön ovat osallistuneet Reetta Oksa, Markus Kaakinen, Nina Savela, Rita Latikka ja Noora Ellonen, jotka ovat myös tämän raportin kirjoittajia. Heidän lisäksi haluan kiittää hankkeen yhteistyökumppaneita ja artikkelien kirjoittajia: Jari Hakanen, Eerik Mantere, Marko Mikkola, Henri Pirkkalainen, Tiina Saari, Markus Salo ja Iina Savolainen. Lisäksi kiitokset hankkeeseen osallistuneille opiskelijoille: Noora Alakangas, Anna Kilponen, Jonna Laine, Jie Li, Laura Moilanen, Ella Rintamäki, Janika Veikkolainen, Linda Weaver ja Mette Yltyinen.

Helsingissä 10.9.2020

Atte Oksanen, Sosiaalipsykologian professori
Tampereen yliopisto

1. Johdanto

Työ ja työelämä muuttuvat jatkuvasti, ja teknologioilla on tärkeä osa muutoksessa (Sutela, Pärnänen, & Keyriläinen, 2019; Pajarinen & Rouvinen, 2014). Uusien teknologioiden myötä työnteon aika, paikka, valvonta sekä töissä tapahtuva viestintä ovat mullistuneet (Keyriläinen & Sutela, 2018). Yksi esimerkki työn teknologisoitumisesta on sosiaalisen median eli somen käytön yleistyminen työelämässä viimeisen kymmenen vuoden aikana (Koch, Gonzalez, & Leidner, 2012; Leonardi, Huysman, & Steinfield, 2013; Treem & Leonardi, 2012; Yu, Cao, Liu, & Wang, 2018).

Ammatillisella sosiaalisen median käytöllä tarkoitetaan työntekijälle sen hetkessä työssä hyödyllisten sosiaalisten verkostojen luomista ja ylläpitämistä (Raj, Fast & Fisher, 2017) sekä työhön tai työorganisaatioon liittyvien sisältöjen seuraamista, tuottamista tai jakamista (Leonardi ym., 2013). Ammatillinen sosiaalisen median käyttö voi tapahtua yleisissä sosiaalisen median palveluissa (esim. LinkedIn ja Twitter) ja organisaatioiden sisäisillä alustoilla (esim. Microsoft Teams ja Yammer).

Tarkastelemme tutkimusraportissamme suomalaisten työntekijöiden ammatillisen sosiaalisen median käyttöä työhyvinvoinnin näkökulmasta. Tutkimusraportti vastaa tutkimustiedon tarpeeseen ammatillisen sosiaalisen median käyttötavoista ja yhteyksistä työhyvinvointiin, sillä toistaiseksi ammatillisen sosiaalisen median käytön mahdollisuuksista ja riskeistä työelämässä on ollut vain rajallisesti tutkimustietoa. Olemme kiinnostuneista sekä myönteisistä että kielteisistä yhteyksistä, joita sosiaalisen median käytöllä on hyvinvointiin. Raportissa käsitellään myös uusia tutkimustuloksia työhyvinvoinnista koronakriisin aikana.

1.1. Sosiaalisen median käyttö työelämässä

Sosiaalisen median käyttö työpaikoilla edustaa internetin kehityksessä tapahtuvaa jatkumoa. Niin sanotun Web 1.0:n aikakaudella 1990-luvulta alkaen internetin mahdollistamat erilaiset viestintävälineet, kuten sähköposti, yleistyivät merkittävästi. Web 2.0 aikakaudella sosiaalisuuden muodot verkossa moninaistuivat, ja erilaiset sosiaalisen median alustat vakiinnuttivat paikkansa osana arjen vuorovaikutusta (Boyd & Ellison, 2007; Kaplan & Haenlein, 2010; Keipi, Näsi, Oksanen, & Räsänen, 2017). Sosiaalinen media kattaa käsitteenä kirjon erilaisia internet-pohjaisia sovelluksia, jotka mahdollistavat käyttäjille uusien sosiaalisten verkostojen muodostamisen sekä erilasten sisältöjen luomisen ja jakamisen (Kaplan & Haenlein, 2010; van Dijck & Poell, 2013).

Sosiaalista mediaa käytetään työpaikoilla moniin eri tarkoituksiin. Organisaatioiden sisäisiä sosiaalisen median alustoja voidaan käyttää muun muassa yleiseen viestintään ja kanssakäymiseen työyhteisön ja kollegoiden kanssa sekä kohdennetusti dokumenttien ja tiedon jakamiseen (Treem & Leonardi, 2012; Ellison, Gibbs, & Weber, 2015; Pee & Lee, 2015). Organisaation sisäistä sosiaalista mediaa käytetään myös epäviralliseen keskusteluun työkavereiden kanssa (Gibbs, Rozaidi, & Eisenberg, 2013; Mäntymäki & Riemer, 2016).

Ulkoisia sosiaalisen median kanavia voidaan hyödyntää myyntiin, markkinointiin, asiakassuhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen sekä markkinatrendien ja kilpailijoiden seuraamiseen (Kaplan & Haenlein, 2010; Leftheriotis & Giannakos, 2014). Sosiaalisesta mediasta ja etenkin siellä toimivista työntekijälähettiläistä voi olla hyötyä myös työnantajamielikuvan luomisessa ja uusien työntekijöiden rekrytoinnissa (Dreher, 2014; Helm, 2011; Sivertzen,

Nielsen, & Olafsen, 2013). Lisäksi sosiaalista mediaa käytetään nykyään oman osaamisen, työntekijäidentiteetin ja henkilöbrändin kehittämiseen (Leidner, Gonzales, & Koch, 2018; Van Dijck, 2013). Sosiaalisen median merkitys on myös kasvanut erilaisten yhteisöjen ja jaettujen identiteettien kontekstina (Kaakinen, Sirola, Savolainen, & Oksanen, 2020; Keipi, ym., 2017). Sosiaalisessa mediassa on mahdollista osallistua myös erilaisten ammatillisten yhteisöjen toimintaan (Rolls, Hansen, Jackson, & Elliot, 2016).

Vuonna 2018 suurin osa (91 %) suomalaisista työntekijöistä hyödynsi tietotekniikkaa, mutta vain kolmannes käytti sosiaalista mediaa työtarkoituksiin (Lyly-Yrjänäinen, 2019). Kuitenkin 61 prosenttia suomalaisista työntekijöistä käytti elektronisia työtiloja ja yhteistyöalustoja sekä 53 prosenttia hyödynsi virtuaalisia kokouspalveluita (Sutela ym., 2019). Sosiaalista mediaa käytettiin vuonna 2018 pääasiassa tiedon jakamiseen (86 %), informaation etsimiseen (83 %), verkostoitumiseen ja yhteistyöhön (73 %), asiakaspalveluun (53 %), myyntiin ja markkinointiin (43 %), sekä tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen (38 %) (Lyly-Yrjänäinen, 2019).

Nettipalveluiden ja sosiaalisen median käyttö on yleistä erityisesti nuorilla aikuisilla. 1980–1990-luvulla syntyneitä Y-sukupolven edustajia eli milleniaaleja on kutsuttu diginatiiveiksi (Prensky, 2001) ja nettisukupolveksi (Tapscott, 1998). Milleniaalit ovat kasvaneet internet-ajassa ja heillä on ollut mahdollisuus osallistua internet-pohjaisten palveluiden ja yhteisöjen käyttöön jo hyvin varhaisessa vaiheessa elämäänsä (Boyd, 2014; Keipi ym., 2017). Vuoden 2018 työolobarometrissä eniten työssään sosiaalista mediaa käyttävät ikäryhmät olivat 35–44-vuotiaat (33 %) ja 18–24-vuotiaat (32 %), mutta myös muut ikäryhmät käyttivät sosiaalista mediaa usein töissään (Lyly-Yrjänäinen, 2019, 37).

1.2. Sosiaalinen media ja työhyvinvointi

Ammatillisella sosiaalisen median käytöllä voi olla monia positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia työntekijöiden ja työyhteisöjen hyvinvointiin ja yrityskulttuuriin. Ammatillinen sosiaalinen media voi vahvistaa yhteisöllisyyttä ja sosiaalisia verkostoja työpaikoilla sekä lisätä organisaatioiden avoimuutta ja sosiaalista oppimista (Leonardi ym., 2013; Olmstead ym., 2015). Näin ollen sosiaalisen median käyttö voi vaikuttaa myönteisesti työntekijöiden yhteenkuuluvuudentunteeseen ja kokemukseen muilta saatavasta tuesta (Gibbs ym., 2013; Leidner ym., 2018; Olmstead, Lampe, & Ellison, 2015).

Sosiaalinen media voi myös edistää työntekijöiden sitoutumista työhönsä sekä heidän työn imuaan (Sharma & Bhatnagar, 2016; van Zoonen, Verhoeven, & Vliegenthart, 2017; van Zoonen & Banghart, 2018). Työn imu on pitkäjänteinen ja laaja affektiiviskognitiivinen työhön liittyvä mielentila, jonka ansiosta työntekijät pääsevät työrooleissaan ilmaisemaan itseään fyysisesti, kognitiivisesti ja emotionaalisesti (Hakanen, 2002; Kahn, 1990; Schaufeli & Bakker, 2004a; Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma, & Bakker, 2002). Työhön liittyvät voimavaratekijät, kuten työn autonomia, voivat edistää työn imua, kun taas työhön liittyvät vaatimukset, esimerkiksi työmäärä, voivat vähentää sitä (Demerouti, Bakker, Nachreiner, & Schaufeli, 2001; Schaufeli & Bakker, 2004a). Työn imu on keskeinen positiivista työhyvinvointia kuvaava käsite, ja sen tukemiseen on alettu panostaa yrityksissä yhä enemmän (Hakanen, 2009).

Sosiaalinen media edesauttaa aika- ja paikkariippumatonta pääsyä työasioihin (Ellison ym., 2015; Leonardi ym., 2013; Pee & Lee, 2015), mikä voi tukea myös työn ja vapaa-ajan yhteensovittamista (Gerdenitsch, Kubicek, & Korunka, 2015). Sosiaalisen median avulla työntekijöiden tuottavuus

(Leftheriotis & Giannakos, 2014) ja innovaatiokyky voivat kasvaa ja siten edesauttaa yritysten tulosta (Scutto, Giudice, della Peruta, & Tarba, 2017).

Sosiaalinen media voi aiheuttaa myös haasteita työntekijöille ja työyhteisöille. Ammatillinen sosiaalisen median käyttö voi vähentää läpinäkyvyyttä ja yhteistyötä organisaation sisällä ja johtaa kuppikuntiin, syrjintään ja jopa verkossa tapahtuvaan työpaikkakiusaamiseen (Brooks, 2015; Leonardi ym., 2013; Snyman & Loh, 2015). Lisäksi ammatillinen sosiaalisen median käyttö voi aiheuttaa stressiä ja työuupumusta, jos jatkuvat keskeytykset häiritsevät työhön keskittymistä tai jos työn ja vapaa-ajan välinen raja hämärtyy (Ayyagari, Grover, & Purvis, 2011; Fieseler, Meckel, & Ranzini, 2015; Tarafdar, Tu, Ragu-Nathan, & Ragu-Nathan, 2007). Näin ollen sosiaalinen media voi myös haastaa työntekijöiden työ- ja vapaa-ajan identiteettien yhdistämistä ja erottamista (Ollier-Malaterre, Rorthbard, & Berg, 2013).

Digitalisaation myötä työelämästä on tullut intensiivisempää ja sosiaalinen media voi olla osa myös laajempaa tieto- ja viestintäteknologian aiheuttamaa kuormitusta (Mahmuda, Ramayahb, & Kurnia, 2017; Brooks & Califf, 2017). Työn ja vapaa-ajan rajan hämärtyminen ja työtekniikan läikkyminen vapaa-ajalle voivat myös aiheuttaa teknostressiä, jolloin työntekijällä on vaikeuksia selviytyä teknologian käyttöön liittyvistä vaatimuksista (Bucher, Fieseler, & Suphan, 2013; Ayyagari ym., 2011; Tarafdar, Cooper, & Stich, 2019). Sosiaalisessa mediassa tiedon saatavuus ja loputtomuus on koko ajan läsnä. Liiallinen tieto, viestit ja sosiaaliset kontaktit voivat uuvuttaa ja laskea työntekijöiden suorituskykyä (Yu ym., 2018). Lisäksi sosiaalisen median liiallinen käyttö ja kuormittavuus voivat aiheuttaa kognitiivisia vaikeuksia ja uniongelmia (Xanidis & Brignell, 2016). Tämän vuoksi kaikki työntekijät eivät välttämättä halua jakaa tietoa tai verkostoitua sosiaalisessa mediassa (Alber, Paige, Stellefson, & Bernhardt, 2016; Ellison ym., 2015).

1.3. Koronakriisi ja digiloikka

Uuden koronaviruksen (SARS-COV-2) aiheuttama pandemia on muuttanut dramaattisesti maailmaa vuonna 2020. Koronavirus raportoitiin alun perin joulukuussa 2019 Kiinassa, josta se eteni pikkuhiljaa myös Eurooppaan (Lescure ym., 2020; Oksanen ym., 2020; Rothan & Byrareddy, 2020). Maailman terveysjärjestö WHO julisti koronaviruksen pandemiaksi 11. maaliskuuta. Suomessa hallitus julisti poikkeustilan 16.3.2020. Kansallisia rajoituksia astui vähitellen voimaan; muun muassa suuret yleisötilaisuudet peruttiin, kouluissa siirryttiin etäopetukseen, ja maaliskuun 19. päivänä maan rajat menivät kiinni epidemian hillitsemiseksi (Oksanen ym., 2020; Valtioneuvosto, 2020). Suomi siirtyi rajoitusten ja kansallisen etätyösuosituksen myötä uuteen, ennennäkemättömään tilanteeseen.

Koronapandemia lisäsi etätyöskentelyn määrää Euroopassa, ja suomalaisista työntekijöistä 60 prosenttia siirtyi etätöihin keväällä 2020. Luku oli Euroopan korkein. (Eurofound, 2020, 5.) Poikkeustilanteessa työelämässä jouduttiin tekemään lyhyen ajan sisällä digiloikka. Käyttöön otettiin uusia teknologioita ja sosiaalisen median palveluja etätöön, kommunikaation ja yhteistyön helpottamiseksi. Kriisitilanteen vaatima sosiaalinen eristäytyminen ja etätö muodostivat samalla massiivisen uusien teknologioiden käyttöönottoa tarkastelevan luonnollisen koeasetelman. Etätyöskentelyyn siirtyminen koski etenkin toimistotyöntekijöitä, mutta myös muut toimialat joutuivat valmistautumattomina yllättävän muutoksen keskelle. Muutos on saattanut aiheuttaa työväestölle uupumusta ja teknologiaan liittyvää stressiä.

1.4. Hankkeen tavoitteet

Hankkeen tavoitteena oli ensinnäkin tuottaa uutta tietoa työntekijöiden ammatillisesta sosiaalisen median käytöstä ja työhyvinvoinnista. Erityistä huomiota kiinnitettiin sosiaalisen median käytön ja työn imun väliseen yhteyteen. Muita hankkeessa huomioituja työhyvinvoinnin tekijöitä olivat esimerkiksi työuupumus, psyykkinen kuormitus, teknostressi ja työpaikkakiusaaminen sosiaalisessa mediassa.

Hankkeen toisena yleisenä tavoitteena oli tarkastella 1980–1990-luvuilla syntyneitä milleniaaleja sosiaalisen median käyttäjinä työelämässä. Nämä Y-sukupolven työntekijät ovat käyttäneet internetiä jo varhain ja ottaneet osaa erilaisiin verkkoyhteisöihin. Nuoret aikuiset saattavat olla avainasemassa, kun sosiaalisen median käyttö työelämässä yleistyy entisestään.

Hankkeen kolmas tavoite muodostui hankkeen ollessa käynnissä. Koronakriisi tuotti poikkeuksellisen luonnollisen koeasetelman monien ihmisten siirtyessä etätöihin. Tavoitteemme on ollut selvittää koronakriisin välittömiä vaikutuksia työntekijöiden hyvinvointiin. Olemme huomioineet sosiaalisen median ammatillisen käytön lisäksi joukon yksilöllisiä ja yleisiä taustatekijöitä.

2. Menetelmät

2.1. Haastattelut

Hanke toteutti laadullisen tutkimuksen pilottitutkimuksena keväällä 2018. Fokusryhmähaastatteluilla kerättiin kuvauksia ja kokemuksia ammatillisesta sosiaalisen median käytöstä osana työtä ja työhyvinvointia. Teimme fokusryhmähaastatteluita ($N = 10$) viidessä asiantuntijaorganisaatiossa finanssialan, tietoliikenteen, henkilöstöhallinnon, kustannustoiminnan ja vähittäiskaupan toimialoilta helmi-maaliskuussa 2018. Fokusryhmähaastatteluiden osallistajat ($N = 52$) olivat milleniaaleja. Fokusryhmähaastattelu on haastattelijan ohjaama ryhmäkeskustelu, jossa tarkoituksena on kerätä mahdollisimman kattavasti haastateltavien kokemuksia ja näkökulmia haastateltavasta aiheesta (Hennik, 2013). Asiantuntijaorganisaatiot rekrytoitiin mukaan tutkimukseen sekä puhelimitse että sähköpostitse, ja osallistuminen tutkimukseen oli heille ilmaista. Fokusryhmähaastattelut toteutettiin jokaisen organisaation omissa tiloissa. Osallistajat rekrytoitiin sisäisesti, yleensä HR-päällikön tai vastaavan henkilön toimesta. Haastattelukutsussa esiteltiin tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusryhmä.

Haastatteluita pidettiin kaksi jokaisessa organisaatiossa. Keskimäärin fokusryhmiin osallistui viisi henkilöä, mutta osallistujamäärä vaihteli neljästä kuuheen riippuen poisjäämisistä. Hennikin (2013) mukaan ideaali fokusryhmän koko vaihtelee viidestä kymmeneen osallistujaan. Bloorin ja kumppaneiden (2009) mukaan fokusryhmä voi kuitenkin toimia jopa kolmella osallistujalla. Poisjäämiset ovat myös hyvin yleisiä, ja noin 20 prosentin kato on vielä hyväksyttävä (Morgan, 1998). Osallistujien keski-ikä oli 32 vuotta (vaihteluväli 25–38 vuotta), ja heistä 69 prosenttia oli naisia. Kaikki osallistajat olivat asiantuntijoita tai esimiehiä. Haastattelukysymykset koostuivat neljästätoista

avoimesta kysymyksestä, jotka käsittelivät ammatillista sosiaalisen median käyttöä ja työhyvinvointia. Fokusryhmähaastattelut kestivät keskimäärin 46 minuuttia.

2.2. Kyselyaineistot

Työ ja sosiaalinen media asiantuntijaorganisaatioissa -kyselyaineisto kerättiin viideltä asiantuntijaorganisaatiolta marras-joulukuussa 2018. Kyselyn vastaajien ($N = 563$) ikäjakauma oli 21–67 ($ka. = 40,67$, $kh. = 10,86$) ja vastanneista 67,67 prosenttia oli naisia, mikä vastasi organisaatioiden ikä- ja sukupuolijakaumaa. Aineistonkeruu tehtiin yhteistyössä organisaatioiden henkilöstöhallinnon kanssa ja kutsut kyselyihin lähetettiin joko sähköpostitse tai organisaation sisäisessä käytössä olevan sosiaalisen median alustan kautta. Organisaatiot vaihtelevat kooltaan alle 2000 työntekijän yrityksistä suuriin yli 10 000 työntekijän yrityksiin ja edustavat viittä eri toimialaa: finanssi, tietoliikenne, henkilöstöhallinto, kustannustoimi ja vähittäiskauppa (ks. Liite A). Vastausprosentit olivat 3,18–34,21 ($ka. = 17,71$, $kh. = 11,90$).

Hankkeen kansallinen *Työ ja sosiaalinen media* -pitkittäiskysely kerättiin yhteistyössä Norstatin kanssa suomalaiselta työväestöltä kolmessa aikapisteessä: maaliskuu–huhtikuussa 2019 (T1, $N = 1817$), syys–lokakuussa 2019 (T2, $N = 1318$, vastausprosentti 73) ja maaliskuu–huhtikuussa 2020 (T3, $N = 1082$, vastausprosentti 82 T2:een osallistuneista). Viimeinen kysely alkoi koronakriisin ollessa jo käynnissä, mutta kysely saatiin poikkeuksellisen onnistuneesti kerättyä aikavälillä 16.3.2020–8.4.2020. Kyselyiden runko vastasi pääosin muuttujiltaan asiantuntijaorganisaatioiden kyselyä. Kyselyt toteutettiin suomeksi.

Ensimmäisen kyselyn vastaajat ($N = 1817$) olivat iältään 18–65-vuotiaita ($ka. = 41,75$, $kh. = 12,19$). Naisten osuus vastaajista oli 46,84 prosenttia. Vastajat rekrytoitiin Norstatin kansallisesta vastaajapaneelistä ja kyselyyn vastattiin sähköisesti. Vastausprosentti oli 28,31. Vastaajat olivat kattavasti eri ammattialoilta, koulutustaustoista ja eri puolelta Suomea (ks. vastaajien tarkemmat taustatiedot Liite B ja C). Jatkokyselyt kohdistettiin aiempiin kyselyihin osallistuneille. Norstat rekrytoi vastaajat.

Vastaajien keski-ikä aineistossa (T1: 41,75) on lähes sama kuin Tilastokeskuksen (TK) vuonna 2018 ilmoittama suomalaisten työllisten keski-ikä (41,81) (SVT, 2020a). Myös vastaajien sukupuolijakauma (T1: miehiä 53,16 % ja naisia 46,84 %) noudattaa TK:n työvoimatutkimuksen (SVT, 2020b) ilmoittamaa suomalaisten työllisten sukupuolijakaumaa: miehiä 51,85 prosenttia ja naisia 48,15 prosenttia. Vastaajien alueellinen jakautuminen on lähellä työvoimatutkimuksen (SVT, 2020a) lukuja työllisten jakautumisesta suuralueisiin: Helsinki-Uusimaa (T1: 35,77 % vs. TK: 33,03 %), Etelä-Suomi (T1: 19,81 % vs. TK: 20,28 %), Länsi-Suomi (T1: 25,04 % vs. TK: 24,33 %) sekä Pohjois- ja Itä-Suomi (T1: 19,37 % vs. TK: 21,73 %). Vastauksia saatiin kattavasti eri toimialoilta ja koulutusasteilta, ja luvut ovat lähellä väestön vastaavia lukuja. Ainoastaan peruskoulun käyneitä vastaajia on aineistossa vähemmän (T1: 3,30 % vs. TK: 10,46 %).

Toiseen aikapisteeseen syys–lokakuussa 2019 vastanneiden ($n = 1308$) ja vastaamatta jättäneiden ($n = 509$) välillä ei havaittu suuria eroja. Toiseen aikapisteeseen vastanneet olivat keskimäärin vanhempia ($ka. = 42,72$ vs. $ka. = 39,25$, $p < 0,001$) ja kuuluivat todennäköisemmin ylempiin toimihenkilöihin kuin vastaamatta jättäneet (24,38 % vs. 19,25 %, $p = 0,001$). Sukupuolen, koulutuksen, tulojen, esimiesaseman, etätöön määrän ja työtuntien osalta ei havaittu tilastollisia eroja T1 ja T2 aikapisteiden välillä. Kaikkiin kolmeen

aikapisteeseen vastanneiden ($n = 1082$) ja toisen aikapisteen jälkeen pudonneiden ($n = 227$) välillä erot pienenevät entisestään, mutta vanhemmat vastaajat osallistuivat pitkittäisseurantaan hieman todennäköisemmin ($ka. = 43,67$ vs. $ka. = 41,15$, $p = 0,003$).

Tampereen alueen ihmistieteiden eettinen toimikunta totesi vuonna 2018, ettei tutkimukseen sisälly eettisiä ongelmia. Kaikki tutkimukseen osallistuneet antoivat suostumuksensa, ja heitä tiedotettiin tutkimuksen tavoitteista ja tutkimukseen liittyvistä tietosuojakysymyksistä.

2.3. Muuttujat

Sosiaalisen median työkäyttö. Kysyimme vastaajilta, kuinka usein he käyttävät eri sosiaalisen median alustoja työssään. Raportissa käyttämässämme muuttujassa on huomioitu 21 erilaista sosiaalisen median sovellusta yleisistä sosiaalisen median sivustoista (esim. Facebook) tarkemmin työasioiden hoitoon suunniteltuihin sovelluksiin (esim. Microsoft Teams). Vastausvaihtoehdot olivat ”en käytä”, ”harvemmin kuin viikoittain”, ”viikoittain”, ”päivittäin” ja ”useita kertoja päivässä”.

Virallinen someviestintä töissä. Kysyimme virallisen työsomeviestinnän yleisyyttä kysymyksellä: ”Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa pitääksesi yhteyttä työkavereihisi tai työyhteisöosi työhön liittyvissä asioissa (esim. tiedon jakamiseen tai työaikatauluista sopimiseen)? Vastausvaihtoehdot olivat ”en käytä”, ”harvemmin kuin viikoittain”, ”viikoittain”, ”päivittäin” ja ”useita kertoja päivässä”.

Epävirallinen someviestintä töissä. Kysyimme epävirallisen työsomeviestinnän yleisyyttä kysymyksellä: ”Kuinka usein käytät sosiaalista mediaa pitääksesi yhteyttä työkavereihisi tai työyhteisöosi muissa kuin työhön liittyvissä asioissa?”. Vastausvaihtoehdot olivat ”en käytä”, ”harvemmin kuin viikoittain”, ”viikoittain”, ”päivittäin” ja ”useita kertoja päivässä”.

Muut sosiaalisen median käyttöä koskevat kysymykset. Sosiaalisen median vapaa-ajan käyttöä tarkasteltiin kyselyssä myös yleisesti. Kyseisiä muuttujia on käytetty tutkimusartikkeleissa. Raportissa keskityimme etenkin työhön liittyvään käyttöön, jonka kartoittamiseen hyödynsimme esimerkiksi kysymyksiä siitä, mihin tarkoituksiin vastaajat käyttävät sosiaalista mediaa töissään. Lisäksi kysyimme, koetaanko sosiaalinen media hyödyllisenä tai kuormittavana sekä koetaanko sosiaalisen median työ- ja vapaa-ajan käytön välillä ristiriitaa. Näihin kysymyksiin vastausvaihtoehdot olivat välillä ”en lainkaan” (1) ja ”huomattavasti” (7).

Työn imu. Tarkastelimme työn imua Utrechtin työn imu -mittarilla (UWES), joka kattaa kolme työn imun ulottuvuutta: tarmokkuus, omistautuminen ja uppoutuminen. Alkujaan UWES-mittari koostui 24:stä väitteestä (Schaufeli ym., 2002; Schaufeli & Bakker, 2004b), mutta yhdeksän väitteen lyhyttä mittaria suositellaan nykyisin rakennevalideettinsa vuoksi (Seppälä ym., 2009). Hankkeessa hyödynsimme yhdeksän väitteen lyhyen mittarin suomenkielistä versiota (Hakanen, 2009). Väitteisiin vastattiin seitsemällä vastausvaihtoehdolla: ”en koskaan” (0), ”muutaman kerran vuodessa” (1), ”kerran kuussa” (2), ”muutaman kerran kuussa” (3), ”kerran viikossa” (4), ”muutaman kerran viikossa” (5) ja ”päivittäin” (6). Mittarin sisäinen yhtenäisyys oli erinomainen sekä asiantuntijaorganisaatioaineistossa (Cronbachin alfakerroin, $\alpha = 0,95$) että kansallisessa aineistossa (T1: $\alpha = 0,95$; T2: $\alpha = 0,96$; T3: $\alpha = 0,96$).

Työuupumus. Mittasimme työuupumusta Maslachin, Jacksonin ja Leitnerin (2018) kyselyn viidellä väitteellä. Kaikkiin kysymyksiin oli seitsemän vastausvaihtoehtoa: ”en koskaan” (0), ”muutaman kerran vuodessa tai vähemmän” (1), ”kerran kuukaudessa tai vähemmän” (2), ”muutaman kerran kuukaudessa” (3), ”kerran viikossa” (4), ”muutaman kerran viikossa” (5) ja ”päivittäin” (6). Mittarin sisäisen yhtenäisyyden on aiemmissa tutkimuksissa havaittu olevan hyvä (Golden, Veiga, & Simsek, 2006; Hakanen, Bakker, & Schaufeli, 2006), ja sen luotettavuus oli erinomainen myös tämän hankkeen aineistoissa (asiantuntijaorganisaatioaineisto: $\alpha = 0,91$; T1–T3: $\alpha = 0,92$).

Psyykinen kuormitus. Analysoimme psyykkistä kuormitusta yleistä mielialaa kartoittavalla 12-kysymyksen mittarilla (*General Health Questionnaire*, GHQ-12), jota käytetään väestötutkimuksissa kansainvälisesti ja kansallisesti (Goldberg & Hillier, 1979; Goldberg ym., 1997; Kalliath, O’Driscoll, & Brough, 2004; Mäkikangas ym., 2006). Vastaajalta tiedusteltiin esimerkiksi: ”Onko sinusta viime aikoina tuntunut siltä, ettet voisi selviytyä vaikeuksista?”. Vastausvaihtoehdot olivat: ”Ei ollenkaan” (0), ”Ei enempää kuin tavallisesti” (1), ”Jonkin verran enemmän kuin tavallisesti” (2), ”Paljon enemmän kuin tavallisesti” (3). Vastaukset pisteytettiin Likert-pisteytyksellä (0-1-2-3) ja niistä muodostettiin summamuuttuja, jonka vaihteluväli oli 0–36. Korkeammat arvot osoittavat korkeampaa psyykkistä kuormitusta (Banks ym., 1980; Goldberg ym., 1997). Mittarin sisäinen yhtenäisyys oli erinomainen sekä asiantuntijaorganisaatioaineistossa ($\alpha = 0,89$) että kansallisessa aineistossa (T1: $\alpha = 0,92$, T2: $\alpha = 0,91$, T3: $\alpha = 0,90$).

Teknostressi. Käytimme sosiaalisen median käytön aiheuttaman stressin analysoimiseen neljää Salanovan, Llorensin ja Cifren (2013)

teknostressipatteristosta sovellettua väitettä (ks. Liite D), joiden vastausvaihtoehdot olivat välillä ”ei koskaan” (0) ja ”aina” (6). Summamuuttujan vaihteluväli oli 0–24 ja sisäinen yhtenäisyys hyvä ($\alpha = 0,81$). Kansallisessa aineistossa mittasimme teknostressiä kuudella sosiaalisen median tungettelevuutta ja kuormittavuutta mittaavalla väitteellä (ks. Liite E), jotka on sovellettu Ragu-Nathanin ja kollegoiden (2008) teknostressimittariston vastaavista ulottuvuuksista. Vastausvaihtoehdot olivat välillä ”täysin eri mieltä” (1) ja ”täysin samaa mieltä” (7). Summamuuttujan vaihteluväli oli 6–42, ja mittarin sisäinen yhtenäisyys oli erinomainen (T1: $\alpha = 0,89$; T2: $\alpha = 0,90$; T3: $\alpha = 0,91$).

Nettityöpaikkakiusaaminen. Sosiaalisessa mediassa ja netissä tapahtuvan työpaikkakiusaamisen selvittämiseen sovelsimme kymmentä Forsellin (2016) nettikiusaamismittarin kysymystä (ks. Liite F). Väitteet kartoittivat esimerkiksi, ovatko työntekijät vastaanottaneet tönkeitä, vihamielisiä ja loukkaavia viestejä vastausvaihtoehdoilla ”ei koskaan”, ”silloin ja tällöin”, ”kuukausittain”, ”viikoittain” tai ”päivittäin”. Analyyseissä hyödynsimme vähintään kuukausittain kiusatuksi tulemisen ilmaisevaa kaksiportaista muuttujaa. Raportoimme myös tulokset niiden osalta, jotka ovat tulleet kiusatuksi jollain tavoin viikoittain.

Kyselyt kartoittivat tarkasti erilaisia sosiodemografisia taustatekijöitä, työntekijöiden sosiaalista tilannetta työpaikalla ja heidän saamaansa sosiaalista tukea sekä organisaatioidentifikaatiota (Mael & Ashforth, 1992). Tavanomaisten taustatekijöiden lisäksi kyselyt tarkastelivat vastaajien persoonallisuuspiirteistä viittä suurta eli avoimuutta, tunnollisuutta, ulospäinsuuntautuneisuutta, sovinnollisuutta ja neuroottisuutta (BFI-S, Hahn, Gottschling, & Spinath, 2012). Lisäksi vastaajilta kysyttiin kuulumisesta sosiaalisen median kupliin (Identity Bubble Reinforcement Scale, IBRS-6, Kaakinen ym., 2020).

Kyselyt olivat erittäin kattavia, joten tunnusluvuista raportoidaan vain osa. Muita mittareita on hyödynnetty erikseen hankkeen tekemisissä tutkimusartikkeleissa.

Taulukko 1. Päämuuttujat asiantuntijaorganisaatiokyselyssä (N = 563)

Jatkuvat muuttujat	min, max	ka.	kh.	α
Työn imu	0–54	42,96	9,25	0,95
Työuupumus	0–30	13,64	7,44	0,91
Psyykkinen kuormitus	0–36	12,81	5,73	0,89
Teknostressi	0–24	6,41	4,50	0,81
Kategoriset muuttujat	min, max	%		
Somen työkäyttö (päivittäin)	0, 1	84,37		
Virallinen someviestintä töissä (päivittäin)	0, 1	47,96		
Epävirallinen someviestintä töissä (päivittäin)	0, 1	18,12		
Nettityöpaikkakiusaamisen uhri (kuukausittain)	0, 1	12,61		

Taulukko 2. Päämuuttujat kansallisessa kyselyssä (N = 1817)

Jatkuvat muuttujat	min, max	ka.	kh.	α
Työn imu	0–54	38,67	12,30	0,95
Työuupumus	0–30	14,69	7,70	0,92
Psyykkinen kuormitus	0–36	13,16	6,32	0,92
Teknostressi	6–42	12,84	7,14	0,89
Kategoriset muuttujat	min, max	%		
Somen työkäyttö (päivittäin)	0, 1	34,74		
Virallinen someviestintä töissä (päivittäin)	0, 1	18,24		
Epävirallinen someviestintä töissä (päivittäin)	0, 1	12,09		
Nettityöpaikkakiusaamisen uhri (kuukausittain)	0, 1	17,40		

2.4. Analyysimenetelmät

Fokusryhmähaastatteluaineiston analyysi toteutettiin teoriaohjaavalla sisälönanalyysillä. Sosiaalisen median käyttöön liittyvät motivaatiotekijät luokiteltiin sisäisiin ja ulkoisiin motivaatiotekijöihin, aktiiviseen ja passiiviseen käyttöön ja hyötyihin ja kuormitustekijöihin. Muodostimme haastatteluaineistosta myös työn vaatimuksiin ja työn ja yksilön voimavaroihin liittyviä luokkia.

Määrällinen analyysi on toteutettu hankkeen tutkimusartikkeleissa monimuuttujamenetelmin. Hankkeen alkuvaiheen artikkeleissa analyysit toteutettiin etupäässä poikkileikkausasetelmalla ja monimuuttujamenetelminä käytettiin regressio- ja rakenneyhtälömalleja. Uusimmat artikkelit hyödyntävät pitkittäisanalyysejä ja monitasoregressio-malleja. Monitasomallien avulla on tarkasteltu sekä yksilöiden välisiä eroja että yksilöiden sisäistä kehitystä yli ajan. Ohjelmistoina on käytetty ensisijaisesti R:ää ja Stataa. Raportin lyhyessä kuvailevassa osuudessa nojaamme erityisesti deskriptiiviseen analyysiin (ristiintaulukointi, keskiarvovertailu ja korrelaatiotarkastelu) sekä pitkittäisanalyysin päähavaintoihin. Kansallisen aineiston poikittais-analyyseissä on käytetty analyyttisiä painoja. Pitkittäisanalyysissa on tarkasteltu koronakriisin vaikutusta ammatilliseen sosiaalisen median käyttöön ja yksilöiden hyvinvointiin. Tutkimusartikkelit kuvaavat kattavasti käytetyt tutkimusmenetelmät.

3. Tulokset

3.1. Voimavarat ja vaatimukset

Asiantuntijaorganisaatioissa toteutettujen fokusryhmähaastattelujen avulla pyrimme ymmärtämään, mihin tarkoituksiin sosiaalista mediaa käytetään työssä ja minkälaisia motivaatioita käyttöön liittyy. Sisäiset motivaatiotekijät liittyivät työntekijöiden henkilökohtaiseen tahtoon hyödyntää sosiaalista mediaa, kun taas ulkoiset motivaatiotekijät liittyivät siihen, että sosiaalisesta mediaa ei käytetty välttämättä täysin vapaasta tahdosta. Sen sijaan käyttöön saattoi liittyä sosiaalista painetta, tai käyttöä edellytettiin työtehtävissä.

Aktiivinen sosiaalisen median käyttö piti sisällään muun muassa tiedon jakamista sisäisesti ja ulkoisesti, kun taas passiivinen käyttö keskittyi sisällön seuraamiseen ja informaation etsimiseen. Haastateltavat käyttivät sosiaalista mediaa työssään etenkin informaation saatavuuden ja nopeuden vuoksi. Sosiaalisen median haittoina työntekijät mainitsivat esimerkiksi ajankäytön haasteet ja sosiaalisen paineen.

Tarkastelimme myös, millaisena työn vaatimuksena tai voimavarana sosiaalisen median työkäyttö koetaan. Työn vaatimukset tiivistyivät fyysisiin oireisiin, esimerkiksi selkäkipuun ja nukkumisongelmiin. Erilaiset pelot osaamisen riittämättömyydestä, kasvojen menettämisestä ja paitsi jäämisestä tulivat esiin haastatteluissa. Työnantajilta, asiakkailta tai sidosryhmiltä tullut sosiaalinen paine käyttää sosiaalista mediaa vei haastateltavien mukaan voimavaroja. Lisäksi epäselvät sosiaalisen median ohjeistukset ja säännöt koettiin työhyvinvointia heikentävänä seikkana.

Työn voimavaroiksi haastateltavat kiteyttivät organisaatiolähtöisen kannustuksen ja tuen, joita molempia oli tarjolla haastatelluissa yrityksissä. Sosiaalinen media mahdollisti sosiaalisten suhteiden luomisen ja ylläpitämisen, mikä koettiin voimavarana. Työn voimavaraksi mainittiin myös rajaton informaation saatavuus ja hyödynnettävyys. Lisäksi haastatteluiden valossa voimavarana näyttäytyi myös sosiaalisen median käyttöön liittyvä autonomia eli tunne siitä, että pystyy itse määrittelemään sosiaalisen median käyttöä. Yksilön voimavarana esiin nousi mahdollisuus ammatillisen identiteetin kehittämiseen sosiaalisessa mediassa. Ylipäätään sosiaalinen media koettiin enemmän työhön liittyväksi voimavaraksi kuin vaatimukseksi.

3.2. Yleisyys ja yhteydet

Asiantuntijaorganisaatiokyselyyn syksyllä 2018 vastanneista työntekijöistä ($N = 563$) sosiaalista mediaa käytti päivittäin työssään yhteensä 85 prosenttia (ks. Taulukko 1). Keväällä 2019 kansalliseen kyselyymme vastanneista suomalaisista työntekijöistä ($N = 1817$) sosiaalista media käytti päivittäin työssään 35 prosenttia (ks. Taulukko 2). Molemmissa aineistoistoissa vastaajat raportoivat suosituimmiksi käyttömotivaatioiksi sisällön seuraamisen ja etsimisen sekä ammatillisen yhteydenpidon.

Tulosten mukaan sosiaalinen median hyödyntäminen työyhteisöissä on yhteydessä sekä myönteisiin tekijöihin, kuten työn imuun, mutta myös kielteisiin tekijöihin, kuten teknostressiin ja internetissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan työpaikkakiusaamiseen, joka oli melko yleistä. Nettityöpaikkakiusaamisen uhriksi joutui noin 12 prosenttia asiantuntijaorganisaatiokyselyn vastaajista ja 17 prosenttia kansallisen kyselyn vastaajista. Viikoittaista työpaikkakiusaamista internetissä tai sosiaalisessa mediassa raportoi viisi

prosenttia asiantuntijaorganisaatioiden vastaajista ja kymmenen prosenttia kansallisen kyselyn vastaajista.

Taulukot 3 ja 4 raportoivat muuttujien väliset korrelaatiot molemmissa aineistoissa. Tutkimusartikkelit raportoivat yhteydet monimuuttujamenetelmin. Sosiaalisen median käytön ja viestinnän yhteyksiä jäsennettiin tarkemmin rakenneyhtälömallilla (ks. Oksa ym., 2020). Tulostemme mukaan kollegoiden välinen virallinen ja epävirallinen someviestintä töissä oli yhteydessä työn imuun. Yhteys työn imuun välittyy etenkin työyhteisöltä saatavan tuen ja yhteenkuuluvuuden tunteen kautta.

Taulukko 3. Muuttujien väliset korrelaatiot asiantuntijaorganisaatio-kyselyssä (N = 563)

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1. Somen työkäyttö	1							
2. Virallinen someviestintä töissä	0,38 ***	1						
3. Epävirallinen someviestintä töissä	0,14 **	0,31 ***	1					
4. Työn imu	0,04	0,04	0,08 *	1				
5. Työuupumus	-0,02	0,00	0,00	-0,40 ***	1			
6. Psyykkinen kuormitus	-0,01	0,01	-0,03	-0,46 ***	0,60 ***	1		
7. Teknostressi	0,00	0,03	0,05	-0,06	0,27 ***	0,29 ***	1	
8. Nettityöpaikkakiusaamisen uhri	0,00	0,04	0,10 *	-0,11 *	0,24 ***	0,22 ***	0,16 ***	1

Tilastollinen merkitsevyys: * p < 0,05, ** p < 0,01, * p < 0,001**

Taulukko 4. Muuttujien väliset korrelaatiot kansallisessa kyselyssä (N = 1817)

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1. Somen työkäyttö	1							
2. Virallinen someviestintä töissä	0,46 ***	1						
3. Epävirallinen someviestintä töissä	0,20 ***	0,41 ***	1					
4. Työn imu	0,09 ***	0,10 ***	0,08 **	1				
5. Työuupumus	0,04	0,09 ***	0,07 **	-0,32 ***	1			
6. Psykkinen kuormitus	0,00	0,05 *	0,07 **	-0,39 ***	0,53 ***	1		
7. Teknostressi	0,23 ***	0,17 ***	0,16 ***	-0,06 **	0,22 ***	0,25 ***	1	
8. Nettityöpaikkakiusaamisen uhri	0,11 ***	0,08 **	0,12 ***	-0,19 ***	0,15 ***	0,26 ***	0,25 ***	1

Tilastollinen merkitsevyys: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$

3.3. Milleniaalit

Milleniaalien eli 1980- ja 1990-luvulla syntyneiden työntekijöiden ero vanhempaan työväestöön muodostui tutkimuksessamme merkittäväksi etenkin kansallisessa kyselyssä. Asiantuntijaorganisaatioissa erot olivat pienempiä. Milleniaalit käyttivät työssään enemmän sosiaalista mediaa ja suosivat vanhempia sukupolvia enemmän epävirallista someviestintää töissä. Milleniaalit olivat myös useammin internetissä tai sosiaalisessa mediassa tapahtuvan työpaikkakiusaamisen kohteita. Tulos kävi ilmi molemmista aineistoista. Prosentuaaliset erot ovat luettavissa taulukoista 5 ja 6.

Taulukko 5. Milleniaalien ja ennen 1980-syntyneiden työntekijöiden vertailu asiantuntijaorganisaatiokyselyssä (N = 563)

	Ennen 1980-syn- tyneet %	Milleniaalit %	<i>p</i>
Somen työkäyttö (päivittäin)	84,13	84,68	-
Virallinen someviestintä töissä (päivittäin)	47,94	47,98	-
Epävirallinen someviestintä töissä (päivittäin)	15,87	20,97	-
Nettityöpaikkakiusaamisen uhri (kuukausittain)	10,16	15,73	*
Sosiaalisen median käyttötarkoitukset työssä			
Sisällön seuraaminen	83,05	84,32	-
Sisällön tuottaminen	36,27	35,17	-
Sisällön jakaminen	61,02	56,36	-
Ammatillinen verkostoituminen	51,19	59,32	-
Yhteydenpitäminen työyhteisöön	74,58	71,61	-
Oppiminen työkavereista	25,42	41,53	***
Yhteydenpito asiakkaisiin tai sidosryhmiin	34,58	27,54	-
Työuran ja oman näkyvyyden edistäminen	20,00	48,73	***
Tauon pitäminen työstä	32,20	38,56	-
	ka.	ka.	<i>p</i>
Työn imu	43,70	42,02	*
Työuupumus	13,17	14,24	-
Psyykkinen kuormitus	12,62	13,04	-
Teknostressi	5,59	7,46	***
Ristiriita somen työ- ja vapaa-ajan käytön välillä	2,21	2,32	-
Somen käytön kuormittavuus työssä	2,29	2,00	*
Somen koettu hyödyllisyys työssä	4,33	4,51	-

Tilastollinen merkitsevyys: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,001$**

Taulukko 6. Milleniaalien ja ennen 1980-syntyneiden työntekijöiden vertailu kansallisessa kyselyssä (N = 1817)

	Ennen 1980-syn- tyneet %	Milleniaalit %	p
Somen työkäyttö (päivittäin)	32,10	38,36	**
Virallinen someviestintä töissä (päivittäin)	17,12	19,78	-
Epävirallinen someviestintä töissä (päivittäin)	10,11	14,81	**
Nettityöpaikkakiusaamisen uhri (kuukausittain)	13,82	22,28	***
Sosiaalisen median käyttötarkoitukset työssä			
Sisällön seuraaminen	51,98	52,71	-
Sisällön tuottaminen	21,30	27,26	*
Sisällön jakaminen	33,96	35,06	-
Ammatillinen verkostoituminen	31,68	30,66	-
Yhteydenpitäminen työyhteisöön	49,49	51,76	-
Oppiminen työkavereista	10,31	18,82	***
Yhteydenpito asiakkaisiin tai sidosryhmiin	22,61	20,99	-
Työuran ja oman näkyvyyden edistäminen	12,84	17,43	*
Tauon pitäminen työstä	23,71	34,64	***
Työn imu	39,60	37,39	**
Työuupumus	14,27	15,26	**
Psyykinen kuormitus	12,74	13,73	**
Teknostressi	11,60	14,53	***
Ristiriita somen työ- ja vapaa-ajan käytön välillä	2,21	2,53	***
Somen käytön kuormittavuus työssä	1,93	2,11	*
Somen koettu hyödyllisyys työssä	3,15	3,50	***

Tilastollinen merkitsevyys: * p < 0,05, ** p < 0,01, * p < 0,001**

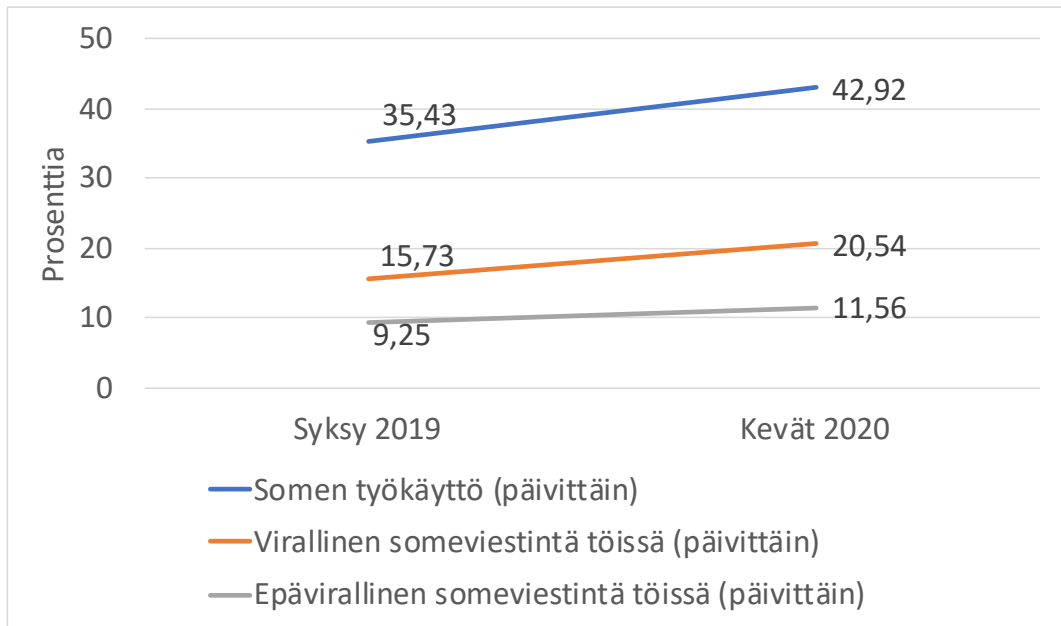
Asiantuntijaorganisaatioissa milleniaalit käyttivät sosiaalista mediaa ammatillisesti vanhempia sukupolvia useammin oppiakseen jotain työkavereistaan sekä työuran ja oman näkyvyyden edistämiseen. Kansallisessa suomalaisten työntekijöiden otoksessa milleniaalit mainitsivat käyttömotiveinaan

vanhempia sukupolvia useammin sisällön tuottamisen, oppimisen työkave-
reistaan, työuran ja oman näkyvyyden edistämisen ja tauon pitämisen.

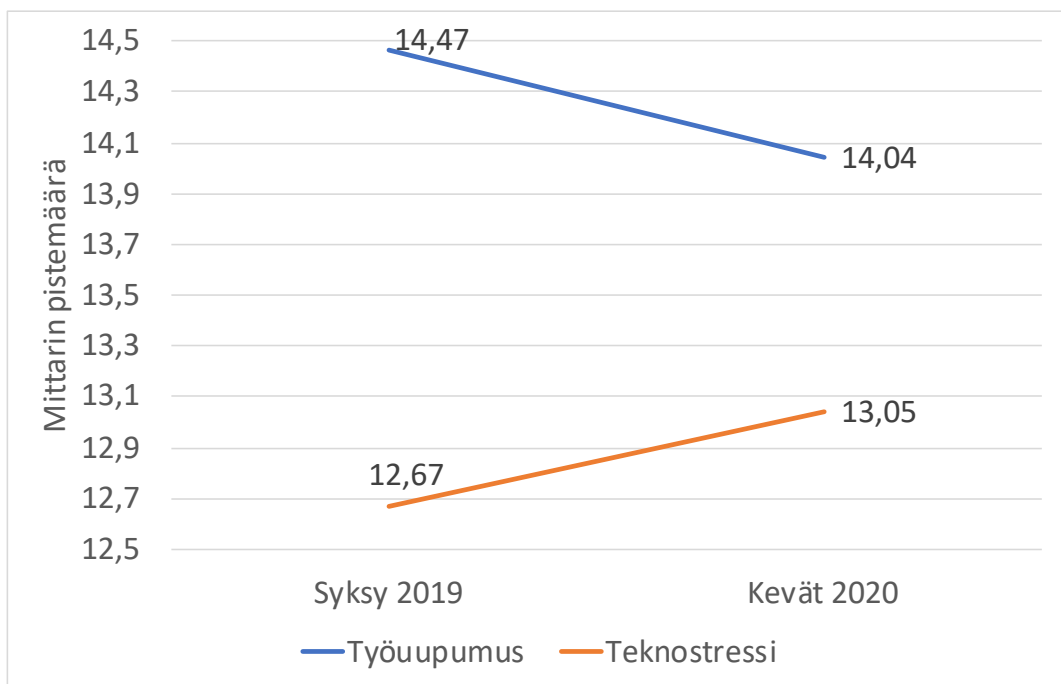
Asiantuntijaorganisaatioissa milleniaalit kokivat sosiaalisen median työkäy-
tön vähemmän kuormittavana kuin vanhemmat työntekijät. Sen sijaan kan-
sallisessa aineistossa milleniaalit raportoivat suurempaa ristiriitaa sosiaali-
sen median työkäytön ja vapaa-ajan käytön välillä ja suurempaa kuormi-
tusta sosiaalisesta mediasta. Milleniaalit raportoivat myös vanhempia suku-
polvia voimakkaampaa teknostressiä, jonka lähteenä on sosiaalisen median
käyttö. Silti milleniaalit kokivat sosiaalisen median hyödyllisemmäksi työs-
sään kuin vanhemmat sukupolvet. Lisäksi milleniaaleilla työn imu oli mata-
lampaa kuin heitä vanhemmilla työntekijöillä. Kansallisesti milleniaalit ra-
portoivat myös voimakkaampaa työuupumusta ja psyykkistä kuormitusta
kuin heitä vanhemmat työntekijät.

3.4. Koronakriisi

Koronakriisi siirsi suuren osan suomalaisesta työvoimasta etätöihin. Tulok-
semme osoittavat, että sosiaalisen median käyttö työasioissa yleistyi tilas-
tollisesti merkitsevästi aineistossa kevään 2020 aikana. Esimerkiksi sosiaali-
sen median sovellusten käyttö työväestössä yleistyi 35 prosentista 43 pro-
senttiin ($p < 0,001$, ks. kuvio 1). Työväestössä uupumus väheni ($p = 0,021$)
mutta teknostressi kasvoi ($p = 0,035$, ks. kuvio 2). Osatutkimuksestamme
kävi ilmi, että teknostressi ja työuupumus vähenivät erityisesti niillä vastaa-
jilla, jotka olivat tottuneet käyttämään sosiaalista mediaa työviestintään en-
nen kriisiä. Sen sijaan työn imuun, psyykkiseen kuormitukseen ja työpaikka-
kiusaamiseen internetissä tai sosiaalisessa mediassa koronakriisi ei tuonut
muutoksia keväällä 2020.



Kuvio 1: Päivittäin sosiaalista mediaa työasioihin käyttävien prosenttiosuudet syksystä 2019 kevääseen 2020 (n=1081)



Kuvio 2: Työuupumuksen ja teknostressin kehitys syksystä 2019 kevääseen 2020 (n=1081)

3.5. Tutkimusartikkelit

Tiivistelmät kattavat julkaistut ja arviointiin lähetetyt artikkelit (n=7). Hankkeen puitteissa tehdään vielä useita artikkeleita, jotka eivät ehtineet raporttiin mukaan.

Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (arvioinnissa). Professional social media usage: Boosting and draining workforce at professional organizations.

Tausta ja tavoitteet: Sosiaalisen median käyttö on yleistynyt työelämässä. Artikkelissa analysoitiin, miten sosiaalista mediaa käytetään ammatillisiin tarkoituksiin ja minkälainen yhteys käytöllä on työn vaatimuksiin ja työn ja yksilön voimavaroihin. Työn ja yksilön voimavarojen on osoitettu lisäävän työntekijöiden hyvinvointia ja työsuoriutumista ja johtavan kohonneeseen työn imuun. Työn vaatimukset sitä vastoin voivat alentaa hyvinvointia ja johtaa työuupumukseen.

Menetelmät: Artikkelin aineistoina käytettiin viidestä asiantuntijaorganisaatioista vuonna 2018 kerättyä kyselyä ($N = 563$) ja fokusryhmähaastatteluita milleniaaleilta ($N = 52$). Kyselyaineistolla kerättiin tietoa sosiaalisen median käytöstä ammatillisiin tarkoituksiin ja sitä analysoitiin deskriptiivisin menetelmin. Sosiaalisen median käyttöä analysoitiin fokusryhmähaastatteluista teoriaohjaavalla sisällönanalyysillä.

Tulokset: 84,4 prosenttia kyselyyn vastanneista työntekijöistä käyttää työtarkoituksiin vähintään yhtä sosiaalisen median alustaa päivittäin. Sisäisiä sosiaalisen median alustoja käytettiin enemmän kuin ulkoisia. Niistä käytetyimpiä olivat Skype, Microsoft Teams, Workplace by Facebook, Yammer

and WhatsApp. Aktiivisinta käyttö oli telekommunikaatioalalla (95,1 %) ja finanssialalla (94,3 %). Sosiaalisen median käyttöön liitettiin työn vaatimuksia, kuten fyysisiä oireita, pelkoja, sosiaalista painetta ja epäselviä sääntöjä. Organisaatiolähtöinen kannustus ja tuki, sosiaaliset verkostot, informaatio ja sosiaalisen median käyttöön liittyvä autonomia koettiin työn voimavaroina ja ammatillisen identiteetin kehittäminen henkilökohtaisena voimavarana.

Johtopäätökset: Ammatillinen sosiaalisen median käyttö liittyy vahvasti työntekijöiden kokemiin työn vaatimuksiin ja työn ja yksilön voimavaroihin vähentäen tai lisäten resursseja ja hyvinvointia työssä. Ammatillinen sosiaalisen median käyttö koettiin enemmän työn voimavarana kuin vaatimuksena. Organisaatioiden on hyvä hyödyntää sosiaalisen median käytön positiiviset puolet, mutta myös kiinnittää huomiota kuormittaviin tekijöihin kehittäessään työhyvinvointikäytänteitä ja organisaatiokulttuuria.

Oksa, R., Kaakinen, M., Savela, N., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2020). Professional social media usage: Work engagement perspective. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820921938>

Tausta ja tavoitteet: Sosiaalinen media on muuttanut viestintää, verkostoitumista ja tiedon jakamista työpaikoilla. Työntekijät voivat käyttää yleisiä sosiaalisen median alustoja kuten Facebookia ja organisaatioiden sisäisiä sosiaalisen median alustoja kuten Microsoft Teamsia virallisen viestinnän lisäksi myös epäviralliseen viestintään työyhteisöissään. Sosiaalinen media mahdollistaa helpon ja nopean informaation jakamisen ja vuorovaikutuksen työyhteisön kanssa. Sosiaalisen median käytöllä on monia vaikutuksia niin työhön kuin yksilöön. Artikkelissa analysoitiin, miten suomalaisten työntekijä-

kijöiden virallinen ja epävirallinen sosiaalisen median viestintä työkavereiden ja työyhteisön kanssa on yhteydessä työn imuun.

Menetelmät: Aineistona käytettiin asiantuntijaorganisaatioista 2018 kerättyjä kyselyitä ($N = 563$) ja kevään 2019 kansallista otosta suomalaisista työntekijöistä ($N = 1817$). Analyysien päämuuttujana oli työn imu. Muita muuttujia olivat organisaatioidentifikaatio, sosiaalinen tuki ja sosiaalisen median viestintä töissä. Rakenneyhtälömalleissa huomioitiin myös sosiodemografiset taustatekijät.

Tulokset: Viralliseen someviestintään työkavereiden kanssa käytettiin eniten Microsoft Teamsia, Skypeä, Facebookia, WhatsAppia ja LinkedIn:a. Lisäksi Facebookia, WhatAppia, Microsoft Teamsia ja Facebook Messengeria käytettiin eniten epäviralliseen viestintään työkavereiden kanssa. Sekä virallinen että epävirallinen someviestintä töissä olivat välillisesti yhteydessä työn imuun organisaatioidentifioitumisen ja sosiaalisen tuen kautta. Välillinen yhteys työn imun ja virallisen viestinnän välillä löydettiin kuitenkin vain kansallisessa aineistossa.

Johtopäätökset: Organisaatioiden olisi hyvä kiinnittää huomiota sosiaalisen median viestintäkäytäntöihin ja kannustaa työntekijöitä vuorovaikutteiseen viestintään sosiaalisessa mediassa. Myös epävirallisen viestinnän tukeminen on tärkeää, koska epävirallinen viestintä on yhteydessä organisaatioidentifioitumiseen ja kokemukseen sosiaalisesta tuesta, jotka puolestaan tukevat työn imua.

Oksa, R., Pirkkalainen, H., Salo, M., Savela, N., & Oksanen, A. (arvioinnissa). Social media invasion as a double-edged sword: Reduced well-being and increased work performance.

Tausta ja tavoitteet: Sosiaalinen media on läsnä ihmisten arjessa ja työssä. Työn ja vapaa-ajan rajanveto voi olla haastavaa etenkin sosiaalisen median työkäytön ja joustavien työmuotojen vuoksi, kun työasioihin pääsee käsiksi ajasta ja paikasta riippumatta. Työt voivat valua vapaa-aikaan sosiaalisen median välityksellä, ja työn ja vapaa-ajan välinen raja voi hämärtyä. Artikkelissa analysoitiin, kuinka kokemus sosiaalisen median pakottamasta läsnäolosta on yhteydessä kokemukseen työn kuormittavuudesta ja tuottavuudesta. Artikkelin teoreettinen tausta rakentuu viimeaikaisen teknostressitutkimuksen varaan.

Menetelmät: Aineistona käytettiin kansallisia kyselyitä, jotka kerättiin maaliskuussa 2019 ($N = 1817$) ja syys-lokakuussa 2019 ($N = 1318$) suomalaisilta työntekijöiltä. Analyysissä hyödynnettiin teknostressimittarista kysymyksiä, jotka kuvaavat kokemusta siitä, että sosiaalinen media valtaa elämän (englanniksi social media invasion). Tähän kuuluu jatkuva tavoitettavuus, läsnäolo ja ajan uhraaminen sosiaaliseen mediaan. Lisäksi artikkelissa huomioidaan kokemus sosiaalisen median mahdollistamasta työn tuottavuudesta. Muut muuttujat olivat työn imu ja työuupumus. Malleissa huomioitiin myös ikä, sukupuoli, esimiesasema, etätyö ja sosiaalisen median käyttö työviestintään. Analyysissä hyödynnettiin rakenneyhtälömallia.

Tulokset: Kokemus sosiaalisen median valtaamasta elämästä oli yhteydessä työuupumukseen, mutta myös kokemukseen sosiaalisen median mahdollistamasta työn tuottavuudesta. Tulokset tukevat myös työn vaati-

musten kahtalaista vaikutusta; työn vaatimukset kuormittavat, mutta voivat myös edistää työn imua. Lisäksi työn imu oli positiivisesti yhteydessä kokemukseen sosiaalisen median mahdollistamasta tuottavuudesta. Työn imua voi vähentää työn liiallinen kuormitus, jota töiden valuminen vapaa-aikaan voi edesauttaa.

Johtopäätökset: Artikkelin tulokset haastavat teknostressitutkimuksen, jossa jatkuva läsnäolo sosiaalisen median välityksellä nähdään negatiivisena tekijänä. Läsnäolo sosiaalisen median välityksellä voi myös auttaa työntekijöitä kokemaan työnsä tuottavammaksi. Tutkimuksen tulokset tulisikin huomioida työelämässä esimerkiksi mahdollistamalla joustavat työolosuhteet ja tukemalla työntekijöitä muotoilemaan työtapojaan, jotta he voivat säilyttää tasapainon työn ja vapaan välillä.

Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N. (2020). Cyberbullying victimization at work: Social media identity bubble approach. *Computers in Human Behavior*, 109(August). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106363>

Tausta ja tavoitteet: Työpaikkakiusaaminen on ilmiönä melko tunnettu, mutta sen muotoja netissä ja erityisesti sosiaalisessa mediassa ei ole vielä selvitetty kovin paljon. Työpaikkakiusaaminen netissä ottaa erilaisia muotoja aggressiivisesta ja uhkaavasta käyttäytymisestä sosiaaliseen ulossulkemiseen. Artikkelissa analysoitiin yleisiä riskitekijöitä netissä tapahtuvan työpaikkakiusaamisen kohteeksi joutumiseen ja selvitettiin ilmiön yhteyksiä työntekijöiden hyvinvointiin. Artikkelin rakentui sosiaalisen median identiteettikuplia koskevien teorioiden varaan (erityisesti Identity Bubble Reinforcement Model). Hypoteesina oli, että varsinkin vahvasti sosiaalisen

median identiteettikupliin sitoutuneet saattaisivat olla erityisen heikossa asemassa joutuessaan netissä tapahtuman työpaikkakiusaamisen uhriksi.

Menetelmät: Aineistona käytettiin asiantuntijaorganisaatioista 2018 kerättyjä kyselyitä ($N = 563$) ja kevään 2019 kansallista otosta suomalaisista työntekijöistä ($N = 1817$). Analyysien päämuuttuja oli työpaikkakiusaamisen uhriksi joutuminen internetissä tai sosiaalisessa mediassa vähintään kuukausittain. Muut päämittarit olivat sosiaalisen median identiteettikupliin sitoutuminen, psyykinen kuormitus ja teknostressi. Lisäksi malleissa selittäjinä käytettiin sosiaalisen median työ- ja vapaa-ajan käyttöä, työhön liittyviä tekijöitä ja sosiodemografisia taustatietoja. Analyysimenetelminä hyödynnettiin logistista ja lineaarista regressioanalyysiä.

Tulokset: Asiantuntijaorganisaatiokyselyn vastaajista 13 prosenttia ja kansallisen kyselyn vastaajista 17 prosenttia raportoi joutuneensa työpaikkakiusaamisen uhriksi internetissä tai sosiaalisessa mediassa. Uhrit olivat yleisemmin nuoria, aktiivisia ammatillisen sosiaalisen median käyttäjiä, jotka olivat myös vahvasti sitoutuneet sosiaalisen median identiteettikupliin. Kiusaamisen uhrit raportoivat myös heikompaa sosiaalista tukea esimiehiltään. Jatkoanalyysi osoitti, että vahvasti kuplissa olevat uhrit raportoivat korkeampaa psyykkistä kuormitusta, uupumusta ja teknostressiä kuin muut uhrit.

Johtopäätökset: Netissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuva työpaikkakiusaaminen on yleistä ja vahvasti yhteydessä psyykkiseen kuormitukseen, työuupumukseen ja teknostressiin. Merkittävää on, että työpaikkakiusaamisen yhteydet hyvinvoinnin ongelmiin olivat vahvempia käyttäjillä, jotka olivat voimakkaasti identiteettikuplissa. Tulokset osoittavat, että työnantajien on syytä kiinnittää huomiota myös sosiaalisessa mediassa tapahtuvaan kiusaamiseen.

Oksa, R., Saari, T., Kaakinen, M., & Oksanen, A. (arvioinnissa). The Motivations for and Well-Being Implications of Social Media Use at Work Among Millennials and Members of Former Generations.

Tausta ja tavoitteet: Sosiaalisen median työkäyttö on yleistynyt viime aikoina, etenkin koronakriisin aikana. 1980- ja 1990-luvuilla syntyneet milleniaalit (Y-sukupolvi) ovat tottuneita teknologian ja sosiaalisen median käyttäjiä. Vaikka milleniaalit ovat taitavia teknologian kanssa ja heillä on aktiivinen rooli työelämässä, työvoima on kuitenkin ikääntynyt viime vuosina Euroopassa, mistä seuraa uudenlaisia haasteita työelämässä. Artikkelissa analysoitiin sosiaalisen median työkäytön ja työhyvinvoinnin yhteyttä suomalaisilla milleniaaleilla ja vanhemmilla ikäluokilla.

Menetelmät: Sosiaalisen median työkäyttöön liittyviä motiiveja sekä hyvinvointivaikutuksia tutkittiin viidestä asiantuntijaorganisaatiosta vuonna 2018 kerätyillä fokusryhmähaastatteluilla milleniaaleilta ($N = 52$) ja asiantuntijaorganisaatiokyselyillä ($N = 563$) sekä keväällä 2019 kerätyillä kansallisella kyselyllä ($N = 1817$) ja kahdella kansallisella seurantakyselyllä, jotka kerättiin syksyllä 2019 ja keväällä 2020 koronaviruspandemian aikana. Päämuuttujana käytettiin sosiaalisen median työkäyttöön liittyviä motiiveja. Selitettäviä muuttujia olivat työuupumus, teknostressi ja psyykinen kuormittuneisuus. Muita muuttujia olivat sosiaalisen median työkäyttö, etättyö, viikoittaiset työtunnit, koulutus, asumisolosuhteet, ikä, sukupuoli ja käytettyjen sosiaalisen median alustojen määrä. Analyysimenetelmänä hyödynnettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä, lineaarista regressioanalyysiä ja monitasoregressioanalyysiä.

Tulokset: Milleniaalit raportoivat useita sisäisiä sosiaalisen median käyttöön liittyviä motivaatiotekijöitä kuten halun kehittää omaa osaamista. Lisäksi he

raportoivat useita ulkoisia motivaatiotekijöitä, kuten sosiaalisen median osana työroolia. Motivaatiotekijät olivat myös yhteydessä työhyvinvointiin. Nuoremmilla työntekijöillä sosiaalisen median työkäytön yhteys hyvinvointiin riippui käyttötavoista. Sisällön tuotanto ja verkostoituminen olivat yhteydessä korkeampaan teknostressiin, mutta tiedon etsintä matalampaan teknostressiin. Viestintä työyhteisössä oli yhteydessä parempaan hyvinvointiin. Molemmissa poikkileikkausaineistoissa milleniaalit raportoivat korkeampaa teknostressiä, työuupumusta ja psyykkistä kuormitusta kuin heitä vanhemmat työntekijät. Koronakriisin aikana milleniaalien hyvinvoinnin taso pysyi samana, mutta heitä vanhempien työntekijöiden työuupumus laski.

Johtopäätökset: Sosiaalisen median käyttöön liittyvät motivaatiotekijät vaihtelevat, minkä vuoksi on tärkeää huomioida yksilölliset erot. Työntekijät käyttävät enemmän sosiaalista mediaa työhönsä, jos heillä on riittävät taidot, he kokevat itse hyötyvänsä käytöstä eikä käyttö ole sosiaalisesti painistettua.

Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N. Mantere, E., Savolainen, I., & Kaakinen, M. (arvioinnissa). COVID-19 Crisis and Digital Stressors at Work: A Nationwide Longitudinal Study.

Tausta ja tavoitteet: uuden koronaviruksen aiheuttama pandemia muuttii yllättäen työolosuhteita ympäri maailman ja etätöiden vuoksi uusien teknologioiden käyttö yleistyi. Pitkittäistutkimuksen tavoitteena oli tutkia sosiaalisen median työviestinnän vaikutuksia teknostressiin ja työuupumukseen.

Menetelmät: Artikkelin hyödynsi suomalaisten työntekijöiden otoksista syyslokakuussa 2019 ennen koronavirusta kerättyä kyselyä ($N = 1308$) ja koronakriisin aikana maaliskuussa–huhtikuussa 2020 kerättyä seurantakyselyä ($N = 1081$). Selitettävänä muuttujina olivat teknostressi ja työuupumus. Menetelmänä käytettiin monitasoregressioanalyysiä, jolla tarkasteltiin erityisesti sosiaalisen median viestinnän roolia pitkittäisesti. Taustamuuttujina olivat nettityöpaikkakiusaaminen, sosiaalisen median käyttö, persoonallisuuden piirteet, ammatillinen tilanne ja sosiodemografiset tiedot.

Tulokset: Teknostressi kasvoi, mutta työuupumus väheni työväestössä. Virallinen someviestintä töissä kasvoi koronakriisin aikana ja oli yhteydessä korkeampaan teknostressiin ja työuupumukseen. Sekä teknostressi että työuupumus vähenivät työntekijöillä, jotka olivat tottuneet käyttämään töissään sosiaalista mediaa ennen kriisiä. Nettityöpaikkakiusaamisen uhriksi joutuminen ja neuroottisuus ennustivat teknostressiä ja työuupumusta.

Johtopäätökset: Tulosten mukaan digiloikka aiheutti stressiä osalle työntekijöistä. Koronakriisi jakoi työntekijöitä hyvinvoinnin osalta merkittävästi. Aiemmin töissään sosiaalisen median viestintää hyödyntäneet olivat huomattavasti paremmassa asemassa eikä heillä työuupumus tai stressi voimistunut.

Oksanen, A., Savolainen, I., Savela, N., & Oksa, R. (arvioinnissa) Psychological stressors predicting increased hazardous drinking during the COVID-19 crisis: A longitudinal national survey study among workers in Finland. <https://preprints.jmir.org/preprint/23837>.

Tausta ja tavoitteet: Koronakriisin myötä suomalaiset siirtyivät etätöihin joukolla. Tarkistelimme psykologisten kuormitustekijöiden yhteyttä alkoholin riskikäytön kasvuun koronakriisin aikana. Tutkimuksessa analysoitiin myös yksittäisiä ja sosiodemografisia eroja.

Menetelmät: Tutkimuksessa hyödynnettiin suomalaisten työntekijöiden otoksista syys-lokakuussa 2019 ennen koronavirusta kerättyä kyselyä ($N = 1308$) ja koronakriisin aikana maaliskuussa–huhtikuussa 2020 kerättyä seurantakyselyä ($N = 1081$). Kasvanutta alkoholin riskikäyttöä mitattiin AUDIT-C:llä ja tutkimuksessa oltiin kiinnostuneita AUDIT-C pistemäärän kasvusta koronakriisin aikana. Selittäjät olivat nettityöpaikkakiusaaminen, psyykinen kuormitus, työuupumus, työilmapiiri ja persoonallisuuden piirteet. Lisäksi huomioitiin joukko työ- ja sosiodemografiseen asemaan liittyviä tekijöitä.

Tulokset: Tulosten mukaan seurannassa olleista työntekijöistä noin neljännes (25,37 %) vastaajista lisäsi alkoholin riskikäyttöään koronakriisin aikana. Noin neljännes vähensi ja noin puolella käyttö pysyi ennallaan. Nettityöpaikkakiusaaminen töissä ja psyykinen kuormitus selittivät riskijuomisen kasvua. Riskikäytön kasvu oli epätodennäköisempää persoonallisuudeltaan tunnollisilla ja koulutus- ja terveys- ja hyvinvointisektoreiden työntekijöillä. Alle 30-vuotiaat työntekijöillä riskijuomisen kasvu oli yleisempää.

Johtopäätökset: Psyykkiset kuormitustekijät ovat hyvin merkittävästi yhteydessä riskijuomisen kasvuun poikkeustilanteessa. Erityisesti nettityöpaikkakiusaamisen haittavaikutuksiin olisi syytä kiinnittää huomiota. Tutkimuksessa myös työalaerot olivat merkittäviä, mikä voi laajemmin kertoa eri työpaikkojen kulttuurista suhteesta etätöihin ja alkoholin käyttöön.

4. Pohdinta

4.1. Päätulokset

Sosiaalisen median käyttö työelämässä on yleistynyt viimeisten vuosien aikana, ja käyttö on erityisen aktiivista asiantuntijaorganisaatioissa. Viimeistään koronakriisin aikana eri toimialat joutuivat tekemään digiloikan ja ottamaan käyttöön erilaisia teknologioita, kuten organisaatioiden sisäisiä sosiaalisen median alustoja, helpottamaan työntekoa etäolosuhteissa.

Sosiaalisen median työkäyttöön liittyy monenlaisia motivaatiotekijöitä. Työntekijät käyttävät sosiaalista mediaa enemmän, jos se tapahtuu heidän omasta tahdostaan eikä työnantajan tai sidosryhmien painostamana. Suosituimmat sosiaalisen median käyttömotivaatiot liittyivät sisällön seuraamiseen, tiedon etsimiseen ja ammatilliseen yhteydenpitoon sekä asiantuntijaorganisaatiokyselyssä että kansallisissa kyselyissä. Milleniaalit ovat aktiivisempia sosiaalisen median käyttäjiä kuin vanhemmat sukupolvet ja hyödynsivät sosiaalista mediaa etenkin sisällön tuottamiseen, oman uran ja näkyvyyden edistämiseen sekä työkavereista oppimiseen.

Sosiaalinen media voi tukea työntekijöiden työn imua, yhteenkuuluvuutta ja työyhteisöltä saatua tukea. Tästä näkökulmasta merkitystä on myös sillä, miten sosiaalista mediaa käytetään töissä. Parhaimmillaan someviestintä tukee yhteisöllisyyttä työpaikoilla ja muodostaa edellytykset myös työhyvinvoinnille. Samalla sosiaaliseen mediaan liittyy riskejä. Esimerkiksi netissä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuva työpaikkakiusaaminen on melko yleistä, ja se on yhteydessä psyykkiseen kuormitukseen, työuupumukseen ja teknostressiin. Nettityöpaikkakiusaamisen kohteeksi joutuminen oli myös yleisempää milleniaaleilla kuin vanhemmilla sukupolvilla, mitä voidaan pitää huolestuttavana tuloksena. Samoin tuloksemme milleniaalien matalam-

masta työn imusta ja korkeammasta teknostressistä herättävät yleisesti kysymyksiä sosiaalisen median käytön vaikutuksista nuoremman ikäpolven työhyvinvointiin.

Hankkeemme toi ajankohtaista tietoa myös työntekijöiden hyvinvoinnista koronakriisin aikana. Tuloksemme osoittivat, että työuupumus väheni ainakin kriisin alkuvaiheissa, mutta teknostressi kasvoi. Näyttäisi siltä, että erityisen hyvin ovat pärjänneet ne työntekijät, jotka ovat tottuneet etätöihin ja sosiaalisen median käyttöön töissä jo ennen kriisiä. Näiden työntekijöiden oli helppo siirtyä etätöihin, joita he olivat tottuneet jo tekemään.

4.2. Rajoitteet ja jatkotutkimus

Tutkimukseemme liittyy rajoitteita kattavasta aineistosta huolimatta. Haastattelut toteutettiin vain milleniaalien kanssa, joten emme päässeet vertaamaan tuloksia vanhempiin sukupolviin. Ensimmäiset tutkimusartikkelit perustuivat poikkileikkausasetelmiin. Vastausprosentti jäi matalaksi osassa asiantuntijaorganisaatioita. Lisäksi koronakriisin vaikutuksia koskeva tutkimus on vielä kesken. Toistaiseksi tulokset keskittyvät vasta koronakriisin alkuvaiheeseen keväälle 2020 eivätkä kaikki työhyvinvoinnin vaikutukset ole vielä näkyvissä. Tulevien tutkimusten olisikin tärkeää jatkaa koronakriisin seurausten tutkimista.

4.3. Johtopäätökset

Sosiaalisen median työkäyttöön liittyy monia työn vaatimuksia ja voimavaroja, jotka organisaatioiden olisi hyvä huomioida. Haastateltavat raportoivat sosiaalisen median käyttöön liittyvistä peloista, epäselvistä säännöistä ja sosiaalisesta paineesta, ja nämä tekijät koettiin hyvinvointia heikentävinä tekijöinä. Erityisen tärkeää on viestiä selkeästi, miten työntekijöiden on

hyvä toimia kriisitilanteissa. Myös yksilölliset erot on hyvä huomioida. Sosiaalisen median käyttöön ei kannata painostaa vaan sen on hyvä olla vapaaehtoista. Positiivista on, että työntekijät kokivatkin pääosin pystyvänsä säätelemään sosiaalisen median käyttöönsä itse. Organisaation kannustuksen, tuen ja esimerkiksi johtajien positiivisten esimerkkien koettiin lisäävän työn voimavaroja, joten niihin kannattaa panostaa.

Työn voimavarojen vaaliminen on tärkeässä roolissa työn imun ja hyvinvoinnin kehittymisessä. Tulostemme mukaan sosiaalisen median viestintä töissä voi edistää työn imua erityisesti, kun se yhdistyy sosiaaliseen tukeen ja yhteenkuuluvuuteen työpaikalla. Myös epäviralliset keskustelut voivat tukea tällaista yhteenkuuluvuutta. Samalla on kuitenkin tärkeää, että myös erilaisista työpaikan sisäisistä ongelmista, kuten työpaikkakiusaamisesta, puhutaan avoimesti. Tulostemme mukaan suomalaisilla työpaikoilla tulisi huomioida sosiaalisessa mediassa tapahtuva työpaikkakiusaaminen entistä paremmin. Ilmiö on erityisen tärkeä tunnistaa, kun osa työntekijöistä tekee edelleen koronakriisin jatkuessa etätöitä.

Sosiaalinen media on omiaan sekoittamaan työn ja vapaa-ajan rajaa. Sosiaalista mediaa voidaankin pitää myös kaksiteräisenä miekkana. Tulostemme mukaan kokemus jatkuvasta läsnäolosta sosiaalisen median välityksellä voi edistää työntekijöiden kokemusta työnsä tuottavuudesta. Samalla työn imua voi kuitenkin heikentää sosiaalisen median käytöstä johtuvat kuormitustekijät. Mahdollistamalla joustavia työtapoja työnantajat voivat mahdollistaa työntekijöiden työn ja vapaan tasapainon. On kuitenkin tärkeää sopia selvät pelisäännöt esimerkiksi tavoitettavuudesta. Organisaatioiden onkin hyvä tukea työntekijöidensä itseohjautuvuustaitoja ja hyvinvointia sekä kannustaa riittävään palautumiseen.

5. Hankkeen julkaisuluettelo

5.1. Tutkimusartikkelit

- Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2020). Professional social media usage: Work engagement perspective. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820921938>
- Oksa, R., Pirkkalainen, H., Salo, M., Savela, N., & Oksanen, A. (arvioinnissa). Social media invasion as a double-edged sword: Reduced well-being and increased work performance.
- Oksa, R., Saari, T., Kaakinen, M., & Oksanen, A. (arvioinnissa). The Motivations for and well-being implications of social media use at work among millennials and members of former generations.
- Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (arvioinnissa). Professional social media usage: Boosting and draining workforce at professional organizations.
- Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N. (2020). Cyberbullying victimization at work: Social media identity bubble approach. *Computers in Human Behavior*, 109(August). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106363>
- Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Mantere, E., Savolainen, I., & Kaakinen, M. (arvioinnissa). COVID-19 Crisis and Digital Stressors at Work: A Nationwide Longitudinal Study.
- Oksanen, A., Savolainen, I., Savela, N., & Oksa, R. (arvioinnissa) Psychological stressors predicting increased hazardous drinking during the COVID-19 crisis: A longitudinal national survey study among workers in Finland. <https://preprints.jmir.org/preprint/23837>.

5.2. Asiantuntija-artikkelit

- Oksa, R. (2020). Työyhteisöjen digiloikka vahvasti vuorovaikutusta. *Kaleva*, yläkerta-artikkeli, 2.7.2020, s. K2. <https://www.kaleva.fi/tyoyhteisöjen-nopea-digiloikka-vahvasti-vuorovaiku/2658152>
- Oksanen, A. (2020). Nettikiusaaminen on yleinen ongelma. *Kaleva*, yläkerta-artikkeli, 19.8.2020, s. K2. <https://www.kaleva.fi/nettikiusaaminen-on-yleinen-ongelma-somesta-puuttu/2793706>

5.3. Opinnäytetyöt

- Alakangas, N. (2019). *Ammatillinen sosiaalisen median käyttö – työn vaatimus vai voimavara? Tarkastelussa Y-sukupolven edustajat viidestä asiantuntijaorganisaatiosta*. Sosiaalipsykologian pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/105264>
- Li, J. (2020). *The good kind of bad stress: how social media stress and procrastination are associated with feelings of productivity in the Finnish working population*. Sosiaalipsykologian pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/122520>
- Rintamäki, E. (2020). *Työssä käytetyn sosiaalisen median ja työn imun yhteyksien organisaatioidentifioitumiseen*. Sosiaalipsykologian pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/121108>

5.4. Esitelmät tieteellisissä konferensseissa

- Oksa, R., Kaakinen, M., Saari, T., Savela, N., & Oksanen, A. (2020). The sudden digital leap in work life due to COVID-19: Implications for Millennials and older employees. *Sosiaalipsykologian päivät*, online, 7.–8.5.2020.
- Oksa, R., Pirkkalainen, H., Salo, M., Savela, N., & Oksanen, A. (2019). Sosiaalinen media kaksiteräisenä miekkana: työ kuormittaa mutta tuntuu tuottavammalta. *Työelämän tutkimuspäivät*, Tampere, 7.–8.11.2019.
- Oksa, R., Pirkkalainen, H., Salo, M., Savela, N., & Oksanen, A. (2019). Sosiaalinen media kaksiteräisenä miekkana: työ kuormittaa mutta tuntuu tuottavammalta. *Terveyspsykologian päivät*, Helsinki, 29.–30.10.2019.
- Oksa, R., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2019). Työsome – Sosiaalisen median käyttö työelämässä. Tampereen yliopiston *SOC-tutkimuspäivät*, Tampere, 10.10.2019.
- Oksa, R., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2019). Social media and work engagement among Finnish professionals - Link to organizational identification and social support. *WORK2019-konferenssi*, Helsinki, 14.–16.8.2019.
- Oksa, R., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2019). Social media at professional work – Threat or possibility? *Wellbeing at work in a*

changing world: Challenges and opportunities -konferenssi, Pariisi, 22.–24.5.2019.

Oksa, R., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2019). Sosiaalinen media työelämässä – Työn imua, organisaatioon samastumista ja teknostressiä. *Sosiaalipsykologian päivät*, Kuopio, 11.–12.4.2019.

Oksa, R., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2018). Sosiaalinen media asiantuntijatyössä – uhka vai mahdollisuus? *Sosiaalipsykologian minikonferenssi*, Tampere, 9.11.2018.

Oksa, R., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2019). Sosiaalinen media asiantuntijatyössä – uhka vai mahdollisuus? *Työelämän tutkimuspäivät*, Tampere, 1.–2.11.2018.

6. Lähteet

- Alber, J.M., Paige, S., Stellefson, M., & Bernhardt, J.M. (2016). Social Media Self-Efficacy of Health Education Specialists: Training and Organizational Development Implications. *Health Promotion Practice, November*, 17(6), 915–921. <https://doi.org/10.1177/1524839916652389>
- Ayyagari, R., Grover, V., & Purvis, R. (2011). Technostress: Technological antecedents and implications. *MIS quarterly*, 35(4), 831–858. <https://doi.org/10.2307/41409963>
- Banks, M.H., Clegg, C.W., Jackson, P.R., Kemp, N.J., Stafford, E.M., & Wall, T.D. (1980). The use of the General Health Questionnaire as an indicator of mental health in occupational studies. *Journal of Occupational Psychology* 3, 187–94. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1980.tb00024.x>
- Bloor, M., Frankland, J., Thomas, M., & Robson, K. (2001). *Focus groups in social research*. Lontoo: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781849209175>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. New York: Yale University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26–37. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.053>
- Brooks, S., & Califf, C. (2017). Social media-induced technostress: Its impact on the jobperformance of it professionals and the moderating role of job characteristics. *Computer Networks*, 114, 143–153. <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2016.08.020>
- Bucher, E., Fieseler, C., & Suphan, A. (2013). The stress potential of social media in the workplace. *Information, Communication & Society*, 16(10), 1639–1667. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.710245>
- Demerouti, E., Bakker, A.B., Nachreiner, F., & Schaufeli, W.B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 499–512. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.499>
- Dreher, S. (2013). Social media and the world of work: A Strategic approach to employees' participation in social media. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(4), 344–356. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2013-0087>
- Ellison, N. B., Gibbs, J. L., & Weber, M. S. (2015). The use of enterprise social network sites for knowledge sharing in distributed organization:

- The role of organizational affordances. *American Behavioral Scientist*, 59(1), 103–123. <https://doi.org/10.1177/0002764214540510>
- Eurofound (2017). *Sixth European working conditions survey – Overview report (2017 update)*. Luxembourg: Publication Office of the European Union. <https://doi.org/10.2806/422172>
- Eurofound (2020). *Living, working and COVID-19: First findings – April 2020*. Dublin: Publication Office of the European Union. https://www.eurofound.europa.eu/sites/default/files/ef_publication/field_ef_document/ef20058en.pdf
- Fieseler, C., Meckel, M., & Ranzini, G. (2015). Professional personae—How organizational identification shapes online identity in the workplace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 153–170. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12103>
- Forssell, R. (2016). Exploring cyberbullying and face-to-face bullying in working life – Prevalence, targets and expressions. *Computers in Human Behavior*, 58, 454–460. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.003>
- Gibbs, J.L., Rozaidi, N.A., & Eisenberg, J. (2013). Overcoming the “Ideology of Openness”: Probing the affordances of social media for organizational knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 102–120. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12034>
- Goldberg, D.P., Gater, R., Sartorius, N., Ustun, T.B., Piccinelli, M., Gureje, O., & Rutter, C. (1997). The validity of two versions of the GHQ in the WHO study of mental illness in general health care. *Psychological Medicine*, 27(1), 191–197. <https://doi.org/10.1017/s0033291796004242>
- Goldberg D.P., & Hillier, V.F. (1979). A scaled version of the General Health Questionnaire. *Psychological Medicine*, 9(1), 139–145. <https://doi.org/10.1017/s0033291700021644>
- Golden, T. D., Veiga, J. F., & Simsek, Z. (2006). Telecommuting’s differential impact on work-family conflict: Is there no place like home? *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1340–1350. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.6.1340>
- Gerdenitsch, C., Kubicek, B., & Korunka, C. (2015). Control in flexible working arrangements: When freedom becomes duty. *Journal of Personnel Psychology*, 14(2), 61–69. <https://doi.org/10.1027/1866-5888/a000121>
- Hakanen, J. (2002). Työn imu ja työuupumus-laajennetun työhyvinvointimallin kehittäminen ja testaaminen. *Psykologia*, 37(4), 291–301.
- Hakanen, J. (2009). Työn imua, tuottavuutta ja kukoistavia työpaikkoja – kohti laadukasta työelämää. Helsinki: Työsuojelurahasto. https://www.tsr.fi/documents/20181/40685/10012Selvitys_Hakanen.pdf/196899d2-4d3a-4e18-8aaf-cae1ab1562e3

- Hakanen, J. J., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2006). Burnout and work engagement among teachers. *Journal of School Psychology, 43*(6), 495–513. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2005.11.001>
- Helm, S. (2011). Employees' awareness of their impact on corporate reputation. *Journal of Business Research, 64*(7), 657–663. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.001>
- Hennik, M. M. (2013). *Focus group discussions*. New York: Oxford University Press. <http://doi.org/10.1093/acprof:osobl/9780199856169.001.0001>
- Holland, P., Cooper, B.K., & Hecker, R. (2016). Use of social media at work: a new form of employee voice? *The International Journal of Human Resource Management, 27*(21), 2621–2634. <https://doi.org/10.1080/09585192.2016.1227867>
- Hahn, E., Gottschling, J., & Spinath, F. M. (2012). Short measurements of personality—Validity and reliability of the GSOEP Big Five Inventory (BFI-S). *Journal of Research in Personality, 46*(3), 355–359. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2012.03.008>
- Kaakinen, M., Sirola, A., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2020). Shared identity and shared information in social media: development and validation of the identity bubble reinforcement scale. *Media Psychology, 23*(1), 25–51. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1544910>
- Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal, 33*(4), 692–724. <https://doi.org/10.5465/256287>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kalliath TJ, O'Driscoll MP, Brough P. (2004). A confirmatory factor analysis of the General Health Questionnaire-12. *Stress & Health, 20*(1), 11–20. <https://doi.org/10.1002/smi.993>
- Keipi, T., Näsi, M., Oksanen, A., & Räsänen, P. (2017). *Online Hate and Harmful Content: Cross-National Perspectives*. Abingdon & New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315628370>
- Koch, H., Gonzalez, E., & Leidner, D. E. (2012). Bridging the work/social divide: The emotional response to organizational social networking sites. *European Journal of Information Systems, 21*(6), 699–717. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.18>
- Keyriläinen, M. & Sutela, H. (2018). Suomalaisten palkansaajien kokemuksia työn digitalisaatiosta, *Työelämän tutkimus – Arbetslivsforskning, 16* (4), 275–288.
- Leidner, D.E., Gonzalez, E., & Koch, H. (2018). An affordance perspective of enterprise social media and organization socialization. *The Journal of Strategic Information Systems, 27*(2), 117–138. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2018.03.003>

- Leftheriotis, I., & Giannakos, M. N. (2014). Using social media for work: Losing your time or improving your work? *Computers in Human Behavior*, *31*, 134–142. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.016>
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history and prospects for the study of social technologies in Organizations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*(1), 1–19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>
- Lescure, F. X., Bouadma, L., Nguyen, D., Parisey, M., Wicky, P. H., Behillil, S., . . . Enouf, V. (2020). Clinical and virological data of the first cases of COVID-19 in Europe: A case series. *The Lancet Infectious Diseases*, *20*(6), 697–706. [https://doi.org/10.1016/S1473-3099\(20\)30200-0](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(20)30200-0)
- Lyly-Yrjänäinen, M. (2019). *Työolobarometri 2018 loppuraportti*. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Työelämä 2019: 51. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-454-9>
- Mael, F. & Ashforth, B.E. (1992). Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, *13*(2), 103–123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Mahmuda, I., Ramayah, T., & Kurnia, S. (2017). To use or not to use: Modeling end user grumbling as user resistance in pre-implementation stage of enterprise resource planning system. *Information Systems*, *69*, 164–179. <https://doi.org/10.1016/j.is.2017.05.005>
- Maslach, C., Jackson, S. E., & Leitner, M. P. (2018). *Maslach Burnout Inventory manual* (4. painos). Mind Garden.
- Morgan, D. L. (1998). *The focus group guidebook*. Lontoo: SAGE Publications. <http://doi.org/10.4135/9781483328164>
- Mäkikangas, A., Feldt, T., Kinnunen, U., Tolvanen, A., Kinnunen, M. L., & Pulkkinen, L. (2006). The factor structure and factorial invariance of the 12-item General Health Questionnaire (GHQ-12) across time: evidence from two community-based samples. *Psychological Assessment*, *18*(4), 444–451. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.18.4.444>
- Mäntymäki, M. & Riemer, K. (2016). Enterprise social networking: a knowledge management perspective. *International Journal of Information Management*, *36*(6), 1042–1052. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.009>
- Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N., & Oksanen, A. (2020). Professional social media usage: Work engagement perspective. *New Media & Society, online first*, <https://doi.org/10.1177/1461444820921938>
- Oksanen, A., Kaakinen, M., Latikka, R., Savolainen, I., Savela, N., & Koivula, A. (2020). Regulation and Trust: 3-Month Follow-up Study on

- COVID-19 Mortality in 25 European Countries. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6(2), e19218. <https://doi.org/10.2196/19218>
- Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., Ellonen, N. (2020). Cyberbullying victimization at work: Social media identity bubble approach. *Computers in Human Behavior*, 109(August). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106363>
- Ollier-Malaterre, A., Rothbard, N.P., & Berg, J.M. (2013). When worlds collide in cyberspace: How boundary work in online social networks impacts professional relationships. *Academy of Management Review*, 38(4), 645–669. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0235>
- Olmstead, K., Lampe, C., & Ellison, N. B. (2015). *Social media and the workplace. New platforms can be tools for connection with colleagues and outside experts, but can also serve as distractions while on the job*. Pew Research Centre. http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/14/2016/06/PI_2016.06.22_Social-Media-and-Work_FINAL.pdf
- Pajarinen, M. & Rouvinen, P. (2014). *Computerization Threatens One Third of Finnish Employment*. ETLA Muistio, 22. <http://pub.etla.fi/ETLA-Muistio-Brief-22.pdf>
- Pee, L. G., & Lee, J. (2015). Intrinsically motivating employees' online knowledge sharing: Understanding the effects of job design. *International Journal of Information Management*, 35(6), 679–690. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.08.002>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants Part 1. *The Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Ragu-Nathan, T.S., Tarafdar, M., Ragu-Nathan, B.S., & Tu, Q. (2008). The consequences of technostress for end users in organizations: conceptual development and empirical validation. *Information Systems Research*, 19(4), 417–433. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0165>
- Raj, M., Fast, N.J. & Fisher, O. (2017). Identity and Professional Networking. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(6), 772–784. <https://doi.org/10.1177/0146167217697299>
- Rolls, K., Hansen, M., Jackson, D., & Elliott, D. (2016). How health care professionals use social media to create virtual communities: an integrative review. *Journal of medical Internet research*, 18(6), e166. <https://doi.org/10.2196/jmir.5312>
- Rothan, H. A., & Byrareddy, S. N. (2020). The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. *Journal of Autoimmunity*, 109, 102433. <https://doi.org/10.1016/j.jaut.2020.102433>
- Salanova, M., Llorens, S., & Cifre, E. (2013). The dark side of technologies: Technostress among users of information and communication technologies. *International Journal of Psychology*, 48(3), 422–436. <http://doi.org/10.1080/00207594.2012.680460>

- Schaufeli W.B., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A.B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmative factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. (2004a). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behaviour*, 25(3), 293–315. <https://doi.org/10.1002/job.248>
- Schaufeli, W.B. & Bakker, A.B. (2004b). *UWES Utrecht Work Engagement Scale*. Preliminary Manual [Version 1.1.]. Utrecht: Utrecht University. https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test_manual_UWES_English.pdf
- Scutto, V., Del Giudice, M., della Peruta, M.R., & Tarba, S. (2017). The performance implications of leveraging internal innovation through social media networks: An empirical verification of the smart fashion industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 184–194. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.021>
- Sharma, A. & Bhatnagar, J. (2016). Enterprise social media at work: web-based solutions for employee engagement. *Human Resource Management International Digest*, 24(7), 16–19. <https://doi.org/10.1108/HRMID-04-2016-0055>
- Seppälä, P., Mauno, S., Feldt, T., Hakanen, J., Kinnunen, U., Tolvanen, A., & Schaufeli, W. (2009). The construct validity of the Utrecht work engagement scale: multi-sample and longitudinal evidence. *Journal of Happiness Studies*, 10(459), 459–481. <https://doi.org/10.1007/s10902-008-9100-y>
- Sivertzen, A.-M., Nielsen, E.R. & Olafsen, A.H. (2013). Employer branding: employer attractiveness and the use of social media. *Journal of Product and Brand Management*, 22(7), 473–483. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2013-0393>
- Snyman, R., & Loh, J. M. (2015). Cyberbullying at work: The mediating role of optimism between cyberbullying and job outcomes. *Computers in Human Behavior*, 53(December), 161–168. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.050>
- Suomen virallinen tilasto SVT (2020a). Työssäkäynti [verkkójulkaisu]. ISSN=1798-5528. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 28.8.2020]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/tyokay/index.html>
- Suomen virallinen tilasto SVT (2020b). *Työvoimatutkimus*. Helsinki: Tilastokeskus. [viitattu: 9.9.2020]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/tyti/>
- Sutela, H., Pärnänen, A., Keyriläinen, M. (2019). *Digiajan työelämä: työolo- tutkimuksen tuloksia 1977–2018*. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavilla: https://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ytym_1977-2018_2019_21473_net.pdf

- Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, B.S., & Ragu-Nathan, T.S. (2007). The impact of technostress on role stress and productivity. *Journal of Management Information Systems*, 24, 301–328. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240109>
- Tarafdar, M., Cooper, C. L., & Stich, J. F. (2019). The technostress trifecta—Techno eustress, techno distress and design: Theoretical directions and an agenda for research. *Information Systems Journal*, 29(1), 6–42. <https://doi.org/10.1111/isj.12169>
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw Hill.
- Treem, J. W., & Leonardi, M. (2012). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Communication Yearbook*, 36, 143–189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>
- van den Berg, A.C. & Verhoeven, J.W.M. (2017). Understanding social media governance: seizing opportunities, staying out of trouble. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(1), 149–164. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-06-2015-0035>
- van Dijck, J. (2013). You have one identity: Performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2), 199–215. <https://doi.org/10.1177/0163443712468605>
- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14. SSRN. <https://ssrn.com/abstract=2309065>
- Valtionneuvosto (2020). Hallituksen tiedotteet koronaviruksesta. Viitattu 9.9.2020. <https://valtioneuvosto.fi/tietoa-koronaviruksesta/hallituksen-tiedotteet>
- van Zoonen, W., & Banghart, S. (2018). Talking engagement into being: A three-wave panel study linking boundary management preferences, work communication on social media, and employee engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 278–293. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy014>
- van Zoonen, W., Verhoeven, J.W.M., & Vliegenthart, R. (2017). Understanding the consequences of public social media use for work. *European Management Journal*, 35(5), 595–605. <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2017.07.006>
- Yu, L., Cao, X., Liu, Z., & Wang, J. (2018). Excessive social media use at work exploring the effects of social media overload on job performance. *Information Technology & People*, 31(6), 1091–1112. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2016-0237>
- Xanidis, N. & Brignell, C.M. (2016). The association between the use social network sites, sleep quality and cognitive function during the day. *Computers in Human Behavior*, 55, Part A, 121–126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.004>

7. Liitteet

Liite A

Asiantuntijaorganisaatio-kyselyaineiston tunnusluvut (N = 563)

	Toimiala	Tavoitellut vastaajat	Vastaukset	Vastaus- prosentti (%)
Yritys A	Henkilöstöhallinto	677	128	18,91
Yritys B	Vähittäismyynti	870	194	22,30
Yritys C	Kustannustoimi	152	52	34,21
Yritys D	Tietoliikenne	1026	102	9,94
Yritys E	Finanssi	2737	87	3,18

Liite B

Asiantuntijaorganisaatiokyselyyn syksyllä 2018 vastanneiden (N=563) taustatiedot

	n	%
Milleniaali (syntynyt 1980–)	248	44,05
Nainen	381	67,67
Koulutus		
Ensimmäinen ja toinen aste	194	34,46
Ammattikorkeakoulututkinto	207	36,77
Yliopistotutkinto	162	28,77
Parisuhteessa	425	75,49
Alle 18-vuotiaita lapsia kotitaloudessa	250	44,40
Esimiesasemassa	89	15,81
Tekee joskus etätöitä	402	71,40
Ammattiryhmä		
Ylempi toimihenkilö	249	44,23
Alempi toimihenkilö	272	48,31
Työntekijä	42	7,46

Liite C

Kansalliseen kyselyyn keväällä 2019 vastanneiden (N = 1817) taustatiedot

	n	%
Milleniaali (syntynyt 1980–)	748	41,17
Nainen	851	46,84
Koulutus		
Ensimmäinen ja toinen aste	953	52,45
Ammattikorkeakoulututkinto	434	23,89
Yliopistotutkinto	430	23,67
Parisuhteessa	1179	64,89
Alle 18-vuotiaita lapsia kotitaloudessa	631	34,73
Esimiesasemassa	341	18,77
Tekee etätöitä joskus	551	30,32
Ammattiryhmä		
Ylempi toimihenkilö	443	24,38
Alempi toimihenkilö	555	30,54
Työntekijä	717	39,46
Yrittäjä	102	5,61
Toimiala		
Teollisuus	549	30,21
Palvelu	325	17,89
Finanssi, viestintä ja teknologia	289	15,91
Julkinen hallinto ja maanpuolustus	101	5,56
Koulutus	160	8,81
Terveys- ja sosiaalipalvelut	314	17,28
Muu/ei tietoa	79	4,35
Suuralue		
Helsinki–Uusimaa	650	35,77
Etelä-Suomi	360	19,81
Länsi-Suomi	455	25,04
Itä-Suomi	187	10,29
Pohjois-Suomi	165	9,08

Selite: 1) luokiteltu laajemmasta 18 kohdan toimialaluokituksesta, jonka pohjana Tilastokeskuksen toimialaluokitus ja YK:n ISIC-luokitus

Liite D

Teknostressi: asiantuntijaorganisaatiokysely

Teknostressiä kartoitettiin neljällä kysymyksellä, jotka oli muokattu sosiaalisen median kontekstiin Salanovan, Llorensin ja Cifren (2013) mittarista.

1. Tunnen itseni jännittyneeksi ja ahdistuneeksi, kun käytän sosiaalista mediaa.
2. Tunnen käyttäväni sosiaalista mediaa liikaa.
3. Minulla tuntuu olevan sisäinen pakko käyttää sosiaalista mediaa joka paikassa ja koko ajan.
4. Minun on vaikeaa rentoutua työpäivän jälkeen, kun olen käyttänyt sosiaalista mediaa.

Vastausvaihtoehdot:

- Ei koskaan [0]
- Erittäin harvoin [1]
- Harvoin [2]
- Joskus [3]
- Usein [4]
- Hyvin usein [5]
- Aina [6]

Liite E

Teknostressi: kansallinen kysely

Teknostressiä kartoitettiin kuudella kysymyksellä, jotka oli muokattu sosiaalisen median kontekstiin Technostress questionnairesta (Ragu-Nathan, Tarafdar, Ragu-Nathan, & Tu, 2008).

1. Sosiaalisen median vuoksi minun on tehtävä enemmän töitä kuin pystyn.
2. Sosiaalisen median vuoksi joudun työskentelemään tiukkojen aikataulujen kanssa.
3. Minun on muutettava tapojani, jotta pystyn sopeutumaan uusiin sosiaalisen median palveluihin.
4. Sosiaalisen median vuoksi minun täytyy olla aina tavoitettavissa.
5. Minusta tuntuu, että sosiaalinen media häiritsee henkilökohtaista elämääni.
6. Minun täytyy uhrata aikaani pysyäkseni ajan tasalla uusista sosiaalisen median palveluista.

Vastausvaihtoehdot:

Täysin eri mieltä [1] – Täysin samaa mieltä [7]

Liite F

Nettityöpaikkakiusaaminen

Mittari muokattu sosiaalisen median kontekstiin Cyberbullying Behavior Questionnairesta (Forssell 2016, ks. myös Oksanen ym., 2020).

Kuinka usein olet viimeisen kuuden kuukauden aikana joutunut työssäsi kokemaan seuraavia asioita?

1. Työsuoritustasi on arvostelu negatiivisesti sosiaalisessa mediassa.
2. Sinulle on lähetetty törkeitä viestejä sosiaalisessa mediassa.
3. Sinulta on pimitetty tarvittavaa tietoa, mikä on tehnyt työstäsi vaikeampaa (esim. sähköpostilistalta poissulkeminen)
4. Sinulle on lähetetty aggressiivisesti kirjoitettuja viestejä (esim. isot kirjaimet, korostukset, monta huutomerkkiä).
5. Sinulle on lähetetty perhettäsi tai ystäviäsi uhkaavia viestejä sosiaalisessa mediassa.
6. Sosiaalisessa mediassa on hyökätty persoonaasi, arvojesi tai henkilökohtaista elämääsi vastaan.
7. Otteita viesteistäsi on kopioitu, joten viestin alkuperäinen tarkoitus on vääristynyt.
8. Sinusta on julkaistu loukkaavia kuvia tai videoita sosiaalisessa mediassa.
9. Sinusta on levitty väärää tietoa sosiaalisessa mediassa.
10. Kollegat ovat sulkeneet sinut pois jostain sosiaalisen median yhteisöstä.

Vastausvaihtoehdot

Ei koskaan [0]

Silloin ja tällöin [1]

Kuukausittain [2]

Viikoittain [3]

Päivittäin [4]