

VAASAN YLIOPISTO

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö

Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Pia Kokko

Nykypohjalaisuuden representaatiot yhteisöpalvelu Instagramissa

Digitaalisen median pro gradu -tutkielma

Vaasa 2020



## SISÄLLYS

KUVAT	2
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tavoite	9
1.2 Aineisto	11
1.3 Tutkimusmenetelmä	13
1.4 Pohjalaisuus ja symbolit	15
2 VERKOTTUNUT VISUAALINEN KULTTUURI JA SOSIAALINEN MEDIA	19
2.1 Sosiaalisen median sovellus Instagram	21
2.2 Aihetunnisteista virtuaaliseksi yhteisöksi	24
2.3 Instagram ja analytiikka	27
2.4 Sosiaalinen media ja identiteetti	28
2.4.1 Identiteetti rakentuu osasista	29
2.4.2 Identiteetit vahvistuvat sosiaalisissa yhteisöissä	33
3 VIESTINTÄ KULTTUURISENA RITUAALINA	35
3.1 Yhteisöjä luodaan viestinnän rituaaleissa	35
3.2 Instagram-päivitysten rituaalisuus	37
4 KUVAN TULKITSEMISEN MAHDOLLISUUDET	41
4.1 Sisällönanalyysi kuvantutkimuksen välineenä	41
4.2 Barthesin semiotiikka	42
4.3 Representaation kohde ei ole läsnä esityshetkessä	44
5 POHJALAISSUUS INSTAGRAMIN PÄIVITYKSISSÄ	49
5.1 Pohjalaispäivitysten denotaatiot	51
5.2 Päivitysten konnotaatiot	55
5.2.1 Ensisijaiset konnotaatiot	55
5.2.2 Toissijaiset konnotaatiot	61

5.2.3 Tekstin konnotaatiot	63
5.2.4 Päivitysten kulttuuriset merkitykset	67
5.3 Päivitysten tulkinta symbolitasolla	69
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	81
LÄHTEET	87
LIITTEET	
Liite 1. Haetut aihetunnisteet julkaisumäärineen 3.7.2019	93
Liite 2. Päivityskuvat	94
KUVAT	
Kuva 1. Aihetunnisteiden käyttö osana päivitystekstiä (@piilotettuaarre 2016)	27
Kuva 2. Esimerkki denotaatioryhmästä 5 tekeminen	52
Kuva 3. Esimerkki denotaatioryhmästä 6 ruoka ja juoma	54
Kuva 4. Esimerkki ensisijaisten konnotaatioiden ryhmästä symbolit	57
Kuva 5. Esimerkki ensisijaisten konnotaatioiden ryhmästä pohjalainen luonne	58
Kuva 6. Esimerkit yhden ja kahden konnotaation kuvista	62
Kuva 7. Denotaatiokategoria esine, asiat ja eläimet, konnotaatioryhmä symbolit	73
Kuva 8. Denotaatiokategoria tekeminen, konnotaatioryhmä yrittäjäyys, elinkeinot ja opiskelu	76
KUVIOT	
Kuvio 1. Uudelleentwiittausten huomion lisääntyminen (%) twiitin sisällön mukaan (Buffer 2019)	20
Kuvio 2. Identiteettiin vaikuttavat tekijät (Pitkänen & Westinen 2018: 11)	31
TAULUKOT	
Taulukko 1. Aineistoon rajatut aihetunnisteet julkaisumäärineen 3.7.2019	12
Taulukko 2. Paikkamerkinät aineistossa	50

Taulukko 3. Päivityskuvien jakautuminen denotaatiokategorioihin	51
Taulukko 4. Konnotaatioiden (K1) esiintyminen eri denotaatioluokissa	56
Taulukko 5. Konnotaatioiden (K2) esiintyminen eri denotaatioluokissa	61
Taulukko 6. Tekstikonnotaatiot (KT) aineiston päivityksissä	64
Taulukko 7. Konnotaatiot eri konnotaatioluokissa K1-K2, KT	68
Taulukko 8. Yhteenlasketut konnotaatiot eri konnotaatioluokissa	71



---

**VAASAN YLIOPISTO****Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Pia Kokko
<b>Pro gradu -tutkielma:</b>	Nykypohjalaisuuden representaatiot yhteisöpalvelu Instagramissa
<b>Tutkinto:</b>	Filosofian maisteri
<b>Koulutusohjelma:</b>	Viestinnän monialainen maisteriohjelma
<b>Opintosuunta:</b>	Digitaalinen media
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2020
<b>Työn ohjaaja:</b>	Merja Koskela

---

**TIIVISTELMÄ**

Globalistuneen mediamaiseman ja ihmisten liikkuvuuden myötä perinteet ja tavat sekoittuvat toisiinsa. Samanaikaisesti alueellisuus koetaan yhä tärkeämmäksi. Pohjalaisuuden kokemus ja sen visuaalinen representaatio ovat jatkuvassa muutoksessa. Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, minkälainen pohjalaisuuden representaatio Instagramissa välittyy pohjalaisuuteen liittyvien aihetunnisteiden taakseen keräämistä kuvapäivityksistä.

Tutkimuskysymykseni ovat seuraavat: mitä julkaisujen kuvat esittävät, millaisia visuaalisia symboleja pohjalaisuuteen liitetään sekä mikä on kuvan tulkinnan henkilökohtainen, symbolinen taso. Aineistona on 76 aihetunnisteiden perusteella valittua Instagram-julkaisua.

Menetelmänä aineiston analyysissä käytin määrällistä sisällönanalyysiä sekä Barthesin semioottista analyysiä. Lopuksi sovelsin Careyn teoriaa viestinnästä rituaalina pohtiakseni pohjalaisuuden representaation jakamista sosiaalisessa mediassa ja sen merkityksiä ihmisten identiteetille.

Instagramiin rakentuva pohjalaisuuden representaatio koostuu analyysin mukaan henkilöiden, esineiden, asioiden, eläinten sekä maiseman ja luonnon denotaatioista. Konnotaatioissa korostuivat erityisesti luonto ja ympäristö, symbolit sekä henkilöt ja pohjalainen luonne. Kuvamateriaalin arkipäiväisyys puolestaan osoittaa, että pohjalaisuus on muutakin kuin puukkoja, helavöitä ja jussipaitoja. Careyn rituaalisen teorian mukaan otamme osaa tuottamamme symbolisen maailman uusintamiseen sen merkityksiä jakamalla ja virtuaalisiin yhteisöihin osallistumalla.

---

**AVAINSANAT:** kuva-analyysi, representaatio, semiotiikka, rituaalit, Instagram, pohjalaisuus



## 1 JOHDANTO

Alueiden representaatiot ja kuva nykypohjalaisuudesta ovat kiinnostava tutkimusaihe globalisaation jälkeisessä 2020-luvun Suomessa. Suomalaisuutta ja sen muutoksia on pohdittu, avattu ja neuvoteltu laajastikin julkisessa keskustelussa. Pohjalaisuuden käsitettä ja sen representaatiota ei kuitenkaan ole tutkittu viestinnän parissa, vaikka mediassa alueellisuutta on taas paljon käsitelty. Alueelliset identiteetit ovat viime vuosina nousseet merkittäviksi kilpailuvalteiksi osana maakuntakeskusten imagokampanjoita (Salmi 2013: 48). Etelä-Pohjanmaan maakuntakeskus Seinäjoki julistautuikin loppukesästä 2018 maakunnan imagon- ja matkailunedistämisen nimissä avaruuden pääkaupungiksi (Yle 2018).

Myös pohjalaisuus ja se, miten ihmiset pohjalaisuuden kokevat ja ketkä identifioivat itsensä pohjalaisiksi on jatkuvassa muutoksessa. Muutokseen vaikuttavat suomalaisten liikkuvuus maan sisällä ja ulkomailla sekä lisääntynyt maahanmuutto, globaalista mediamaisemasta puhumattakaan. Tätä kautta tapahtuu luonnollista kulttuurista oppimista; perinteet ja tavat sekoittuvat pikkuhiljaa uusilla tavoilla toisiinsa. Pohjanmaan maakunta on ollut jo pitkään maahanmuuton kohteena. Vuonna 2016 Pohjanmaalla olikin Manner-Suomessa prosentuaalisesti toiseksi eniten ulkomaalais-taustaisia asukkaita (Ehnström 2017). Etelä-Pohjanmaalle on saapunut sitten syksyn 2015 paljon maahanmuuttajia, joiden mukanaan tuomat kulttuuriset tavat tulevat vaikuttamaan pohjalaisuuteen. Nämä Pohjanmaalle muuttaneet ihmiset ja heidän jälkeläisensä ovat tulevaisuuden pohjalaisia. Siksi onkin kiinnostavaa tarkastella pohjalaisuuden representaatiota juuri nyt paikallisten, alueellisten, kansallisten ja globaalien identiteettien paineessa.

Aiemmin mainittujen tutkimusintressien lisäksi paikallisuus käsitteenä on varsin ajankohtainen tutkimusaihe ja kokenut renessanssin. Paikallisuutta hyödynnetään niin ruoan markkinoinnissa kuin matkailussakin. Ilmastomuutoksen noustua keskusteluihin

on kotimaan matkailusta tullut suosituempaa. Monissa kuntien ja kaupunkien tai kolmansien toimijoiden projekteissa tuetaan paikallisuutta sekä siihen liitettyä yhteisöllisyyttä. Paikallinen koetaan ja sitä tavoitellaan. Puhutaan myös uudesta regionalismista, ja Eurooppaakin kuvataan alueiden Eurooppana (Riukulehto 2015). Paikallisuutta tutkitaan poikkitieteellisesti; sekä etnologinen paikallisuustutkimus, kulttuurimaantiede että historiantutkimus ovat kiinnostuneita samoista aiheista kuin esimerkiksi aluetieteessä ja maaseutu-tutkimuksessa ollaan. (Suutari & Rinne-Koski 2015) Riukulehto (2015) kehittääkin muovautumassa olevan “uuden aluehistorian” metodologiaa paremmin sen moninaisia tutkimuskohteita tavoittaviksi. Tutkimukseni pohjalaisaineisto sijoittuu verkkokontekstiin, jossa käytävän vuorovaikutteisen toiminnan tuloksena kulttuuri, yhteiskunta ja identiteetit muovautuvat. (Laaksonen, Matikainen & Tikka 2013: 9–10) Kontekstilla viitataan siihen käsitteelliseen ja tekstuaaliseen ympäristöön, jossa ja jonka avulla kyseiset päivitykset saavat merkityksensä. (Seppä 2012: 221)

Kiinnostukseni pohjalaisuuteen, paikalliskulttuureihin ja identiteetteihin sekä niihin samaistumiseen juontaa teini-ikään. Olen lähestynyt pohjalaista identiteettiä ja sen rakentumista aiemmin puhtaasti visuaalisuuden kautta. Tuolloin lähestyin valokuvan keinoin sitä, miten oma pohjalainen identiteettini on rakentunut elämässäni vaikuttaneiden ihmisten, hetkien ja tilanteiden kautta. Pohjalaisuus ja erityisesti identiteetit olleet ajankohtaisia myös pitkän ulkomailla asumisen johdosta. Enää en kuitenkaan koe tarvetta tutkia aihetta henkilökohtaisella tasolla, vaan minua kiinnostaa yleinen visuaalinen tarinankerronta; se, millaiselta tämän päivän pohjalainen identiteetti näyttää ja millaisia merkityksiä sille annetaan. Tutkielmani aihe sivuaa samalla myös paikallisen kulttuuri-identiteetin teemaa, jota sivusin päivittäin aiemmassa työssäni Pohjanmaalla Stundarsin kotiseutumuseolla.

Tässä tutkielmassa pohjalaisuudesta puhuessani laajennan pohjalaisuuden käsitteen sisältämään Pohjanmaan maakunnan sekä Etelä-Pohjanmaan maakunnan alueen

kulttuuri-identiteetit ja näissä maakunnissa ilmenevän pohjalaisuuden. Yleisestikin ottaen pohjalaisuudesta puhuttaessa ei viitata Keski-Pohjanmaan tai Pohjois-Pohjanmaan maakuntiin. Tästä johtuen olen kaventanut käsitteeni koskemaan kahden maakunnan pohjalaisuutta ja viittaan siihen vain toisen maakunnan, Pohjanmaan nimellä.

### 1.1 Tavoite

Tutkimukseni tavoitteena on saada selville, minkälainen pohjalaisuuden representaatio Instagramissa välittyy pohjalaisuuteen liittyvien aihetunnisteiden sosiaalisen median kuvapäivityksistä. Tarkemmin kuvailtuna tutkin sitä, millaisia valokuvia Instagramissa julkaistaan aihetunnisteella #pohjalaanen ja tämän eri versioilla. Tutkimuskohteenani on hakusanoiksi rajattujen 12 aihetunnisteen muodostama kuva nykypohjalaisuudesta, sen symboleista ja artefakteista. Tämän representaation näen fyysisesti ruudullani, kun tarkastelen harkitusti rajaamieni ja analogisesti hakemieni aihetunnisteiden muodostamaa kokonaiskuvaa. Ilman aihetunnisteiden mahdollistamaa hakutoimintoa tällaisen yhtenäisen representaation näkeminen ei ole Instagramin toimintalogiikkaan perustuen mahdollista, sillä sovelluksen käyttäjän kuvavirrassa näkyvät tämän seuraamien muiden käyttäjien yksittäiset päivitykset Instagramin alati muuttuvien algoritmien muovaamassa järjestyksessä.

Instagramissa käyttäjät jakavat omia valokuviaan valitsemillaan aihetunnisteilla eli avainsanoilla, joiden pohjalta tietyn aihetunnisteen taakse muodostuu aihetta käsittelevä, jatkuvasti kasvava kuvakokoelma. Tämän kokoelman voidaan ajatella heijastelevan sitä, millaisena Instagramin käyttäjät kyseisen aiheen visuaalisesti hahmottavat. Tutkimuksessani nämä hakutuloksina yhteen kootut kuvat muodostavat tässä hetkessä ainutkertaisen, yhtenäisen esityksen pohjalaisuuden kuvastosta.

Tutkimuskysymykseni ovat:

- 1 Mitä pohjalaisuuteen viittaavilla aihetunnisteilla julkaistut kuvat esittävät (denotaatio)?
- 2 Millaisia visuaalisia symboleja pohjalaisuuteen liitetään (konnotaatio)?
- 3 Millä perusteella kuvat voidaan tulkita pohjalaisuutta edustaviksi (assosiaatio)?

Tutkimuskysymykseni rakentavat pohjan sille, miten analysoin materiaalia tutkimuksessani ja mitä Instagram-päivityksistä olemassa olevaa dataa hyödynnän analyysini pohjaksi. Tutkimuskysymyksilläni haen vastausta siihen, millainen representaatio nykypohjalaisuudesta hahmottuu yhteisöpalvelu Instagramissa tehtyjen päivitysten kautta. Pohjalaisuuteen viittaavien aihetunnisteiden paradigmasta analysoitavaksi valitsemieni kuvien voidaan siis ajatella representoivan sitä mielikuvaa, mikä Instagramin suomenkielisillä käyttäjillä pohjalaisuudesta aineiston valinnan hetkellä on.

Taustaoletuksenani on, että pohjalaisuuden konventionaalinen visuaalinen kuvasto on kuvallisen käänteeseen, digitalisaation myötä ja globalisaatiosta huolimatta voimissaan. Visuaalisella tai kuvallisella käänteellä tarkoitetaan sitä 1990-luvulta lähtien vallalla ollutta ajatusta, että yhä enenevässä määrin ihmisen arjessa esillä olevat kuvat muokkaavat ihmisten identiteettiä (Sumiala 2010). Tällöin on perusteltavaa ajatella, että sosiaaliseen mediaan rakentuvat pohjalaisuuden representaatiot muokkaavat edelleen yhteisön käyttäjien mielikuvaa pohjalaisuudesta.

Oletan myös, että tutkimukseni kohteena olevan pohjalaisuuden kuvaston rakentamiseen ovat olleet osallisena käyttäjät, jotka eivät itse omaa pohjalaista identiteettiä, mutta kokevat jonkin tietyn asian pohjalaiseksi. Tällöin kuvat voivat olla hyvinkin stereotyyppisiä. Näin esimerkiksi Pohjanmaalla vierailevat turistit voivat merkitä kuvia lakeuksien peltoladoista tunnisteella #pohjalaisuus. Käyttäjien

maantieteellinen sijainti tai syntyperä ei ole tutkimukseni varsinainen aihe, enkä kokenut aiheelliseksi pyrkiä rajaamaan tarkasteluni kohteena olevia päivityksiä geolokalisoiduin perustein tietyllä maantieteellisellä alueella tehdyiksi tai tietyn käyttäjäryhmän tekemiksi. En hae tutkimuksessani vastausta siihen, millaisena pohjalaiset itse pohjalaisuuden hahmottavat, vaan kiinnostukseni kohteena on tavoittaa kansallisesti mahdollisimman kattava representaatio pohjalaisuudesta ja sen kuvastosta 2020-luvulle siirryttyämme.

## 1.2 Aineisto

Tämän pro gradu –tutkielman aineisto muodostuu Instagramista haetuista kuvapäivityksistä ja niiden päivitysteksteistä, aihetunnisteista sekä kommentteista. Analysoituja päivityksiä on yhteensä 76. Aineisto on kerätty kesä-heinäkuun vaihteessa 2019. Hakemani aihetunnisteet viittaavat sekä pohjalaisuuteen että pohjalaisiin.

Tutkimukseni lopullinen havaintoyksikköjoukko eli otos, 76 julkaisua, on valittu kahdellatoista harkinnanvaraisella aihetunnisteella haetuista päivityksistä. Taulukosta 1 sivulla 12 käy ilmi kunkin aihetunnisteen alta löytyneiden julkaisujen kokonaismäärä, julkisten julkaisujen määrä sekä lopullinen aineiston rajattuun otokseen valitsemäni määrä. Tähän lukuun pääsin systemaattisella satunnaisotannalla valitsemalla julkisten aihetunnisteiden joka kymmenennen päivityksen. Lisäksi valitsin jokaisen aihetunnisteen alta sen eniten sitoutumisia (tykkäyksiä ja kommentteja) saaneen päivityksen, sillä Instagramin algoritmit suosivat ja nostavat esille julkaisuja, joihin käyttäjät todennäköisimmin reagoivat.

Tutkielmassani analysoin pohjalaisuudesta ja pohjalaisesta identiteetistä muodostuvaa representaatiota aineistoni Instagram-päivityksissä. Tästä syystä rajasin otoksen ulkopuolelle aihetunnisteet, jotka viittaavat Pohjanmaan representaatioon maisemana ja

alueena, sekä maantieteellistä sijaintia merkitsevät aihetunnisteet kuten #pohjanmaa ja sen eri murrevariaatiot. Liitteen 1 taulukko esittää aineiston keruuvaiheessa hakemiani aihetunnisteita ja niiden osumien määrää 3.7.2019 saakka. Taulukon yläosassa näkyvät myös pois rajatut aihetunnisteet, yhteensä kahdeksan eri aihetunnistetta.

**Taulukko 1.** Aineiston rajatun otoksen aihetunnisteet julkaisumäärineen 3.7.2019

<b>Aihetunniste</b>	<b>Yht.</b>	<b>Julkisia</b>	<b>Otos</b>	<b>Pois kpl</b>	<b>Rajattu otos kpl</b>
#pohojalaisuus	1	1	1	0	1
#pohjalaane	7	7	2	0	2
#pohojalaiset	7	7	2	0	2
#pohojalainen	8	8	2	0	2
#pohojalaasuu	11	11	3	0	3
#pohjalaaset	20	20	3	0	3
#pohojalaane	36	36	5	0	5
#pohjalaisuus	115	70	8	1	7
#pohjalaanen	150	123	14	1	13
#pohjalaiset	161	105	12	2	10
#pohojalaaset	205	91	10	3	7
#pohojalaanen	339	227	24	3	21
<b>Yhteensä kpl</b>	<b>1060</b>	<b>706</b>	<b>86</b>	<b>10</b>	<b>76</b>

Tunnisteella #pohjalainen löytyi päivityksiä 1 616 kpl. Päätin jättää nämä aineistoni ulkopuolelle, koska useat päivitykset viittaavat samannimiseen Pohjanmaan maakuntalehti Pohjalaiseen, joka ilmestyi vuoden 2019 loppuun saakka. Näin ollen valitsin yleiskieliseksi pohjalaisuuteen viittaavaksi sanaksi aihetunnisteen #pohjalaiset, jolloin päällekkäisyys entiseen sanomalehteen viittaavien päivitysten kanssa poistuu.

Muista aineiston rajauksista mainittakoon vielä, että jätin ruotsinkieliset aihetunnisteet aineistoni ulkopuolelle. Päädyin tähän valintaan, koska kirjoitan työni suomen kielellä ja jouduin tekemään valintoja aihetunnisteiden välillä myös aineiston rajaamisen

tarpeesta. Lisäksi arvelen, että ruotsinkielinen pohjalaisuus on kulttuurisesti ja täten sisällöltään omanlaistaan, kuvastoltaan hyvinkin erilaisia merkityksiä kantavaa.

Lopuksi rajasin aineistooni systemaattisella otannalla valikoituneista päivityksistä pois videopäivitykset sekä useamman kuvan tai videon sisältävät päivitykset, jotta aineiston materiaali pysyisi mahdollisimman vertailukelpoisena. Taulukosta 1 sivulla 12 käy ilmi valitsemieni aiheutunnisteiden tuottamien hakutulosten rajaaminen. Näin sain analyysini edustavan otoksen kokonaislukemaksi eli analyysini kohteeksi 76 päivitystä. Koska tutkimuksessani pyrin kyseisen ilmiön ymmärtämiseen enkä tilastolliseen analyysiin, tyydyin otannan kokoon, jonka edustavuus koko havaintoyksikkö-joukosta on hyvä. (KvantiMOTV 2019)

### 1.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäni on sekä määrällinen että laadullinen. Määrällisenä metodina käytän kvantitatiivista sisällönanalyysiä, jonka avulla jaottelen aineistoni taustakirjallisuudesta ja aineistosta nouseviin sisältökategorioihin, etsin näistä yhdenmukaisuuksia sekä lasken näiden kategorioiden esiintymiskertoja.

Aineistoa kerätessäni keskityin hakemaan päivityksiä kahdellatoista suomenkielisellä aiheutunnisteella. Luvussa 1.2 kuvailemieni rajausten kautta aineistoni rajattu otos käsittää 76 päivitystä (osumien määrä Instagramissa 3.7.2019) ja ne jakautuivat taulukon 1 (sivulla 12) mukaisesti.

Tulostin rajatun aineiston päivityksistä ottamani kuvakaappaukset paperikuviksi, jotta näiden kanssa työskentely olisi helpompaa. Aluksi kävin läpi kaikki kuvat niiden ilmimerkityksen eli denotaation mukaan. Koska katsoja ryhtyy helposti tulkitsemaan kuvia oman kulttuurisen tietämyksensä kautta, yritin ilmimerkitystä tarkastellessani

unohtaa oman pohjalaisen kulttuurin tuntemukseni. Ajoittain pohdin kuvan aihetta ajattelemalla mitä kuka tahansa suomalainen näkisi kuvassa. Jaottelin kuvat ryhmiin niiden esittämien aiheiden mukaan. Tässä vaiheessa en ottanut huomioon päivitysten kuvatekstejä, kommentteja tai aihetunnisteita. Selviksi ryhmiksi muodostuivat päivitykset, joissa esiintyi seuraavia aiheita: a) ihmiset, b) esine/asia/eläimet, c) maisema/paikka/tila/luonto, d) teksti/kuva, e) tekeminen, f) ryhmä, g) ruoka ja juoma. Denotaatioryhmät käyvät ilmi taulukosta 3 sivulla 51.

Seuraavassa vaiheessa etenin laadullisen sisällönanalyysin toteuttamiseen. Päivitysten merkityksiä luokitteleva semioottinen analyysi on luonteeltaan laadullista. Merkityksiä pohtiessani jaottelin päivitykset niiden konnotaatioiden eli kulttuuristen merkitysten mukaisesti ryhmiin. Koska kuvat konnotoivat montaa asiaa, kävin läpi kaksi kierrosta kuvien konnotaatioiden kirjaamista. Konnotaatioiden tarkastelukerrat erottaa merkinnästä K1 (ensisijaiset konnotaatiot) tai K2 (toissijaiset konnotaatiot), joissa numero ilmaisee konnotaatiokierroksen järjestystä. Kolmannella konnotaatioiden kierroksella otin mukaan myös päivitystekstin sekä aihetunnisteiden ja kommenttien synnyttämät merkitykset, jotka tiivistin yhdeksi tekstikonnotaatioksi (KT).

Pelkät julkaisujen kategorisoinnit ja aiheiden esiintymiskerrat eivät riitä analyysin pohjaksi, vaan tarvitaan päivitysten aiheiden syvempien merkitysten ymmärrystä (Jokela 2014). Konnotaatioiden merkitsemisen jälkeen kävin läpi julkaisut niiden herättämien assosiaatioiden eli kokonaismerkitysten perusteella. Kokonaismerkityksen kirjaamisessa otan huomioon päivityksen kuvan ilmimerkityksen että kuvan synnyttämät konnotaatiot sekä kuvan ja päivitystekstin, aihetunnisteiden ja kommenttien herättämät konnotaatiot. Näistä muodostuu lopulta yksi tulkinta päivitykselle.

Lopuksi tarkastelen näin tulkitsemiani pohjalaisuuden merkityksiä Careyn rituaalisen teorian kautta, ja pohdin sitä, millaista pohjalaisuuden kuvaa Instagramissa jaetaan ja uusinnetaan aineistoni materiaalin perusteella.

#### 1.4 Pohjalaisuus ja symbolit

Pohjalaisuus kiinnostaa minua identiteettiin pohjautuvana ilmiönä. Kansallisuus, alueellisuus, paikallisuus sekä näihin liittyvät yhdistävät ja erottavat tekijät ovat kiehtoneet minua jo pitkään. Valokuvajournalismin kandidaatintyössäni tutkin omaan pohjalaisuuteeni vaikuttaneita tekijöitä dokumentaarisen valokuvan keinoin. Tässä tutkielmassa lähestyn jälleen pohjalaisuutta, tarkastellen rajaamieni pohjalaisten aiheutunnisteiden ympärille Instagramissa rakentuvaa kokonaiskuvaa pohjalaisuudesta. Pohjalaisuus on yksi tutkielman keskeisistä käsitteistä. Tämä alaluku jäsentää pohjalaisuuden historiallisia seikkoja sekä esittelee pohjalaisuuden symboleina pidettyjä artefakteja, joihin oletan myös tutkimuksen kohteena olevissa sosiaalisen median päivityksissä viitattavan.

Pohjalaisilla laajasti käsittäen viitataan kolmen Pohjanmaan maakunnan, Etelä-Pohjanmaa, Pohjanmaa ja Keski-Pohjanmaa, asukkaisiin. Alueellisena yhteisönä Pohjanmaa on tunnettu jo 1300-luvulta saakka. Ruotsin vallan aikana maakunnista perustettiin heimoalueiden rajoja myötäileviä linnaläänejä. Edellä mainitut kolme Pohjanmaan maakuntaa sijoittuivat vuodesta 1776 lähtien Vaasan lääniin, kun taas Pohjois-Pohjanmaan maakunta sijoittui Oulun lääniin. (Zimmerbauer 2008: 55)

Maakuntaidentiteettien voimistumiseen 1800-luvun lopulla vaikuttivat maakuntalehdistön kehitys, nuorisoseuratoiminnan kehittyminen sekä identiteettisymbolien käyttöönotto. Kulttuurillisten ja aatteellisten alueiden eriytymisen Suomessa huomioi ensimmäisten joukossa Zacharias Topelius (2018: 92), joka Maamme-kirjassa (1876) luonnehti pohjalaisia:

Taitavina työmiehinä nähdään heitä kaikkialla kaupungeissa ja herrastaloissa. He rakentavat laivoja ja veneitä, huoneita ja tehtaita paremmin kuin muut, mutta välistä puhkeaa heissä ilmi tuo vanha, peritty sotaluonne. Kun he ovat liiaksi juoneet, ryhtyvät he pian tappeluun. Ei missään osassa maamme vuodateta niin paljo verta, kuin heidän ja heidän suomalaisten naapuriensa

pidoissa. – – Kun miehet lähtevät työn-ansiolle, hoitavat vaimo-ihmiset maanviljelystä ja käyvät myös välillä miesten töissä. He ajavat hevosia, ojittavat, hakkaavat puita.

Topeliuksen tekstistä nousee esiin pohjalaisen identiteetin hahmottelu taitavina käsityöläisinä, ahkerina työntekijöinä, mutta myös raivokkaina tappelijoina sekä yleinä paikallisuudestaan. Samassa tekstissä mainitaan sittemmin pohjalaisuuden symboliksi muodostuneet puukkovyöt (helavyöt) sekä jussi-paidat. (Siira 2004: 45) Alueellisen identiteetin rakentamiseen ja kehittämiseen kuuluu Zimmerbauerin ja Suutarin (2004: 31) mukaan erilaisten alueeseen viittaavien merkkien ja symbolien tuottaminen. Maakuntaidentiteetteihin pohjautuvaa aatteellista ja kulttuurista hahmotelmaa vasten syntyivät myöhemmin myös maakuntaliitot sekä ylioppilaskunnat (Zimmerbauer 2008), jotka osaltaan mahdollistavat vahvan identiteetteihin samaistumisen myös omasta maakunnasta yliopistokaupunkeihin muutettaessa.

Tässä tutkielmassa viitataan pohjalaisuudella vanhan Vaasan läänin alueen maakuntien pohjalaisiin. Vahvimmin pohjalaisuuden käsite on voimissaan Etelä-Pohjanmaan maakunnan alueella (mm. Kauhava, Seinäjoki, Ilmajoki, Lapua, Kurikka), jonne myös useat pohjalaista stereotypiaa vahvistaneet kulttuuriartefaktit (teokset) kuten elokuvat (Häijyt, Lakeuden kutsu, Pohjanmaa, Härmä), romaanit (Antti Tuurin Pohjanmaa-sarja, Arto Mellerin tuotanto) ja julkisuuden henkilöt ja urheilijat (Duudsonit, Lauri Tähkä, Juha Mieto, Tero Pitkämäki ja Petra Olli) ovat sijoittuneet (Takala 2015). Tästä syystä käytän pohjalaisuuden käsitettä laajasti sisällyttäen siihen erityisesti etelä-pohjalaisuuteen liitettjä luonteenpiirteitä sekä artefakteja (ks. Moring 2000).

Maakunnalliset ja alueelliset identiteetit ovat kollektiivisia, jaettuja identiteettejä, jotka perustuvat maantieteellisten rajojen mukaan jäsenyntyneeseen me-henkeen. Zimmerbauerin mukaan identiteettiä “voidaan lähestyä myös tarkastellen alueen ominaisuuksien vaikutusta minäkuvan rakentumiseen” (Zimmerbauer 2008: 44). Inka Moringin (2000) mukaan pohjalainen identiteetti koostuu isänmaallisuuden,

puolustustahdon, pienyrittäjyyden ja "ittellisyyden" elämäntavasta. Lisäksi hän hahmottelee massatapahtumiin osallistumisen ja talkoohenkisyuden olevan erityisen pohjalaista.

Vuosien saatossa tehtyjen tutkimusten tulokset julkistavat hämmästyttävän samankaltaisena näyttäytyvää pohjalaisuuden kuvaa. Zimmerbauerin (2002) tutkimus Etelä-Pohjanmaan maakunnan ulkopuolella asuvien mielikuvista maakuntaan liittyen olivat seuraavat: 1) tasainen maisema, 2) yrittäjyys ja elinkeinot, 3) puukko ja häjyt sekä 4) etelä-pohjalainen luonne ja ihmiset. Maakunnan sisäinen mielikuva poikkeaa ulkoisesta tutkimuksen mukaan lähinnä sisäänpäinlämpiävyydessään – maakunnassa asuvat kokivat asuvansa omaleimaisella ja elinvoimaisella alueella. (Zimmerbauer 2002; Siira 2004: 46)

Zimmerbauerin ja Riukulehdon vuosikymmeniä jatkuneen pohjalaisuustutkimuksen ansiosta pohjalainen identiteetti jaksaa edelleen puhuttaa maakunnassa ja kansallisesti. Helsingin Sanomat uutisoi 12.7.2019 Seinäjoen kaupungin markkinointikampanjasta, jossa perinteinen pohjalainen "häjyyly"-perinne ja -uho pyritään korvaamaan lämmöllä ja lempeydellä. Artikkelin haastatellun Seinäjoen kaupungin markkinointipäällikkö Anu Männikön mukaan perinteinen pohjalainen ylpeys, toimeliaisuus sekä urheilu mainitaan edelleen pohjalaisuuden symboleina. Suuruudenhulluus, siisteys ja järjestys sekä todenpuhuminen ovat yhä arvossaan. 2020-lukua lähestyttäessä osa perinteisistä puukkojunkkari-stereotypioista olisivat kuitenkin kirjoittajan mukaan jäämässä historiaan ja korvautumassa lempeämmillä ja hellemmillä mielikuvilla. (HS 12.7. 2019)

Etelä-Pohjanmaan maakunnan ja Seinäjoen alueen maakuntalehti Ilkka (13.3.2015) kirjoitti tekemänsä lukijakyselyn tuloksista, jonka otsikko kiteytti mainiosti pohjalaisen luonteen: "Mä oon reilu, komia ja vaatimaton". Monet kyselyn vastauksista painottivat murteellisiin sananlaskuihin perustuvaa pohjalaisuutta, ja tietoista stereotyyppien korostusta. Samaan lukijakyselyyn viitataan Eija ja Jukka Kuusiston sekä Anssi

Orrenmaan Mitäs me eteläpohjalaaset, Pohojalaasuuren käsikirjassa (2018), jossa pyritään päivittämään pohjalaisuuden kuvaa. Kirjassa omaa pohjalaisuuskäsitystään hahmottelevat maakunnan kasvoina tutuiksi tulleet poliitikot Paula Risikko, Anneli Jäätteenmäki, Lasse Hautala, Juha Mieto sekä monet muut. Yhteisiä nimittäjiä vastauksista löytyi useita, kuten kotiseutu- ja maakuntarakkaus, yhteisöllisyys, suoruus ja yritteliäisyys. Edellisten ohella kotiseuturakkaat rockyhtye Elonkerjuu sekä Duudsonit ovat tehneet perinteisistä salmiakkikuvioista laajalti tunnetun pohjalaisuuden symbolin (Takala 2015).

## 2 VERKOTTUNUT VISUAALINEN KULTTUURI JA SOSIAALINEN MEDIA

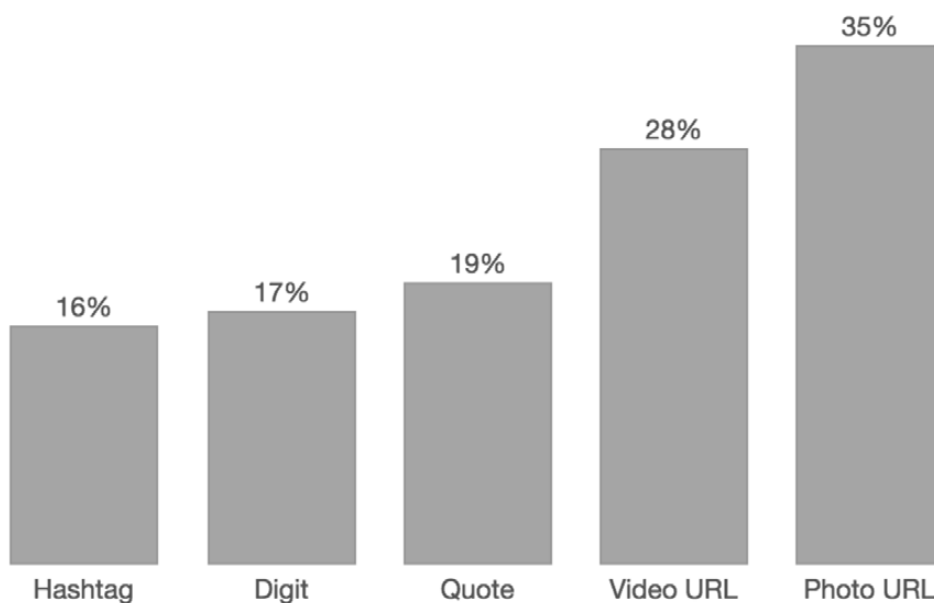
Nykyään visuaalisella kulttuurilla ja sen tutkimuksella viitataan erilaisin menetelmin tuotettuihin, eri medioiden – teknisten välineiden – kautta välittyviin, usein multimodaaliisiin kuvallisiin esityksiin, uusinnoksiin tai visualisoinnin prosessiin (Seliger 2008: 37). Tekniikka ja teknologia ovat linkittyneet visuaalisen kulttuurin käsitteeseen, jota Mirzoeff määritelmässään (1999) kuvaa tapahtumana, jossa kuluttaja hakee tietoa (merkityksiä tai viihdettä) visuaalisen tekniikan välityksellä. Tässä tutkimuksessa tarkastelen visuaalista kulttuuria erityisesti Instagram-sovelluksen tarjoamassa sosiaalisen median kontekstissa.

Sosiaalisen median syntyä on vaikea tarkalleen ajoittaa. Alkususäyksensä se on saanut jo internetin ensimmäisten vuosien aikana, kun verkossa yleistyivät erilaiset verkkopohjaisen vuorovaikutuksen mahdollistavat keskustelupalstat ja foorumit. Yhteen viimeaikaiseen määritelmään (Laaksonen, Matikainen & Tikka 2013: 15–16) nämäkin mahtuvat: sosiaalinen media on “verkon välityksellä tapahtuvaa, instituutioista vapaata käyttäjälähtöistä ja vuorovaikutteista kommunikaatiota, joka ainakin osittain on yksityistä keskustelua julkisempaa.” Kansan parissa sosiaalinen media viittaa kuitenkin lähinnä yhteisöpalveluihin, joihin käyttäjät rekisteröityvät, luovat itselleen profiilin sekä rakentavat omat verkostonsa muiden käyttäjien kanssa. Sosiaalisesta mediasta yleisesti puhuttaessa viitataan lähinnä Facebookin, Instagramin, YouTubeen ja Twitterin yhteisöpalveluihin, jotka ovat yleisimmät ja suurimmat sosiaalisen median palvelut länsimaissa. Kuukausittaiset käyttäjämäärät näillä palveluilla ovat tammikuun 2019 raportin tilastojen mukaan Facebookilla 2 271 miljoonaa käyttäjää, YouTubella 1 900 miljoonaa käyttäjää, Instagramilla 1 000 miljoonaa ja Twitterillä 326 miljoonaa (Wearesocial 2019).

Perinteisen joukkoviestinnän ohessa on sosiaalisen median myötä alettu puhua henkilökohtaisesta joukkoviestinnästä. Verkossa toimivilla sosiaalisen median

palveluilla on laajoa käyttäjämääriä (=mahdollisia yleisöjä), joissa yksilöt vaikuttavat lähettämiensä viestien tavoittavuuteen, sisältöön sekä jakeluun. Tämä on kasvattanut sekä välineiden roolia arjessamme, että käyttäjien autonomisuutta. (Laaksonen ym. 2013: 9–10) Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö 2018 -tutkimuksen mukaan yli puolet kaikista suomalaisista (51 %) seuraa jotakin verkon yhteisöpalvelua päivittäin, 16–44-vuotiaista yli 70 %. Verkkoa päivittäin tai lähes päivittäin käytti tutkimuksen mukaan 82 % kaikista suomalaisista. (SVT 2019) Viestinnän valtarakenteet ovat muuttuneet, eikä viestintä ole enää instituutioiden hallitsemaa. Sosiaalisessa mediassa viestintää tuottavat ja kontrolloivat kunkin sovelluksen käyttäjät sosiaalisessa vuorovaikutuksessa keskenään (Laaksonen ym. 2013: 9).

Nykyisellään monet sosiaalisen median yhteisöpalveluista rakentuvat pitkälti kuvien ja visuaalisuuden varaan, pitkien tekstien sijaan. Kuvat ja visuaalisuus ovat huomaamattamme läsnä kaikilla elämän osa-alueilla, yhä enenevässä määrin. Kuvien ja visuaalisuuden merkitystä arjessamme onkin alettu tutkia yhä poikkitieteellisemmin. (Prosser & Loxley 2008)



**Kuvio 1.** Uudelleentwiittausten huomion lisääntyminen (%) twiitin sisällön mukaan (Buffer 2019)

Alunperin pelkkien lyhyiden, 140 merkin mittaisten tekstien julkaisemiseen suunniteltu yhteisöpalvelu Twitterin analyysin mukaan päivityksen uudelleenjakamisen todennäköisyys kasvaa 35 %, mikäli päivitys sisältää kuvan (katso kuvio 1 sivulla 20). Videon, aiheutunnisteen tai lainauksen lisääminen eivät sen sijaan nostaneet uudelleenjakamisprosenttia läheskään yhtä paljon. (Twitter 2019)

## 2.1 Sosiaalisen median sovellus Instagram

Instagram on lokakuussa vuonna 2010 perustettu käyttäjien kuvapäivitysten jakamiseen tarkoitettu sosiaalisen median yhteisöpalvelu. Yhteisöpalvelun ominaisuuksiin kuuluu sovelluksen käyttäjäkunnan vuorovaikutus päivitysten välityksellä. Käyttäjät pystyvät tykkäämään muiden käyttäjien päivityksistä, sekä kommentoimaan, jakamaan ja tallentamaan päivityksiä. Kevin Systromin ja Mike Kriegerin perustama Instagram julkaistiin aluksi Applen käyttöjärjestelmille tarkoitettuna mobiilisovelluksena. Android-laitteisiin Instagram-sovellus tuli saataville huhtikuussa 2012. Instagramin päivityksiä pystyy tarkastelemaan myös verkkoselaimella, mutta osallistumisen mahdollisuudet ovat rajatut. Esimerkiksi päivitysten kommentointi tai uusien päivitysten tekeminen ei selaimen kautta onnistu. Instagram on ollut Facebookin omistuksessa syyskuusta 2012. (Dogtiev 2018; Wikipedia 2018)

Alunperin kuvapäivitysten jakamiseen kehitetty mobiilisovellus tarjoaa nykyään erilaisia mahdollisuuksia kuva- ja videosisällön jakamiseen. Vain Instagramiin käyttäjätilin luoneet yksityis- tai yrityskäyttäjät pystyvät jakamaan päivityksiä. Rekisteröityneen käyttäjän tekemä päivitys voi sisältää yhden tai useamman kuvan tai lyhyen videon. Päivitykset näkyvät käyttäjien kotivalikon virrassa eli feedissä, jonne nousee käyttäjän seuraamien muiden käyttäjien päivityksiä algoritmien mukaisessa järjestyksessä sekä sponsoroitua sisältöä eli maksettuja mainoksia. Instagram-päivityksissä ainoastaan kuva ei ole keskeisellä sijalla, sillä olennaisena osana päivitystä

kuuluu kuvaus eli kuvateksti. Tämä kuvien yhteydessä kulkeva kirjallinen aineisto selitti ja tulkitsi kuvaa (Herala 2015). Kuvatekstiin olennaisesti sisältyvät aihetunnisteet (käytetään myös avainsana tai hakutunniste, eng. hashtag), jotka merkitään #-merkillä tunnistesanan edessä. Sanastokeskuksen (Sanastokeskus TSK 2019) mukaan aihetunniste on “tunniste, joka liittää viestin tai keskustelun tiettyyn aiheeseen tai jonka avulla voi hakea tiettyyn aiheeseen liittyviä viestejä tai keskusteluja”. Nämä aihetunnisteet mahdollistavat päivitysten etsimisen sekä samalla linkittävät päivityksen osaksi muiden saman aihetunnisteiden luomaa kuvavirtaa.

Käyttäjätilit voivat olla joko yksityisiä tai julkisia. Lisäksi on olemassa yritystilejä, jotka ovat aina julkisia. Julkisten tilien päivitykset näkyvät kyseistä käyttäjää seuranneiden käyttäjien kuvavirrassa eli feedissä. Kuvavirrassa näkyy käyttäjän seuraamien tilien päivityksiä Instagramin taustalla vaikuttavien algoritmien muokkaamassa järjestyksessä. Mikäli käyttäjätili on julkinen, voi tämän päivityksiä tarkastella myös hakemalla kyseistä käyttäjätiliä tai löytämällä tilin päivityksiä esimerkiksi aihetunniste- tai paikkamerkintähaun kautta. Yksityisten käyttäjätilien sisältöä voi tarkastella, mikäli käyttäjä on jättänyt seurauspyynnön tilin omistajalle ja hänet on hyväksytty seuraajaksi. Yksityisten käyttäjätilien sisällöt näkyvät aihetunnistehaussa ainoastaan kyseistä tiliä seuraaville käyttäjille. Aihetunnistehaku on toiminto, jonka avulla voi tutustua tietyn aihepiiriin julkisiin päivityksiin myös muiden kuin oman kuvavirran käyttäjien osalta.

Instagram mahdollistaa nykyään tiettyjen aihetunnisteiden seuraamisen. Aihetunnisteita hakemalla voidaan saada näkyville useiden eri käyttäjien luomaa sisältöä kyseisestä aiheesta. Aihetunnisteiden seuraaminen voi olla hyödyllistä esimerkiksi tiettyä palvelua tai tuotetta myyvälle yritykselle, jotka aihetunnistetta analysoimalla voivat löytää keinoja erottua edukseen. Myös uusien seuraajien orgaaninen hankkiminen tapahtuu usein tiettyä aihetunnistetta hakeneitten käyttäjätilien huomion herättämällä. Näin voi tehdä esimerkiksi näiden päivityksiä kommentoimalla tai tiliä seuraamalla. Instagramin epäviralliseen etikettiin kuuluu vastavuoroinen toiminta. Jos joku seuraa tiliäsi, on

kohteliasta seurata tätä takaisin. Jos joku kommentoi päivitystäsi on kohteliasta kommentoida takaisin.

Aihetunnisteiden logiikan ja algoritmien ymmärtäminen on tärkeää Instagramia ja ihmisten käyttäytymistä Instagramissa tutkittaessa. Päivitysten kuvat eivät välttämättä näy muille käyttäjille niiden ajanmukaisessa julkaisujärjestyksessä, vaan ne järjestyvät algoritmeihin perustuen niin, että näytettävät kuvat vastaavat käyttäjien kiinnostuksen aiheita. Myös useita päiviä vanhat päivitykset saattavat nousta esiin suurten tykkääjämäärien ansiosta. Kuitenkin yli 70 % käyttäjän kuvavirtaan tulevista päivityksistä menee käyttäjiltä näkemättä ohi (York 2018; Instagram Press 2019).

Yhteisöpalvelu Instagramin käyttäjämäärä kasvaa yhä vauhdilla, vaikkakin nuoremmat käyttäjät näyttävät hiljalleen siirtyvän muualle. Kesäkuussa 2018 Instagramin käyttäjätilejä raportoitiin olevan yli miljardin. 13–17-vuotiaiden ryhmässä käyttäjäluvut tippuivat 3 % lokakuusta 2018 tammikuuhun 2019 aikana. Muut käyttäjäryhmät kasvoivat silti tasaisesti. Huhtikuusta syyskuuhun 2017 Instagramin käyttäjämäärä kasvoi yli 100 miljoonalla käyttäjätillä. (Statista 2018; We are social 2019) Kaikista Instagramin kuukausittaisista käyttäjistä 65 % on 18–34 vuotiaita nuoria (We are social 2019).

Sosiaalisen median käyttö markkinointikanavana kasvaa räjähdysnomaisesti. Vuonna 2014 Yhdysvalloissa sosiaalisen median markkinointiin käytettiin 7,52 miljardia dollaria, ja summan odotettiin nousevan lähes kymmenellä miljardilla vuoden 2019 loppuun mennessä. Yhä suurempi osa Instagramin kuvavirrassa näkyvästä materiaalista on maksettua mainontaa. Instagram on mainostajien käyttämistä sosiaalisen median kanavista toiseksi tärkein heti Facebookin jälkeen (Statista 2019). Tämän lisäksi Instagramille tyypillistä on vaikuttaja-toiminta. Vaikuttajat (eng. influencers) ovat usein julkisuuden henkilöitä tai muita suuren seuraajamäärään omaavia käyttäjätilejä. Vaikuttajat ansaitsevat elantonsa vaikuttajamarkkinoinnissa toimimalla. Varsinaisten

vaikuttajien lukumäärää ja näiden tuottamien tuotesuosittelujen sisältävien päivitysten määrää sekä varsinaisia vaikutuksia on vaikea arvioida. Vaikuttajamarkkinoinnin yleistyessä ja ammattimaistuessa, tällä on kuitenkin suora yhteys palvelussa julkaistavan materiaalin tason nousuun.

Instagramin käytölle oli aluksi tyypillistä, että kuvat on otettu älypuhelimien kameralla ja usein käsitelty joko puhelimen omalla kuvankäsittelyohjelmalla, tai Instagram-sovelluksen tarjoamien muokkausmahdollisuuksien ja filttareiden avulla (Weilenman 2013). Sosiaalisen median markkinoinnin yleistyessä, sisällöntuottajien ja vaikuttajamarkkinoinnin aikakaudella kuitenkin ammattimaisesti toteutetun sisällön määrä on jatkuvasti kasvussa. Valokuvat eivät enää ole pelkästään mobiilivälineillä tuotettuja kuvia, vaan joukossa on paljon järjestelmäkameroin ja studioympäristössä ammattimaisesti tuotettua kuvamateriaalia, jota on viimeistelty kuvankäsittelyohjelmien avulla.

## 2.2 Aihetunnisteista virtuaaliseksi yhteisöksi

Aihetunnisteita ja aihetunnistelistoja käytetään tieteellisessä kirjallisuudessa perinteisesti sisällön löytämisen helpottamiseksi. Myös erilaisissa verkkopalveluissa hakusanoja vapaamuotoisempia avainsanoja (aihetunnisteita) voidaan hyödyntää tiedon järjestämisessä ja löytämisen helpottamisessa. Varsinkin sosiaalisen median palveluissa ja blogeissa käyttäjien itse määrittelemät aihetunnisteet voivat olla hyvinkin vapaamuotoisia johdannaisia virallisemmista asiasanastoista. (Herala 2015)

Verkossa toimimiseen ja tiedonhaun helpottamiseen aihetunnisteet tulivat del.icio.us-verkkopalvelun mukana 2000-luvun alkupuolella. Flickr-kuvapalvelu oli kuitenkin ensimmäinen aihetunnisteiden kautta sisällön jakamiseen ohjaava sosiaalisen median palvelu. Flickrin toiminnan kautta huomattiin, miten aihetunnisteiden kautta tapahtuva

tiedon järjestely toimii myös yhteisöllisyyden luomisessa. (Smith 2008: 161–186) Nykyään aihetunnisteita hyödyntävät sosiaalisen median palveluista erityisesti Twitter, Facebook, Instagram sekä Pinterest, mutta haku aihetunnisteilla onnistuu lähes kaikissa yhteisöpalveluissa sekä blogeissa.

Aihetunnistelogiikan ymmärtäminen on tärkeää Instagramia hyödynnettäessä ja ihmisten käyttäytymistä Instagramissa tutkittaessa (Weilenman 2013). Aihetunnisteet ovat Instagramia käytettäessä olennaisia, jopa niin, että Instagram suosittelee niiden käyttöä, joskaan se ei ole pakollista. Instagram-sovelluksessa käytetään aihetunnisteista suomennosta *merkinnät*. Yhteen päivitykseen voi lisätä maksimissaan 30 merkintää. (Instagram 2019) Instagramista tietoa (sisältöä) haettaessa hakusanoina voi käyttää joko käyttäjätiliä tai päivityksille annettua aihetunnistetta tai paikkamerkintää. Sosiaalisen median sisältöä luodessaan käyttäjät ovat aktiivisia ei ainoastaan sisällöntuottajina ja -kuluttajina vaan myös yhteisöllisesti sisällön luokittelussa. Yhteisesti tuotettua sisältöä, joko tuotettua tai kohdattua, luokitellaan sen löytämiseksi. (Herala 2015)

Aihetunnisteiden mukainen luokittelu on Instagramissa ainoa tapa vapaaseen tiedonhakuun, mikäli ei halua etsiä tietyn käyttäjän tai tiettyyn paikkaan liittyviä julkaisuja. Erityistä on huomata, että muut päivitystekstin sisältämät sanat ilman #-merkkiä eivät toimi hakusanoina. Merkitsemällä, taggäämällä, kuvia ne voidaan saada näkyville niiden käyttäjien kuvavirroissa, jotka seuraavat tiettyä aihetunnistetta. Tämän lisäksi päivitykset näkyvät myös hakutoiminnossa niille käyttäjille, jotka kertaluontoisesti hakevat kyseistä aihetunnistetta. Instagramissa voidaan käyttäjätilien lisäksi seurata myös tiettyjä aihe- tai paikkatunnisteita.

Amesin ja Naamanin (2007) tutkimuksessa *Why we tag* kuvat merkittiin pääasiassa omiin tarkoituksiin, niiden järjestämisen helpottamiseksi, sekä kuvista kertomiseksi, että lisäkontekstin antamiseksi. Instagramissa avainsanat toimivat linkkeinä, niillä saadaan

kuville huomiota, kuvia jaetaan ja haetaan näiden avulla sekä tuodaan käyttäjää esille. Aihetunnisteilla on myös sosiaalinen merkitys, sillä niiden kautta käyttäjät identifioituvat osaksi tiettyä yhteisöä, esimerkiksi harrastajaryhmää tai alueellista verkkoyhteisöä (Weilenman 2013; Herala 2015).

Aihetunnisteet auttavat luomaan uusia kontakteja verkossa, sillä niiden avulla toisilleen tuntemattomatkin ihmiset löytävät yhteisen kiinnostuksen kohteen äärelle (Smith 2008: 182). Kommentteja aihetunnisteilla merkittyihin julkisiin päivityksiin voi saada ihmisiltä maailmanlaajuisesti. Erilaiset kuvan ympärille muodostuneet yhteisöt suhtautuvat kuviin hyvinkin eri tavoin: jotkut keskittyvät esteettiseen tai taiteelliseen kuvaan, kun taas osalle kuvaamista ja jakamista määrittävät kuvanottohetken tapahtumat (Miller & Edwards 2007).

Aihetunnisteiden käyttö ei kuitenkaan tähtää ainoastaan päivitysten luokitteluun. Joidenkin päivitysten yhteydessä käytetyillä aihetunnisteilla voi olla muitakin merkityksiä kuin päivityksen kuvan tai tekstin kommentointi ja luonnehdinta. Käyttäjät voivat lisätä päivityksiin aihetunnisteita, jotka liittyvät heidän omaan henkilökohtaiseen olotilaansa tai näkemykseensä, tai jotka ovat ns. pienen piirin vitsejä. Lisäksi aihetunnisteilla voidaan markkinoida, leikitellä tai osallistua erilaisiin arpajaisiin, kilpailuihin tai haasteisiin. (Herala 2015, McFedries 2013: 24) Joskus aihetunnisteet muodostavat koko päivitystekstin, jolloin lausemuotoisen kuvatekstin kunkin sanan eteen on merkitty #-merkki (katso kuva 1 sivulla 27).

Aihetunnisteiden ei tarvitse noudattaa tiettyä kielioppia tai olla jollain tapaa oikeakielisiä. Käyttäjät voivat muodostaa aihetunnisteita vapaasti. Samalla kun käyttäjä kirjoittaa hakusanaa, Instagram tunnistaa sanan ja ehdottaa käyttäjän mahdollisesti tarkoittamia jo olemassa olevia hakusanoja. Nämä ehdotukset näkyvät listana osoittaen samalla näiden tunnisteiden alla olevien päivitysten määrät. Tällöin käyttäjä näkee, millaisia samansuuntaisia aihetunnisteita muut käyttäjät ovat päivityksilleen antaneet.



**Kuva 1.** Aihetunnisteiden käyttö osana päivitystekstiä (@piilotettuaarre 2016)

Näin käyttäjän on helppo valita jo olemassa olevista aihetunnisteista, jonka yhteyteen haluaa oman päivityksensä liittää. Lisäksi Instagramin sovellus ehdottaa automaattisesti #-merkinnän jälkeen käyttäjän aiemmin lisäämiä aihetunnisteita.

### 2.3 Instagram ja analytiikka

Instagramin käytön markkinoinnissa lisääntyessä, myös työkalut toiminnan analysointiin ovat kehittyneet. Mittareita on paljon, mutta yleisimmin mitataan esimerkiksi käyttäjätilien ja tarinoiden seuraajien määriä sekä näiden osallistumista ja sitoutumista, julkaisujen vastaanottoa erilaisten mittareiden avulla sekä hakusanojen seuraamista. Isommassa mittakaavassa myös Instagramin kokonaiskäyttäjämäärän kehittymistä seurataan, käyttäjäkunnan siirtyessä muihin sovelluksiin.

Tämän tutkimuksen tulosten analysoinnissa olen hyödyntänyt verkkopohjaista kuukausimaksullista [www.analisa.io](http://www.analisa.io) -tekoälysovellusta, jonka tuottamat yksityiskohtaiset aihetunnistekohtaiset raportit tarjosivat tarkkaa tietoa tutkimukseni tueksi. Analisa-raporteista hyödynsin useiden eri mittareiden tietoja. Julkaisujen yleisömääriin liittyvät mittarit tarjosivat tietoa julkaisujen jakajien määrästä, julkaisun tehneiden käyttäjien julkaisujen kokonaismäärästä kyseisessä aihetunnisteessa, julkaisun nähneiden seuraajien määrästä sekä julkaisun näyttökerroista. Näyttökerrat eroavat julkaisun nähneiden seuraajien määrästä siinä, että näyttökertaan lasketaan mukaan myös esimerkiksi mainoksen nähneet käyttäjät tai ystävän aktiviteetin seurauksena julkaisun nähneet käyttäjät, vaikkeivat nämä varsinaisia käyttäjätilin tai aihetunnisteen seuraajia olisikaan. Päivitysten menestymistä seuraavat työkalut on kehitetty markkinointiviestinnän mittaamisen ja analysoinnin tueksi. Niiden erot voivat vaikuttaa keskivertokäyttäjistä vaikeilta ymmärtää.

Analisa-raportista poimin lisäksi julkaisujen vastaanottoa ja sitoutumista mittaavat tiedot, kuten julkaisujen määrä, tykkäysten määrä, kommenttien määrä, kumulatiivinen sitoutuminen (tykkäykset ja kommentit yhteensä) koko aihetunnisteelle. Lisäksi raportti erittelee aihetunnistekohtaisesti suurimman sitoutumisen (*engagement*), eniten tykkäyksiä, eniten kommentteja, eniten seuraajien näkyvyyttä ja eniten näyttökertoja (*impressions*) saaneen julkaisun lukumäärineen. Mielenkiintoista tietoa analyysin pohjaksi tarjosivat myös julkaisujen paikkamerkinnot, eniten käytetyt aihetunnisteet sekä julkaisutekstin yleisimmät sanat. Erityisesti markkinointiviestinnän tarpeisiin vastaa Analisa-raportin loppuosan vaikuttaja-analyysi, joka erittelee aihetunnistetta käyttäneiden käyttäjätilien vaikuttavuutta ja seuraajamääriä.

#### 2.4 Sosiaalinen media ja identiteetti

Identiteetti on käsitteenä monitahoinen. Yleisesti ottaen identiteetillä viitataan ihmisten

käsityksiin omasta itsestään, taustastaan ja persoonastaan. Identiteettejä voi olla samanaikaisesti useita ja ihmiset voivat identifioitua erilaisiin ryhmiin. Esimerkiksi olemme eurooppalaisia, pohjoismaalaisia, suomalaisia, yliopisto-opiskelijoita, vanhempia, jonka lisäksi identifioidumme vahvasti omaan ammatti- ja harrasteryhmäämme. Myös alueellisuus on yksi identiteetin aspekteista. Suomen Kulttuurirahaston ja ajatuspaja e2:n tutkimuksessa kuitenkin todettiin, että suomalaisten identiteetti on sukupuolesta, iästä tai asuinpaikasta huolimatta melko heterogeeninen (Pitkänen & Westinen 2018). Tutkimuksessa tosin tarkasteltiin suomalaisuuden alueellisia eroja, joiden vaikutukset identiteettiin osoittautuivat vähäisiksi.

Tässä alaluvun ensimmäisessä osassa perehdyn ensin identiteettiin käsitteenä, sen muodostumiseen sekä erityisesti identiteetin ja paikallisuuden yhteyksiin. Toisessa alaluvun osassa paneudun identiteetin ilmaisuun sosiaalisessa mediassa.

#### 2.4.1 Identiteetti rakentuu osasista

“Kuka minä olen” on kysymys, johon on monta vastausta. Ihmisellä ei olekaan yhtä ainoata vastausta siihen, sillä identiteettimme koostuu erilaisista osa-alueista ja meidän persoonallisuutemme ovat vaikuttaneet useat eri tekijät. Kulttuurin ja identiteetin tutkimuksen uranuurtaja, tutkija Stuart Hall (1999: 20) selittää identiteettien pirstaleisuuden niiden kehittymiseen vaikuttavien rakenteiden muovautumisella. Hallin mukaan tutkijoiden käsitys identiteetin synnystä voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen. Ensimmäisen käsityksen mukaan Hall nimeää vaiheen *valistuksen subjektiksi*. Ihminen on jo syntyessään yksi yhtenäinen yksilö, jonka olemus ei kasvun ja elämän myötä muutu. Seuraavassa sosiologisen subjektikäsitteilyn vaiheessa tutkijat alkoivat huomioimaan modernisoituvaa ja monimutkaistuvaa maailmaamme sekä näiden vuorovaikutussuhteiden muutoksen vaikutuksia yksilön identiteettiin. Myös kulttuuristen arvojen vaikutus otettiin huomioon. Nykyään postmodernin subjektikäsitteilyn aikana ihmisen identiteetti määritellään liikkuvaksi. Identiteettejä voi

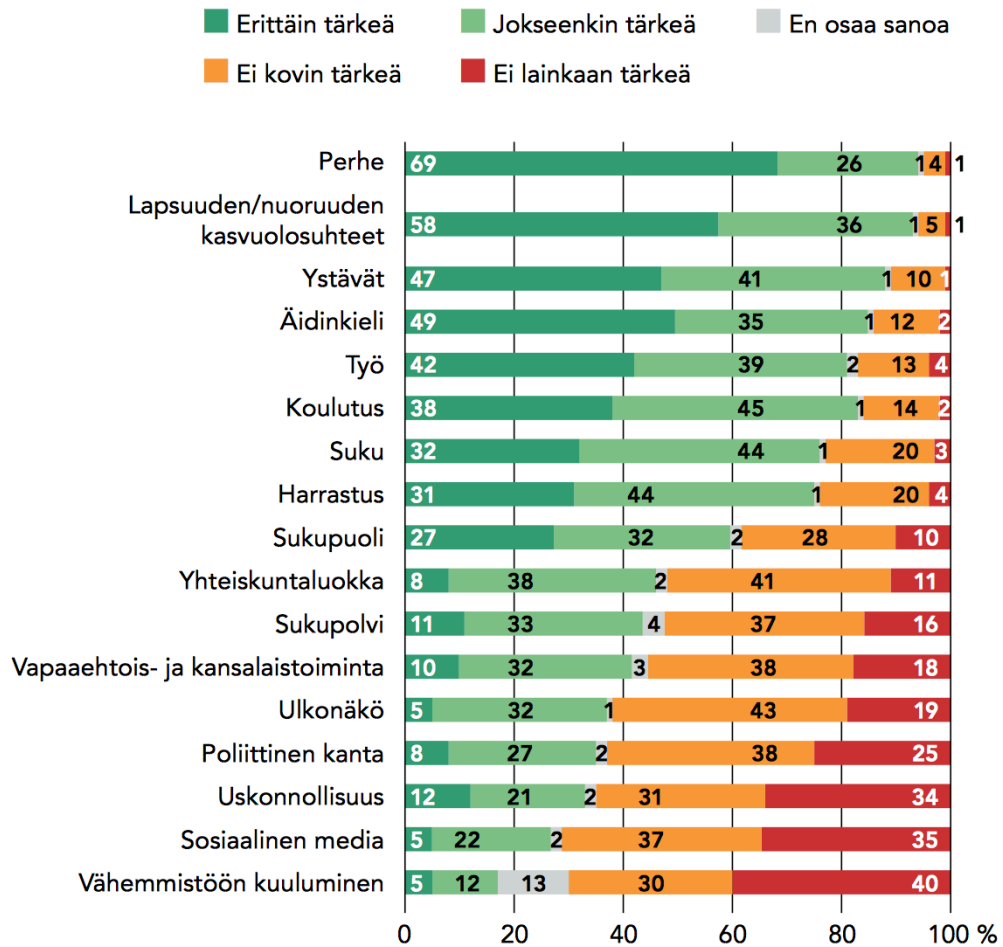
Hallin mukaan olla useita erilaisia eri aikoina, ja ne muovautuvat niissä vuorovaikutussuhteissa ja kulttuurisissa järjestelmissä, joissa ihminen on osallisena. Yhtä täysin yhtenäistä identiteettiä ei ole, vaan eri roolit voivat olla keskenään ristiriitaisiakin. (Hall 1999: 20–23)

Perinteisissä identiteettiteorioissa on korostettu yksilön omaa roolia identiteetin luomisessa, joskin identiteetti rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa kun yksilön arvoja ja uskomuksia peilataan, neuvotellaan ja omaksutaan suhteessa yhteisön arvoihin ja uskomuksiin. Myös lapsuuden ja nuoruuden kasvuympäristöt jättävät meihin jälkensä. Ihmiset identifioituvat niihin sosiaalisiin yhteisöihin ja kategorioihin, jotka antavat heille merkityksellisyuden kokemuksen. (Waterman 1999; Swan 2005)

Yksilön rooli korostuu, kun identiteetin muodostumista tarkastellaan neuvotteluna, jossa muun muassa prosessin kielellisyys nousee tärkeään asemaan. Identiteetti on tietoisien prosessien alati muuttuva tulos. Identifioidumme erilaisiin sosiaalisiin ryhmiin sekä alueisiin. Roolimme voivat olla päällekkäisiä, puhutaankin ihmisen identiteeteistä monikossa. Pitkäsen ja Westisen analyysi (2018) nostaa esille identiteetin muovautumiseen vaikuttavina tekijöinä yksilön lähipiirin (perhe, suku, ystävät, lapsuuden/nuoruuden kasvuolosuhteet), elinpiirin (työ, koulutus, harrastus, vapaaehtois- ja kansalaistoiminta, sosiaalinen media), ryhmäpohjaisten kategorioiden merkityksen (yhteiskuntaluokka, sukupuoli, äidinkieli, sukupuoli, vähemmistö) sekä yhteiskunnallisen orientaation ja vakaumuksen (poliittinen kanta ja uskonnollisuus). Näistä haastattelun mukaan tärkeimmiksi identiteetin kannalta osoittautuivat perhe, lapsuuden ja nuoruuden kasvuolosuhteet sekä ystävät (katso kuvio 2 sivulla 31). (Pitkänen & Westinen 2018)

Vaikka lapsuuden ja nuoruuden merkitystä identiteetin kehittymiselle ei voi vähätellä, eivät varhaiset kokemukset kuitenkaan täysin determinoi identiteettiä, vaan vaikuttavia tekijöitä on monia. Pitkäsen ja Westisen kysely vastaajien arvioista oman identiteetin

muodostumiseen vaikuttavista tekijöistä vahvistaa tämän. Tutkimuksessa todettiin, että vastaajien identiteetti saattoi kehittyä lähtökohdista vastakkaiseen suuntaan. (Pitkänen & Westinen 2018) Kuitenkin lapsuuden ja nuoruuden kokemukset kulkevat osana ihmistä, minuuden juurina ja peilinä (Roth & Pasanen 2017).



**Kuvio 2.** Identiteettiin vaikuttavat tekijät (Pitkänen & Westinen 2018: 11)

Identiteetin ytimessä on pohdinta siitä mistä olen kotoisin, minne kuulun. Pitkäsen ja Westisen tutkimuksen (2018) mukaan suomalaisten identiteettejä määrittelevät vahvasti myös lähiympäristö, kotikunta ja maakunta. Vastaajista kaksi kolmasosaa koki lapsuuden kasvuympäristön sekä nykyinen asuinseudun tärkeäksi, olipa kyseessä sitten

maaseutu- tai kaupunkiympäristö. Mielenkiintoista oli, että maakuntaa identiteettinsä kannalta keskimääräistä tärkeämpänä pitäneet ihmiset olivat varttuneet Etelä- ja Pohjois-Karjalassa, Etelä-Pohjanmaalla, Pohjanmaalla ja Lapissa. Vahvan maakunnallisen identiteetin kokemiseen liittyy myös edelleen voimissaan oleva heimoajattelu, eteläpohjalaisista jopa 75 % kokee kuuluvansa eteläpohjalaisten heimoon. (Pitkänen & Westinen 2018)

Kuluneiden vuosikymmenten aikana globalisaation vaikutuksia ihmisten identiteetteihin on arvailtu, pohdittu ja tutkittu. Globalisaation myötä tapahtuvan kansalliset rajat ylittävän yhtenäistävän muutosvoiman ajateltiin olevan uhkaksi kansallisille identiteeteille. Kulttuurien erityispiirteet haihtuvat, kun samoja hyödykkeitä kulutetaan kaikissa maanosissa ja ihmisten “lyhentyneet yhteydet” lisäävät ajatusten, ideoiden ja tavaroiden vaihtoa. Myös mediassa jaetaan pitkälti samoja tarinoita. Vaikka Hall (1999) oli itsekin sitä mieltä, että identiteetit tulevat kokemaan paineita ylikansallisuuden vaikutuksia vastaan taistellessaan, toisaalta hän osoitti, että se saattaa herättää vastareaktion lisääntyneen kiinnostuksen paikallisuuteen. Filosofin Michael Sandelin (1996: 349) totesi paikallisiin yhteisöihin liittyvän identiteetin pysyvän vahvana globalisaation kynsissä:

The global media and markets that shape our lives beckon us to a world beyond boundaries and belonging. But the civic resources we need to master these forces, or at least to contend with them, are still to be found in the places and stories, memories and meanings, incidents and identities, that situate us in the world and give our lives their moral particularity.

Identiteetti määrittyy ja vahvistuu myös sen mukaan millaisiin ryhmiin henkilö kuvittelee olevansa osallinen. Sanalla kuvitella on tässä erityinen merkitys, sillä on yhteisöjä, joihin ei tarvitse syntyä voidakseen olla osa niitä. Näitä kuviteltuja yhteisöjä yhdistää se, että ryhmän sosiaalinen maailma on tuotettu mielikuvien avulla ja kautta. Kuvittelun yhteisön todellisuus rakentuu ja muokkautuu yhteisesti koettujen symbolien välityksellä käytävään vuorovaikutukseen. Nämä yhteiset symbolit voivat olla

pienimmässä merkityksessään yksittäisiä merkkejä, mutta myös asioita, kuvia ja jaettuja aatteita, joilla rakennetaan kuvitellun materiaalia. (Sumiala 2010: 9-11)

#### 2.4.2 Identiteetit vahvistuvat sosiaalisissa yhteisöissä

Pitkäsen ja Westisen tutkimuksessa korostui kuviteltujen yhteisöjen rooli ihmisen identiteetin rakennusosana. Kaikissa ikäryhmissä yli 20 prosenttia vastaajista arvioi sosiaalisella medially olevan jokseenkin tärkeä tai tärkeä rooli identiteetin kannalta (Pitkänen & Westinen 2018). Tulosta voidaan tarkastella yksinkertaisesti median minuuden muovautumiseen vaikuttavan roolin näkökulmasta, jolloin on kyse siitä millaisia sisältöjä mediassa ylipäättään kulutetaan ja miten ne vaikuttavat minuuden kehitykseen. (Roth & Pasanen 2017) Toisaalta olisi epäjohdonmukaista jättää huomiotta sosiaalisessa mediassa vietetty aika ja ihmisen tarve olla esillä ja vuorovaikutuksessa näissä kuvitteellisissa sosiaalisen median yhteisöissä. Sosiaalisen median alkutaipaleilla vuonna 2005 Helsingin Sanomien vieraskynäilijä kirjoitti: ”Blogien kirjoittajat hakevat hyväksyntää identiteetilleen.” Teppo Sintonen arveli yksilön identiteetin tulleen peilatuksi agraariajan kyläyhteisön sosiaalisessa kanssakäymisessä, kun taas nykyään tunnustamme identiteettimme tekemällä arkisesta yksityiselämästä julkista ja haemme kokemusta merkityksellisyydestä. (HS 24.12.2005)

Useita sosiaalisen median yhteisöjä yhdistää nimenomaan se, että ryhmien sosiaalinen maailma on tuotettu ei-fyysisten toimenpiteiden ja rajoitteiden puitteissa, mielikuvien avulla ja kautta. Nämä ihmisille heidän arjessaan erittäin todelliset ja tärkeässä asemassa olevat kuvitellut yhteisöt eivät kuitenkaan ole jaettua illuusiota, edes sellaisten tärkeiden ajattelijoiden kuin Lacan tai Anderson mielestä. Kuvitellut yhteisöt vaikuttavat tapamme toimia, käyttää aikaamme ja täten osittain ohjaavat elämäämme ja tulevat todeksi. (Sumiala 2010: 9–11) Kiinnostavaa on pohtia, miten media, erityisesti sosiaalinen media, liittää meidät toisiimme erilaisiksi yhteisöiksi, joissa oma minuus vahvistuu yhteisössä toimimisen kautta. Huomattavaa on, että näissä yhteisöissä

yhteenkuuluvuus rakentuu sosiaalisen median välittämien ja siellä rakentuvien tapahtumien, visuaalisuuden ja tarinankerronnan ympärille. (Sumiala 2010: 14)

Digitaalisen kulttuurin väitöstutkimuksessaan Sari Östman (2015) nimeää sosiaalisessa mediassa toimimisen elämänjulkaisemiseksi. Tällä hän kattaa kaiken sosiaalisessa mediassa tapahtuvan julkaisutoiminnan, jossa yksityisestä tehdään julkista, arjen tarinoiden ja elämän kuvien jakamista joko julkisesti tai omien seuraajien joukolle. Kun sosiaalisessa mediassa vietetty aika kasvaa, tulee sosiaalisen median “minästä” olennainen osa henkilön identiteettiä. Arjen toimintaa ajatellaan ja suunnitellaan etukäteen someminuuden kautta, visuaalisuutta ja esittävyttä silmällä pitäen. Elämänjulkaisu on omaa identiteettiä esittelevää toimintaa, johon odotetaan reaktioita lukijoilta. Toiminta tapahtuu verkkoympäristössä, tietyn yhteisön sisällä, vuorovaikutuksessa kyseisen yhteisön muiden jäsenten kanssa, suhteessa muiden yksilöiden julkaisuihin. (Östman 2015)

Identiteetin muodostuminen on aktiivinen, sosiaalinen ja vuorovaikutteinen prosessi, jonka aikana hankimme tietoa siitä, keitä olemme, keitä muut ovat, keitä he ajattelevat meidän olevan, keitä haluaisimme heidän ajattelevan meidän olevan ja niin edelleen. (Jenkins 2008: 5). Prosessin aikana vertailemme itseämme muihin, määrittelemme eroja ja samankaltaisuuksia, joiden perusteella joko kuulumme tai emme kuulu joihinkin yhteisöihin. (Jenkins 2008: 16–17, 101) Osana tätä prosessia esittelemme havaintojamme omalle yhteisöllemme verkossa, jossa jakiamme kokemuksia pohditaan, kommentoidaan ja uudistetaan edelleen (Östman 2015: 35).

### 3 VIESTINTÄ KULTTUURISENA RITUAALINA

Viestintää on perinteisesti tulkittu kolmen eri koulukunnan ja näiden näkemysten kautta. Ensimmäiset viestinnän teoreetikot näkivät viestinnän sanomien siirtämisenä lähettäjältä vastaanottajalle. Tätä prosessikoulukuntaa edustivat muun muassa Shannon ja Weaver. (Åberg 2018). Toinen perinteinen tapa nähdä viestintä on tulkita se merkitysten siirtämisenä. Tätä semioottista koulukuntaa edustavat näkemyksillään muiden muassa de Saussure ja Peirce sekä myöhemmin Roland Barthes, jonka semioottiseen merkityksen muodostumiseen perehdytään hieman tarkemmin luvussa neljä. Kolmas koulukunta näkee viestinnän yhteisöllisyyden tuottajana ja sen ylläpitämisen keinona sekä identiteetin rakentamisena ja vahvistajana. Tämä näkökulma tarkastelee viestintää rituaalina. (Åberg 2018)

#### 3.1 Yhteisöjä luodaan viestinnän rituaaleissa

Mediavälitteistä yhteisöllisyyden tuottamista on tarkasteltu myös antropologisessa mediatutkimuksessa, jonka juuret juontavat jo 1900-luvun alkupuolelle Pohjois-Amerikkaan. Sen ensimmäiset vuosikymmenet keskittyivät tutkimaan sitä miten joukkoviestimet ylläpitävät yhteisöllisyyttä. (Sumiala 2010)

Rituaalisen koulukunnan yksi tärkeimmistä edustajista lienee James W. Carey, joka näkee viestinnän symbolisena prosessina, jonka avulla tuotetaan, muutetaan ja ylläpidetään yhteistä sosiaalista todellisuutta (Carey 2009). Esseessään Carey ammentaa visuaalisen kulttuurin, filosofian ja viestinnän teoreetikoilta ja edeltäjiltään kuten Harold Innis, Marschall McLuhan ja John Dewey. (Sen 2017)

James Careylle ei niinkään ollut merkityksellistä viestin välittämä tieto kuin se mitä tiedon jakamisella voidaan vahvistaa ja luoda. Professori Mikko Villin (2010) mukaan

Careyn teorian keskeisessä osassa ovat käsitteet kuten jakaminen, osallistuminen sekä yhteisö. Careylle yhteiskunta on olemassa nimenomaan viestinnässä, ja sen rituaalinomaisissa keskusteluissa, joissa yhteiskuntaa toteutetaan ja uusinnetaan. Informaation jakaminen pitää yhteiskuntaa koossa ja muodostaa tälle perustan. (Åberg 2018, Sen 2017: 473–475) Tällaisena vahvistavana rituaalina voidaan ajatella esimerkiksi perheen kokoontumista Salattujen elämien tai Kymmenen uutisten äärelle, jaettua tarinaa Suomesta turvallisena ja puhtaana maana tai esimerkiksi Facebookin kautta (puoliautomatisoidusti) syntymäpäiväonnitteluita lähettäviä ystäviä. Myös osallistuminen ajankohtaiseen verkkokeskusteluun tietyn aihetunnisteen alla voidaan tulkita rituaalien kautta yhteiskuntaan osallistumiseksi.

Careyn yhteisöllisyyttä ja antropologiasuuntautuneiden tutkijoiden mukaan jopa perinteitä ja kasvokkaisia kohtaamisia korostava teoria on syntynyt aikana ennen internetiä (Careyn artikkeli on kirjoitettu 1975). Silti hänen rituaalista viestinnän näkökulmaansa voidaan soveltaa myös verkottuneessa yhteiskunnassa ja virtuaalisen viestinnän tarkastelussa (Villi 2010). Senin (2017) näkemyksen mukaan digitaalisen maailman rituaaliset ja repetitiiviset toimintatavat ja protokollat voivat jopa tukea henkilön *offline selfiä*, verkon ulkopuolista minuutta. Samaa ajatusta verkon ulkopuolisen identiteetin vahvistamisesta tukee Östman (2015) väitöskirjassaan. Carey antoi alkuperäisessä teoriassaan näille viestinnällisille rituaaleille ison roolin ja näki viestinnän oppi-isänsä Innisin mukaisesti suoranaisesti mielen jatkeena (Sen 2017).

Villi (2012) näkee Careyn teorian vahvuuden nimenomaan viestinnän rituaalisten, yhteisöllisyyttä vahvistavien käytänteiden luojana. Tällöin Careyn näkemykset ovat myös sovellettavissa mobiiliviestinnän aikakaudella sosiaalisen median maailmassa, myös yksittäisten ihmisten välillä sekä ei-fyysisessä maailmassa. Edelleen, tärkeää ei ole niinkään se, millä sanoin esimerkiksi tekstiviesti jotain asiaa ilmaisee, vaan se, että viesti ylipäättään lähetetään (Villi 2012, Ling 2007: 199). Se missä palvelussa viesti lähetetään, ja mihin kontekstiin se vaikkapa aihetunnistein liitetään, muodostaa

eräänlaisen käyttäjien verkkoyhteisön. Yhteisö ei ole välttämättä fyysinen, vaan kuvitteellinen yhteisö, joka on olemassa vain sen käyttäjien jaetuissa uskomuksissa. Verkkoyhteisöä uusinnetaan ja ylläpidetään Careyn kuvailemien yhteiskunnan ja perinteisten sosiaalisten verkostojen rituaalisen tuottamisen keinoin.

Keskeisessä osassa Careyn teorian muodostumista on keskustelun viestinnällinen arvo. Careyn oppi-isän Deweyn mukaan yhteiskunta on olemassa viestinnässä. Careyn rituaalinen teoria vie ajatusta puolestaan pidemmälle ja toteaa viestinnän tärkeimmän metaforan piilevän keskustelussa. Koska kahden henkilön välinen keskustelu sisältöineen ei kuitenkaan voi toimia sosiaalisen todellisuuden pohjana, oli Careyn katsottava laajemmalle ja nimettävä jokin toinen yksikkö, jonka varaan teoriansa rakentaa. Keskustelussa kohdatessaan kaksi henkilöä rakentavat sosiaalista todellisuutta yhteisen kielen ja puheen avulla. Careyn teoriaa tutkinut Sen (2017: 474) nimeää keskustelun eräänlaiseksi proto-rituaaliksi. Sen toteaa yhteisöllisyyden perustuvan jatkuvaan rituaalien määrittelyyn ja uusintamiseen, jonka kautta sosiaaliseen järjestykseen perustuvat ihmisten väliset suhteet muotoutuvat. Jopa itse rituaalinen tapahtuma itsessään on epärelevantti. Rituaalin merkitys piilee siinä, että se tekee siihen osallistujasta subjektin, tekijän, jolla on esineellistetty rooli rituaalin tarkkailijana tai osallistujana. (Sen 2017: 473–475)

### 3.2 Instagram-päivitysten rituaalisuus

Informaatioteknologian, verkottuneen yhteiskunnan ja sosiaalisen median aikakaudella rituaalit toteutuvat niille ominaisessa ympäristössä. Tietojenkäsittely ja verkossa toimiminen mahdollistavat ympäristön, jossa toimimisessa keskeistä ovat tykkäämisestä, seuraamisesta, jakamisesta ja etsimisestä koostuvat digitaaliset toiminnot. Olennaista näille, kuten kaikille rituaaleille on niiden toistuvuus ja säännönmukaisuus. (Sen 2017: 477) Sosiaalisessa mediassa tärkeintä onkin juuri

aktiivisten käyttäjien yhdessä tuottama sisältö ja sen jakamisen kautta keskusteluun osallistuminen. Keskusteluihin osallistutaan julkaisemalla päivityksiä sosiaalisen median käyttäjän omalla “seinällä” sekä erilaisissa aiheiden mukaan järjestäytyneissä ryhmissä. Rituaalisesti tarkastellen statuspäivitykset luovat ryhmään yhteisöllisyyden tuntua ja jaettuja merkityksiä (Villi 2010). Oma päivitys voidaan liittää osaksi laajempaa keskustelua ja suurempia yleisöjä aihetunnisteiden avulla. Heralan (2015) mukaan luokittelevat luomaansa ja kohtaamaansa sisältöä helpottaakseen sen löytymistä.

Villi käsitteli väitöskirjassaan visuaalista mobiiliviestintää rituaalisen teorian viitekehyksen kautta. Villin tuolloin uuteen kännykkäviestinnän visuaalisoitumisen ilmiöön soveltama teoria toimii erinomaisena pohjana myös 2020-luvun sosiaalisen median rituaalisen viestinnän tarkastelulle. (Villi 2010) Vaikka Villin laadulliseen kirjallisuus-katsaukseen pohjaava teoria käsitteli lähinnä kuvaviestinä lähetettyjen kuvien jakamista, on tutkimuksella käyttöä myös verkkopohjaisen, sosiaalisessa mediassa kohtaavan yhteisön rituaalisen toiminnan tarkastelussa.

Mielenkiintoinen analogia nousee esille, kun kuvien jakamista verrataan postikorttien lähettämiseen ystäville. Aikoinaan postikortteja lähetettiin kertomaan vastaanottajilleen, että lähettäjä oli käynyt jossain, oli edelleen olemassa tai vaan ajatteli kortin vastaanottajaa. Osallistuminen keskusteluun, “visuaaliseen jutusteluun” verkkopohjaisissa yhteisöissä voi toimia saman rituaalin ilmentymänä; yhteinen jaettu merkitys voi olla syy siihen, miksi käyttäjät sekä kuvaavat että jakavat yhteisölleen merkityksellistä sisältöä. Merkityksellisyyttä voidaan julkaisuille hakea myös julkaisujen tunnearvosta, siitä miten vastaanottaja mahdollisesti liikuttuu ja kokee yhteyttä viestin lähettäjään. (Villi 2010)

Alkuperäisessä artikkelissaan, rituaalisessa teoriassaan, Carey yhdisti käsityksensä viestinnästä sellaisiin sanoihin kuin *jakaminen*, *osallistuminen*, *mielikuva* ja *toveruus* (omia vapaita suomennoksiani). Rituaalisen teorian mukaan, Villin esimerkkiä tässä

käyttäen, tärkeintä ei ole se, mitä kuvaviestin tai postikortin teksti ilmaisee. (Anderson 2011) Merkityksellisimmäksi viestinnälliseksi teoksi tässä yhteydessä nousee se, että viesti ylipäättään on lähetetty osana perinnettä, jossa kuvia tai postikortteja lähetetään itselle merkityksellisistä paikoista. Andersonin (2011) mukaan tätä samaa viestinnän rituaalista tulkintaa voidaan helposti hyödyntää myös digitaalisten artefaktien aikakaudella, vaikka Carey itse ei niistä ollutkaan tietoinen. Careyn teoriassa päivittäin koteihin jaettavan sanomalehden tärkeintä antia eivät olleet uutiset, vaan sen päivittäisyys, sekä kokonaisuudessaan sanomalehden tapa muokata käsitystämme ympäröivästä maailmasta. (Anderson 2011: 92–93) Samalla tavalla Instagramiin julkaistut kuvapäivitykset eivät yksittäin kannu niin suurta viestinnällistä arvoa kuin itse niiden julkaisemiseen liittyvän rituaalin toistuminen. Rituaalin toistumisen lisäksi olennaista on sosiaalisen median päivityksissä on kaikkien kohtaamiemme julkaisujen tapa vaikuttaa käsityksemme todellisuudesta.

Sosiaalisen median julkaisujen vaikutuksista todellisuuskäsityksiimme lähestyy muun muassa Anderson (2011). Hänen tutkimuksensa Greenin “veljesvloggaajista” (@vlogbrothers) huomioi, miten kaukana toisistaan asuvien veljesten päivittäin You Tubeen tekemien vlogipäivitysten puheenaiheena ovat ajankohtaiset asiat muokkaavat kanavan seuraajien maailmankuvaa. Kun veljekset käsittelevät tiettyä asiaa videoissaan, puheenaiheena olevat asiat tulevat luonnollisesti osaksi katsojien kokemaa maailmaa. Tällöin aiheista tulee katsojille jotain, johon he omassa todellisuudessaankin kiinnittävät huomiota. (Anderson 2011: 94)

Kahden veljeksien vlogilla on yli 3,3 miljoonaa seuraajaa (Andersonin artikkelin kirjoittamisen aikoihin 500 000), joille päivittäisestä videoviestistä ja sen sisältämästä “draamasta” (Carey 2009) on tullut rituaali. Samalla tavoin Instagramin käyttäjille, siellä toimiville elämänjulkaisijoille sekä näiden seuraajille päivitysten jakamisesta on muodostunut rituaali, jonka vuorovaikutusten luomassa verkossa käyttäjien identiteetti ja käsitys ympäröivästä maailmasta vahvistuu, muovautuu ja uudelleenmäärittyy.

Careyn teorian rituaalisuus pätee Instagramissa myös päivitysten uudelleenjakamiseen. Rituaalisen viestinnän tarkoituksessa luotu yhteisön jaetuista merkeistä koostuva symbolinen viestinvaihto on myös itse uusintamisen kohteena, kun päivityksiä jaetaan tarinoihin tai “repostataan”. Symbolit ja merkit, joihin yleisö Instagramissa samaistuu, saavat uuden roolin käyttäjänsä identiteetin vahvistajana, heidän omiin tarkoituksiinsa liitettyinä sekä käyttäjänsä suorittaman rituaalin kautta yhteisön vahvistajana. (Carey 2009: 15; Anderson 2011: 95; Adami & Jewitt 2016: 266)

Careyn teoriaa soveltaen tämän tutkimuksen analyysistä nousevat merkitykset, symbolit ja merkit ovat niitä, joita pohjalaisuuden aihetunnisteilla varustettuna jaetaan Instagramissa. Päivityksiä jakaessaan käyttäjät rituaalinomaisesti osallistuvat omilla sisällöillään oman yhteisönsä rakentamiseen ja muokkaamiseen, sosiaalisen identiteetin vahvistamiseen.

## 4 KUVAN TULKITSEMISEN MAHDOLLISUUDET

Tässä luvussa käsittelen tarkemmin kuvan tulkitsemiseen tarjolla olevia teoreettisia välineitä, joita olen tutkimuksessani hyödyntänyt. Valokuvan tutkimuksessa on sovellettu usein joko semioottisia lähestymistapoja tai vapaamman tulkinnan sallivia laadullisia välineitä, joita on hyödynnetty varsinkin taiteiden tutkimuksessa. Koska tarkastelen tutkimuksessani aineiston määrällistä luonnetta ja näiden aiheiden esittävyttä, olen hyödyntänyt ensin sisällönanalyysiä, jonka avulla kuvien aiheet saadaan luokitelluksi ja eritellyksi. Vasta erittelyn jälkeen päästään aineiston semioottiseen analyysiin.

### 4.1 Sisällönanalyysi kuvantutkimuksen välineenä

Suuri osa kuvantutkimuksen metodeista keskittyy laadulliseen tutkimukseen. Semioottinen sisällönanalyysi on luonteeltaan laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Tällöin tutkitaan sitä, mitä kuva esittää tai mitä sillä on haluttu kertoa; keskitytään kuvien merkityksiin ja niiden tulkintaan, ollaan semioottisen sisällönanalyysin eli kuva-analyysin äärellä (Seppä 2012: 20–24). Kuvan merkitysten tarkastelu vaatii katsojaltaan siihen piilotettujen aika- ja kulttuurisidonnaisten viittausten löytämiseksi ja analysoimiseksi (Anttila 2005: 368). Visuaalista aineistoa voi kuitenkin tutkia myös määrällisin keinoin. Kvantitatiivista tutkimusta edustaa tämän tutkimuksen alkuvaiheessa käyttämäni sisällönanalyysimenetelmä, jonka avulla olen määrällisesti listannut kuva-aineistoni esittämiä aiheita.

Semioottinen kuva-analyysi ja kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetty sisällönanalyysi ovat ensimmäiseltä vaiheeltaan lähes yhdenkaltaisia. Ensimmäisessä vaiheessa tunnistetaan mitä kuva esittää, lähestytään sen denotatiivista tasoa kuvailemalla tarkasti kuvan sisältöä ja sitä mitä tosiasiallisesti kuvassa voidaan havaita. Denotaatio on sitä,

mitä erilaisista kulttuuritaustoista tulevat katsojat pystyvät ajasta ja ajankohdasta riippumatta tunnistamaan, esimerkiksi siis ihminen, auto, kasvi, kukka. (Anttila 2005: 370)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kuvan sisällöt jaotellaan ennen tutkimusta määriteltyihin sisältöluokkiin ja muuttujiin. Tämän jälkeen valitun elementin esiintymiä aineistossa lasketaan. Lisäksi kirjataan ylös elementtien mahdolliset variaatiot tai yhdistelmät. (Seppä 2012: 212–216) Numeeriset arvot saavien muuttujien avulla pyritään osoittamaan mediakuvaston säännönmukaisuuksia ja lainalaisuuksia muuten vaikeasti luokiteltavissa olevasta visuaalisesta aineistosta. Näin saadaan esille aineiston visuaaliset esiintyvyydet ja rakenteet. (Seppä 2012: 20–24, Seppänen 2005: 144) Semioottinen kuva-analyysi jatkaa tästä pidemmälle. Sen seuraavissa vaiheissa eritellään kuvasta lisäksi konnotatiivinen sekä henkilökohtainen taso. Kuva-analyysissä täytyy ottaa huomioon, että tutkijan ja kuvan katsojan konnotaatiot ovat erittäin läheisesti kulttuurisidonnaisia, ja riippuvat kuvan tutkijan aiemmasta tiedosta ja kokemuksista. (Anttila 2005: 370–373)

#### 4.2 Barthesin semiotiikka

Semioottisen kuvantutkimuksen siteeratuimpia teoreetikoita lienee ranskalainen Roland Barthes (1988), joka Kuvan retoriikkaa -esseellään vakiinnutti itselleen valokuvatutkijan aseman. (Seppä 2012: 128–129; Seppänen 2005: 107) Visuaalinen semiotiikka pohjaa semiotiikan oppi-isien de Saussuren ja Peircen kielentutkimuksen teorioihin kielellisistä merkeistä. Koska kuvantutkimukseen tarvitaan osittain erilaista lähestymistapaa kuin kielentutkimuksessa, kehittivät sekä Barthes että tämän aikalainen filosofi Susanne Langer tätä teoriaa eteenpäin. Molemmat totesivat, että koska visuaalisilla medioilla ei ole kielioppia, täytyy visuaalisia tekstejä tulkita toisenlaisista lähtökohdista käsin. (Seppä 2012: 128–129, 145–150; Seppänen 2005:

107–108) Sittenmin on yritetty myös hahmotella visuaalista kielioppia (ks. Kress & van Leeuwen 1996).

Ensimmäiseksi kuvan katsoja lukee kuvasta siihen sisältyvän tekstin eli lingvistisen aineksen. Barthesin mukaan tämä teksti ankkuroi kuvaan sen kokonaismerkityksen. Lingvistisen tason esittelyn lisäksi Barthes nimeää tällä tasolla ilmenevät kaksi erilaista merkitystasoa; denotaation ja konnotaation. (Barthes 1988; Seppänen 2005) Barthesin teoriassa denotatiivinen taso ilmaisee asian, kuvan tai tekstin ilmimerkityksen ja sen yleistiedollisen tason kantaman merkityksen. Nämä asiat ovat ikäänkuin tosia, sillä ne voidaan helposti nähdä kuvassa, erottaa tekstistä. Toisin sanoen denotatiivisen tason asiat ovat ne asiat, jotka jäävät jäljelle kun kuvista on poistettu niiden konnotatiiviset, kulttuuriin ja aikaan liittyvät merkitykset. (Barthes 1988: 81; Anttila 2006: 370, 373)

Barthes totesi konnotaatioiden eli kuvan herättämien henkilökohtaisten, aikaan ja sosiokulttuuriseen kontekstiin sidonnaisten mielikuvien olevan osa toisen asteen merkityksenantoa, jossa hyödynnetään denotaatiossa eriteltyjä merkkejä. Konnotaatiossa tulkitaan kuvan herättämiä tunnusmerkkejä, niiden luonnetta sekä niiden muokkaamaa ja eteenpäin välittämää merkitystä. (Anttila 2005: 370–373) Konnotatiivinen taso vaatii kulttuurisen viitekehyksen ymmärrystä, kykyä tulkita kyseisen kehyksen viittauksia. (Seppä 2012: 148) Tämä kyky liittyy läheisesti tulkitsijan esitietoihin: omaan taustaan ja kulttuurisiin kokemuksiin, elettyyn ja kokemusperäiseen tietoon, jonka kautta erilaiset miellelyhtymät syntyvät sekä näiden aiheuttamiin tunteisiin. Tästä syystä konnotatiivisten tulkintojen määrä eri ihmisillä vaihtelee. Konnotatiivisen tason tulkinnat tarvitsevat tuekseen erilaisia käytännön, kansallisia, kulttuurisia ja esteettisiä viitekehyksiä, kykyä tulkita kulttuurisia viittaussuhteita. (Barthes 1988: 85; Seppä 2012: 148)

Konnotatiivinen taso voidaan jakaa metonymisiin ja synekdoottisiin merkkeihin. Metonymisissä merkeissä yhdistyy kaksi erilaista merkitystä, kuten esimerkiksi

puukko ja pohjalaisuus, jolloin pelkkä puukko riittää viittaamaan pohjalaisuuteen. Metonyymiset merkitykset syntyvät kun korvataan konkreettinen abstraktilla, omistaja omistetulla tai syy seurauksella. Synekdoottisen merkin toiminnasta esimerkkinä pohjalaisuudessa kävisi viininpuna-harmaan värin viittaaminen pohjalaisuuteen (laajemman kokonaisuuden osa), tai esimerkiksi kielikuva, jolla viitataan johonkin yleisempään, kuten vaikkapa “lyödä hanskat tiskiin” (lopettaa, luovuttaa). (Seppä 2012: 148).

Kolmannella, symbolisella tasolla denotatiivinen ja konnotatiivinen taso yhdistyvät ja tuottavat kuvalle sen täyden merkityksen, sanoman (Seliger 2008: 14). Tätä tasoa on kutsuttu myös henkilökohtaiseksi tasoksi, sillä jokainen katsoja kokee ja tulkitsee kuvan eri tavoin (Anttila 2005: 375). Barthes itse käytti symbolitason merkityksestä nimitystä myytti. Italialaista ruokamainosta tutkiessaan hän totesi myytiksi sen tavan, jolla ranskalainen ruokatarvikemainos voitiin tulkita italialaiseksi siihen sisältyvien voimakkaasti italialaisten mielikuvien ansiosta. (Seppä 2012: 150) Kuitenkin kuvan katsojalla täytyi olla esitietoa kuvan esittämistä merkityksistä, jotta ne tällä kolmannella tulkinnan tasolla voisivat yhdistyä sen tulkinnalliseksi sanomaksi.

#### 4.3 Representaation kohde ei ole läsnä esityshetkessä

Kuva on aina esitys jostakin, eli representaatio. Tämän käsitteen kautta on mahdollista lähestyä ja tutkia sitä, miten todellisuutta medioissa esitetään ja tuotetaan, kuka niitä tuottaa ja millä välineillä. (Seppänen 2005) Representaatioissa on aina mukana toiminnallisuus; joku on tuottanut esityksiä, jotkut kuluttavat niitä ja niihin liittyy tulkinnallinen prosessi (Sumiala 2010). Kulttuurintutkija Stuart Hall (1997) on pohtinut kulttuuristen representaatioiden sekä merkityksenannon konventioita. Hall määrittelee representaation merkityksen tuottamiseksi käsitteiden avulla. Lisäksi hän analysoi muun muassa sitä, kenen näkökulmasta ja kenen ehdoilla kuvia esitetään ja mitkä seikat

vaikuttavat siihen mitä esitetään. (Hall 1997) Oman tutkimukseni näkökulmasta nimenomaan esittämiseen ja sen syihin vaikuttavat seikat ovat mielenkiintoisia ymmärtää. Representaatioiden tehtävä on tehdä asiat läsnäolevaksi. Toisaalta representaatiot kuitenkin myös edustavat jotakin, joka itsessään ei ole läsnä, siksi sen sijalle on tarvittu representaatio. (Seppänen 2005)

Kuten Hall ja Seppänen yllä viittaavat, liittyy representaation käsitteeseen aina keskustelu edustamisesta ja merkityksen tuottamisesta. Näitä asioita tutkitaan laajemmin semiotiikassa, jossa pohditaan nimenomaan merkkien ja merkitsijöiden välisiä suhteita sekä merkitysten siirtymistä (Seppänen 2005). Semiootikkojen mielestä sanoma, teksti tai tässä yhteydessä kuvallinen esitys on rakennelma, joka saa merkityksensä vasta, kun se on vuorovaikutuksessa vastaanottajien kanssa. (Fiske 1992) Kuvaa katsoessaan vastaanottaja ei enää pohdi lähettäjä tai tämän kuvalle asettamia merkityksiä, vaan ryhtyy lukemaan (etsimään) kuvan merkityksiä omasta kulttuurisesta taustastaan lähtien.

Semiotiikassa representaatiota on tutkittu niin liikennemerkkien esittämien symbolien, karttojen välittämien maailmankuvien, sanojen välittämien merkitysten kuin puhunnan kautta välittyvän puhujan maailmankuvan muodossa. Yksittäisten sääntöjen, raja-alueiden tai ajatusten lisäksi representaatioiden tutkimuksessa voidaan perehtyä suurempien mallinnusten, tulkintojen ja tyyppittelyiden tarkasteluun. Representaation monipuolista käsitettä on yritetty tiivistää verbisuomenokseen “edustaa, esittää”. Näin ollen representaatioiden voidaan ajatella olevan uskomuksia, ideoita, hahmotelmia, käsitteitä ja havaintoja, jotka edustavat todellisuutta. (Knuutila & Lehtinen 2010: 7, 10, 14; Seppänen 2005: 77) Kuvallisen viestinnän tutkimuksessa voidaan perehtyä kuvallisten artefaktien tuottamiseen, niiden esittävyden, representaatioiden sekä yhteiskunnallisten ja kulttuuristen merkitysten tutkimiseen. Tarkastelun kohteena viestintätieteellisessä ja kulttuurintutkimuksellisesti suuntautuneessa representaatiotutkimuksessa voi esimerkiksi olla se, kenen näkökulmasta ja millä eri tavoin

todellisuutta medioissa esitetään ja tuotetaan. Erityisen hyödyllinen representaation käsite on silloin kun tarkoituksena on tieteellisesti analysoida mediaesityksiä. (Seppänen 2005: 77)

Valokuvien ja muiden kuvallisten tuotosten olemuksesta ei olla tutkijoiden parissa ehkä milloinkaan oltu yksimielisiä. Toiset näkevät kuvat todellisuuden heijastumana, osa ainoastaan tulkintoina todellisuudesta, ja toisten tutkijoiden mielestä visuaaliset esitykset rakentavat todellisuutta. (Mäkikoskela 2008: 15; Seppänen 2005: 78) Representaatio on (kuvallinen) esitys näköhavainnon kohteesta, joka ilmentää reaali maailman viittauksen lisäksi myös tekijänsä kokemuksia, ajatuksia ja mielikuvia. Representaatio viittaa aina johonkin itsensä ulkopuoliseen samalla tavoin kuin uskomukset, unet ja haaveet. Suomen kielen sana “mielikuva” kuvaakin hyvin representaation käsitettä. (Seliger 2008: 20, 36; Knuutila & Lehtinen 2010: 11, 12)

Todellisuutta peilaaviksi heijastumiksi ajateltujen representaatioiden todenperäisyyttä tai esittävyyttä voidaan kritisoida. Teknisten kuvantallenteiden todenperäisyys nähdään nykyään alttiina kuvan tekijän/tallentajan valinnoille, eikä enää ainoastaan suoraan todellisuutta toisintavana tekniikkana. Kuva on tulos rajauksista, kuvaajan valitsemista asetuksista sekä kuvakulman ja sisällön valinnoista. (Rossi 2010: 267–268)

Representaatiot ovat käsitteinä toiminnallisia. Toiminnallisuutta tarkasteltaessa voidaan käyttää apuna neljää kysymystä: mitä (identiteettejä, yhteisöjä, ideologioita) representoidaan, miten (osana jotain, erillään jostain, jonkun puolesta), miksi (tasa-arvo, taloudelliset seikat) ja missä (mediassa, ryhmäkokoonumisessa tai mielenilmauksessa) representoidaan (Rossi 2010: 264–265). Mielikuviin perustuvien representaatioiden merkityksellistäminen vaatii usein kuitenkin näiden materiaalistamista esimerkiksi kuvalliseen asuun olemassaolevien merkkijärjestelmien sääntöjen sallimissa puitteissa. Materiaalistamisen vaatiman toiminnan lisäksi tuloksena syntyneitä artefakteja käytetään, kulutetaan sekä tulkitaan. (Rossi 2010: 265; Seppänen 2005: 84; Hall 1997: 17–19)

Kuvan tekijällä on ollut oma tarkoituksensa kuvan liikkeellepanoon, sen taustalla on merkitys, joka haluttiin välittää. Tämän ideologisen viestin tunnistamiseen yritetään kuvan katsojaa/tulkitsijaa yleensä ohjata kuvan rakentamisen keinoin erilaisten merkkijärjestelmien avulla. Huomattavaa on myös se, että merkitystuotannossa tulkitsijalla on oma aktiivinen roolinsa kuvan liikkeellepanijan lisäksi. Kuvan vastaanottaja tuottaa esityksille merkityksiä omaa kulttuurisidonnaista maailmankuvaansa peilaten. (Rossi 2010: 269) Merkityksenantoprosessi on kaksivaiheinen, eikä tekijän intention voida sanoa olevan sen oikeampi kuin katsojan tulkinnankaan (Seppänen 2005: 65). Tästä syystä visuaalisten representaatioiden tutkiminen on erityisen mielenkiintoista.

Useissa mainoskuvantutkimuksissa on todettu representaatioiden toimivan todellisuutta konstruktiivina malleina. Kuvat tekevät läsnäolevaksi jotain, joka ei ole läsnä katsojan nykyhetkessä. (Seppänen 2005: 78, 82) Todellisuuden rakentamisen lisäksi merkityksenannon prosesseissa syntyy rakenteita, jotka rakentuvat ääripäiden väliin. Käsitteille haetaan merkityksiä niiden välisistä eroista (Rossi 2010: 271). Vastapareina arvottaminen on tuttua arjessakin; mies-nainen, hyvä-paha, kulttuuri-luonto, aito-väärennös, jne. Usein kuitenkin merkitykset eivät ole kiinteitä eikä yksiselitteisiä, vaan niiden hahmottelemien arvojärjestysten muotoutumisesta käydään jatkuvaa neuvottelua.

Beverley Skeggs on tutkinut sukupuolen, luokan ja etnisyyden merkityksellistämistä. Hän huomauttaa, että näissä symbolisissa prosesseissa representaatiot ovat tärkeitä, sillä niiden kautta käytänteitä, esineitä ja ihmisiäkin arvotetaan. Representaatioiden luokittelut eivät kuitenkaan nekään ole yksiselitteisen hyviä tai pahoja, vaan riippuvat siitä missä tulkintakehyksessä, kontekstissa niitä tarkkaillaan. (Skeggs 2004: 96, Rossi 2010: 272 ) Näin esimerkiksi Skeggsin esimerkkiä pohjalaisuuteen soveltaen emäntäsanana käyttö antaa naisen luonteelle määrätietoisuutta. Emäntä on ohjauksen käsissään pitävä, talon kaikkia asioita hoitava nainen. Pohjanmaalla emännys on hyve. Etelä-Suomessa taas, kärjistäen, emäntä-nimike saa lähinnä negatiivisävytteisen

merkityksen, joka lähenee merkityksessään enemmän eukkoa kuin sanan alunperin viittaamaa perinteisesti maa- ja kotitalousaloilla pätevää naisjohtajaa.

Stuart Hall puhuu representaatioiden yhteydessä paljon myös stereotyyppioista, jotka tiivistävät kohteensa muutamiin annettuihin, luonnollisiin piirteisiin (Hall 1999: 189). Usein stereotyyppioiden tyypistetty merkitys yksinkertaistaa ja liioittelee kohteensa ominaisuuksia. Stereotyyppia-sanaa käytetäänkin kuvaamaan tiettyjä ryhmiä tavalla, jossa yksilön ominaisuuksia sovelletaan koko ryhmään. (Rossi 2010: 273) Hallin tapaan ymmärtää stereotyyppia ei mene kauas Barthesin semiotiikan myytti-käsitteestä, jonka Seppänen luonnehtii lyhyesti olevan “luonnoksi muuttunutta historiaa”, niin vakiintuneita merkityksiä, etteivät ne tarvitse auki selittämistä (Seppänen 2005: 112).

## 5 POHJALAISUUS INSTAGRAMIN PÄIVITYKSISSÄ

Olen tarkastellut aineiston Instagram-päivityksiä semiootikko Roland Barthesin semioottisten käsitteiden denotaation, konnotaation sekä tulkitsijan henkilökohtaisen symbolitason kautta. Tutkimuskysymyksilläni hain vastausta siihen, mitä julkaisujen kuvat esittävät (denotaatio), millaisia visuaalisia symboleja pohjalaisuuteen liitetään (konnotaatio) sekä millä perusteella kuvat voidaan tulkita pohjalaisuutta edustaviksi, mikä on kuvan tulkinnan henkilökohtainen, symbolinen taso (assosiaatio). Denotaatiolla viitataan siihen mitä kuva esittää, kuvan ilmimerkitykseen. Konnotaatio puolestaan sisältää ilmimerkityksen sekä kulttuuriset merkitykset. Kolmannella, symbolisella tasolla nämä kaksi yhdistyvät ja tuottavat kuvalle sen täyden merkityksen (ks. luku 4).

Instagram-päivitysten analysointi edellyttää niihin ladattujen rakenteiden ja piilevien merkitysten dekonstruktointia (Seliger 2008: 23). Määrällisen ja laadullisen sisällönerittelyn jälkeen pääsin varsinaiseen analyysiin. Aineiston tulkinnassa kiinnitin huomiota siihen, millaisia viittauksia pohjalaisuuteen päivityksissä oli käytetty. Kun nämä viittaukset ymmärretään kommunikaatiovälineiksi, on niiden merkityksistä mahdollista keskustella. Näin kuvien esittämästä aiheesta voidaan käydä merkityksenmuodostamisprosessia, joka lähtee liikkeelle esitysten kuvailusta ja sanallistamisesta. (Anttila 2005: 375)

Visuaalista aineistoa analysoitaessa voidaan kiinnittää huomiota joko kuvan esittämiin asioihin tai kuvan kantaman viestin merkitykseen. Se mihin analyysissä kiinnitetään huomiota ja jopa se, mitä näemme kuvassa muovautuu, pitkälti sen mukaan millainen on kuvatulkin taustateoria, millaisen kehikon kautta kuvia tarkastellaan. (Seppä 2012: 20–21) Tässä tutkimuksessa Instagramin päivityksiä on analysoitu sekä pohjalaisuuden että sosiaalisen median verkottuneessa kontekstissa. Analyysin kohteena oli 76 päivityksen otos, johon poimin systemaattisella aineistonvalintametodilla löytyneet päivitykset.

Instagramissa toisten käyttäjien päivitykset näkyvät käyttäjien kuvavirrassa (ks. määritelmä luvussa 2) algoritmien toimintaan pohjautuen. Algoritmit priorisoivat kuvia, jotka ovat keränneet paljon tykkäyksiä, sekä ottavat huomioon käyttäjän kiinnostuksen kohteet (Instagram Press 2019). En karsinut pois pienen tykkäysmäärän saaneita päivityksiä, sillä varsinaisena tutkimuskohteenani on hakemillani aiheutunnisteilla tehtyjen päivitysten muodostama pohjalaisuuden representaatio kokonaisuutena. Tutkimukseni kannalta ei ole oleellista merkitystä, miten tämä representaatio muiden käyttäjien keskuudessa on otettu vastaan. Analyysissäni keskityn siihen, millaisia päivityksiä on julkaistu.

Tutkimukseni keskiössä on maakunnallisen kuvan rakentuminen sosiaalisessa mediassa. Tästä syystä on kiinnostavaa tarkastella myös aineiston paikkamerkintöjä (taulukko 2). Rajatussa tutkimusaineistossani varsinaisia paikkamerkittyjä kuvia oli 14 eli 18 % kaikista aineiston kuvista. Näistä merkinnöistä kymmenen oli tehty Pohjanmaalla ja neljä paikkamerkintää muualla. Pohjanmaan ulkopuolella tehdyt paikkamerkinnät oli merkitty Kilpisjärvelle, Äänekoskelle, Ypäjälle ja Humppilan lasiin.

**Taulukko 2.** Paikkamerkinnät aineistossa

<b>Paikkamerkinnät aineistossa</b>	<b>kpl</b>	<b>%</b>
Paikkamerkintänä	14	18
Aihetunnisteessa	34	45
Ei lainkaan	28	37
<b>Yhteensä</b>	<b>76</b>	<b>100</b>

Useimmin paikkaa ilmaistiin aihetunnisteen avulla. Paikka- tai maakuntiin viitattiin aihetunnisteella yhteensä 34 päivityksessä eli 45 % kaikista aineistoni päivityksissä. Kuitenkin 28 päivitystä eli 37 % aineistostani ei sisältänyt paikkaan viittaavaa merkintää lainkaan, vaikka aihetunnisteilla pohjalaisuuteen viitattiinkin.

### 5.1 Pohjalaispäivitysten denotaatiot

Aineiston sisällönerittelyn pohjalta olen jakanut päivitykset kahdeksaan eri kategoriaan niiden ilmimerkitysten mukaan. Denotaatioiden ja konnotaatioiden ryhmittelyssä hyödynsin Kaj Zimmerbauerin (2002) Etelä-Pohjanmaan imago –haastattelututkimuksessa nimeämiä pohjalaisuuden mielikuvia. Denotaatioryhmiksi aiheiden esiintymisen mukaisessa järjestyksessä valikoituivat 1) *henkilöt*, 2) *esine/asia/eläimet*, 3) *maisema/paikka/tila/luonto*, 4) *teksti/kuva*, 5) *tekeminen*, 6) *ryhmä* ja 7) *ruoka ja juoma*. Eniten kuvien ilmimerkitykset liittyivät *henkilöihin* (29 kuvaa), toiseksi eniten ryhmään *esine, asia ja eläimet* (16 kuvaa) sekä kolmanneksi eniten ryhmään *maisema, paikka, tila ja luonto* (9 kuvaa). Tutkimusaineiston päivitysten denotaatio-kategoriat esiintymiskertoineen käyvät ilmi taulukosta 3.

**Taulukko 3.** Päivityskuvien jakautuminen denotaatiokategorioihin

<b>Denotaatiokategoria</b>	<b>Yhteensä</b>
1 Henkilöt	29
2 Esine/asia/eläimet	16
3 Maisema/paikka/tila/luonto	9
4 Teksti/kuva	8
5 Tekeminen	5
6 Ryhmä	5
7 Ruoka ja juoma	4
<b>Yhteensä</b>	<b>76</b>

Kuvia denotaatioryhmiin jaotelllessani kysyin mielessäni mitä kuva esittää. Esimerkiksi denotaatiokategorioissa *1 henkilöt*, *5 tekeminen* ja *6 ryhmä* saattaa kaikissa esiintyä henkilöitä. Kuitenkin suurimmassa denotaatioryhmässä *1 henkilöt* kuvissa on pääasiallisesti 1-2 henkilöä (katso liitteen 1 Päivityskuvat kuva 1). Mielenkiintoista on huomata, että eniten denotaatioissa esiintyi nimenomaan henkilöitä, onhan pohjalaisuus

kuitenkin ihmiselle ja henkilön luonteelle annettava adjektiivi. Koska useammat henkilöt muodostavat joukon, luokittelin tällaiset kuvat denotaatioryhmään *6 ryhmä* (ks. liitteen kuva 2). Myös denotaatioryhmässä *5 tekeminen* saattaa esiintyä henkilö tekemässä jotain, kuten liitteen kuvassa 3 maastopyöräilyä metsässä tai henkilö ja eläin kuten alla kuvassa 2 (liitteen kuva 4) ratsukko kouluratsastuskilpailuissa.



**Kuva 2.** Esimerkki denotaatioryhmästä 5 tekeminen

Liitteen kuvien 3 ja 4 tapauksissa vastaus kysymykseen, mitä kuva esittää on laajempi kuin pelkkä henkilö. Vastaus maastopyöräilyn kohdalla (kuva 3) on henkilö pyöräilemässä, ja kouluratsastuskuvan (kuva 4) kohdalla ratsukko kilpailemassa. Ratsukon tapauksessa mahdollinen vastaus olisi voinut olla myös henkilö, eläin tai jussikuviointi. Tässä tapauksessa kuva esittää ratsastamista, jolloin luokittelin kuvan luokkaan *5 tekeminen*. Myöhemmässä vaiheessa kuvan syvempiä kulttuurisia merkityksiä purkaessani jaottelen sen muun muassa jussikuviointien synnyttämän merkityksen mukaiseen *symbolit*-konnotaatioryhmään. Seuraavassa käyn tarkemmin läpi esimerkein muidenkin denotaatioryhmien jaotteluperusteet. Mainitut kuvanumerot viittaavat liitteessä oleviin kuviin, ellei toisin mainita.

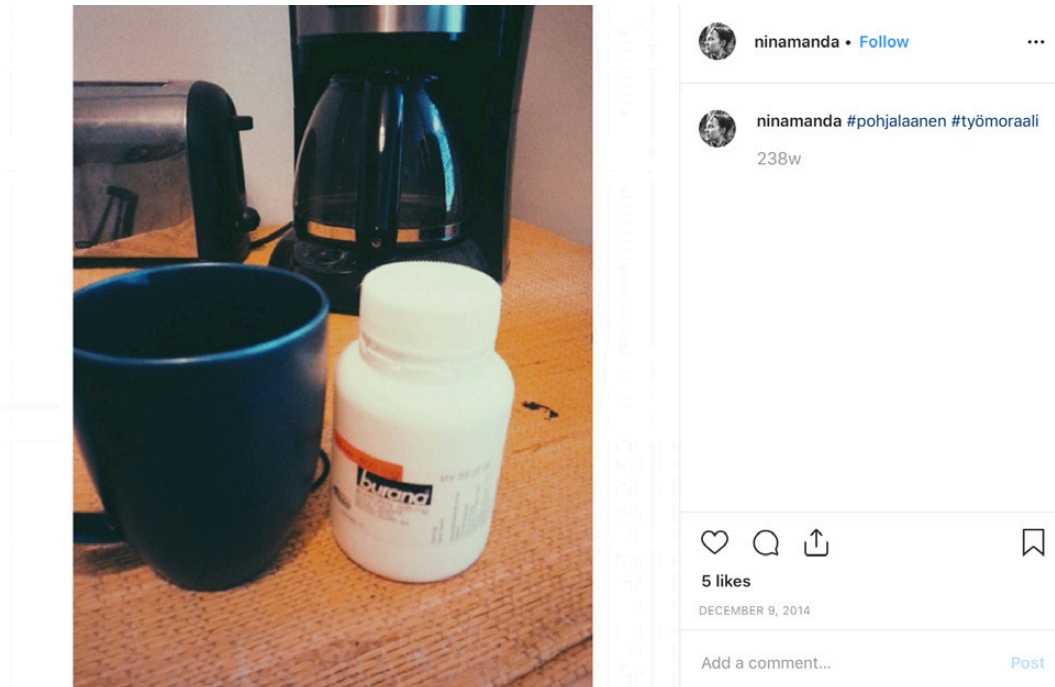
Toiseksi suurimpaan denotaatioryhmään *2 esine/asia/eläimet* (16 kuvaa) jaottelin kuvat, jotka esittävät muun muassa vaatekappaleita (kuva 5 ja kuva 6), käsitöitä (kuva 7) tai eläimiä (kuva 8). Lisäksi tässä ryhmässä on esineitä (kuva 9), kuten symbolisia helavöitä (kuva 10).

Kolmanneksi suurin denotaatioryhmä oli *3 maisema/paikka/tila/luonto* (9 kuvaa). Tähän ryhmään jaottelin muun muassa päivityskuvat, joissa oli kaupunkimaisemaa (kuva 11), lakeuksia (kuva 12) sekä luontomaisemaa (kuva 13). Lisäksi tähän ryhmään jaottelin kuuluvaksi sisätiloissa otetut kuvat, jotka eivät esitä varsinaisesti jotain muuta. Tästä esimerkkinä kuva 14, jossa on lasiterassin ikkunan läpi näkyy luontoa sekä ikkunoissa roikkuvat joulukoristeet. Vertailukohteena esimerkiksi kuva 9, joka on sisätiloissa otettu kuva, jonka esittämä kohde voi olla aluksi vaikea määrittellä. Tulkitsin kuitenkin kuvan 9 aiheena olevan kuvan keskellä oleva valkoinen pöytä ja sen koriste-esineet.

Denotaatioryhmässä *4 teksti/kuva* on päivityksiä, joiden kuvat esittävät lähikuvaa kirjan kansista (kuva 15), pakkauksista (kuva 16) tai opiskelumonisteista (kuva 17). Kuitenkaan lehtiä esittävät päivityskuvat eivät kuulu tähän denotaatiokategoriaan (kuva 18), vaan siirsin ne ryhmään *2 esine/asia/eläimet*. Lisäksi denotaatioryhmään *4 teksti/kuva* jaottelin kuuluvaksi kuvakaappaukset sarjakuvista (kuva 19) sekä pohjapiirroksista (20).

Tämän luvun alussa käsittelin denotaatioryhmiä *5 tekeminen* ja *6 ryhmä* suhteessa ensimmäiseen denotaatioryhmään *1 henkilöt*. Seitsemäs denotaatioryhmä on *ruoka ja juoma*, jossa kuvat esittävät puuroa (kuva 21), uunipannukakkua (kuva 22), kahvihetkeä katso kuva 3 sivulla 54 (liitteen kuva 23) sekä makkaroita nuotiolla (kuva 24). Kuvat 23 ja 24 olisi voinut luokitella toisinkin. Kuvan 23 esittämien asioiden, kahvikupin, lääkepurkin, kahvinkeitin ja leivänpaahdinten olisi voinut jaotella kuuluvaksi myös ryhmään *2 esine/asia/eläimet*. Päädyin kuitenkin tulkitsemaan kuvan esittävän kahvihetkeä, siis ruokaa ja juomaa, ennemmin kuin erillisiä yllä luettelemani asioita.

Kuvan 24 grillimakkarat luokittelin *ruoka ja juoma*-kategoriaan sillä perusteella, että kuvassa ei ole mukana tekijää, toisin kuin muissa luokan 5 *tekeminen* kuvissa (katso liitteen kuvat 3 ja 4).



**Kuva 3.** Esimerkki denotaatioryhmästä 6 ruoka ja juoma

Päivitysten jakautuminen denotaatioryhmiin osoittaa, että kuvat esittävät aiheita elämän eri osa-alueilta. Vaikka ryhmät *1 henkilöt* sekä *2 esine, asia ja eläimet* saivat reilusti yli kymmenen denotaatiota, olivat muutkin denotaatioryhmät melko tasaisesti edustettuina. Aiheissa tuli monipuolisesti esille arjen asioita, henkilöitä, tekemistä ja paikkoja. Analyysin seuraavissa vaiheissa keskityn päivityskuvien ensi- ja toissijaisten sekä tekstikonnotaatioiden tunnistamiseen. Taulukoin konnotaatioita myös denotaatioryhmäkohtaisesti, jolloin pystyin tarkastelemaan esimerkiksi sitä, millaisia konnotaatioita denotaatioryhmään *1 henkilöt* kuuluvilla päivityskuvilla oli.

## 5.2 Päivitysten konnotaatiot

Konnotaatioiden tarkastelun osalta lähdin liikkeelle jaottelemalla päivitykset kuvien synnyttämien konnotaatioiden mukaisiin ryhmiin, jotka sitten nimesin soveltaen Zimmerbauerin (2002) nimeämiä pohjalaisuuden merkityksiä. Näin nimettyjä konnotaatioiden ryhmiä tuli yhteensä 10. Näiden ryhmien aiheet ovat osittain samoja kuin denotaatioissa. Konnotaatioryhmät ovat: *symbolit, henkilöt, luonto ja ympäristö, murre/juuret, artefaktit, pohjalainen luonne, yhteishenki, aktiivisuus/urheilu/käsityöt, yrittäjyys ja kulttuuri*.

Konnotaatioissa huomioin ensisijaisesti päivityksen kuvan tuottamat konnotaatiot, joille nimesin kaksi erilaista konnotaatiomerkitystä. Nämä konnotaatioluokat nimesin seuraavasti: ensisijainen konnotaatio (K1) ja toissijainen konnotaatio (K2). Kolmas konnotaatio (KT) on päivitystekstin, aihetunnisteiden ja kommenttien yhdessä tuottama konnotaatio. Vaikka käytänkin tästä luokasta nimeä tekstikonnotaatio, olen konnotaation muodostumista tarkastellessani ottanut huomioon sekä itse päivitystekstin ja kommenttien semioottiset merkitykset että päivityksen aihetunnisteiden viittaukset.

### 5.2.1 Ensisijaiset konnotaatiot

Päivityskuvien synnyttämät ensisijaiset konnotaatiot viittasivat eniten *symboleihin* (18 kuvaa), *henkilöihin* (17 kuvaa) sekä *luontoon ja ympäristöön* (11 kuvaa). Taulukosta 4 sivulla 56 käy ilmi, miten kuvien synnyttämät merkitykset jakaantuivat eri denotaatioryhmiin.

*Symboleiden* konnotaatioryhmään sisällytin päivityskuvat, joissa pelkästään kuvan synnyttämät kulttuuriset merkitykset viittasivat helavöihin (liitteen kuva 10), salmiakkikuvioihin ja jussipaitoihin (kuvat 4, 6, 8 ja 16) tai puukkoihin (liitteen kuva 25, iso kuva 4 sivulla 57). Eniten konnotaatioita symboleihin tuli denotaatioryhmistä *I*

*henkilöt ja 2 esine, asia ja eläimet.* Koska konnotaatioiden tulkinnassa on kyse kulttuuristen merkitysten selvittämisestä, täytyy kuvaa katsoa syvemmälle kuin sen ensisijaisesti esittämä asia tai ilmimerkitys. Tällä perusteella konnotaatioryhmään symbolit sisältyvät myös päivityskuvat hela-tatuoinneista (liitteen kuva 26) sekä hela-korvakorusta (liitteen kuva 27).

**Taulukko 4.** Konnotaatioiden (K1) esiintyminen eri denotaatioluokissa

Denotaatio = kuvassa ilmeisesti	vht.	symbolit	henkilöt	luonto ja ympäristö	murre/juuret	artefaktit	pohjalainen luonne	yhteishenki	aktiivisuus/urheilu/käsityöt	yrittäjyys/elinkeinot/opiskelu	kulttuuri
<b>Henkilöt</b>	29	8	16	1	1		2	1			
<b>Esine/asia/eläin</b>	16	6			3	3			2	1	1
<b>Maisema/paikka/tila/luonto</b>	9	1		8							
<b>Teksti/kuva</b>	8	1		1	2		2			1	1
<b>Tekeminen</b>	5	1	1	1					2		
<b>Ryhmä</b>	5							3		1	1
<b>Ruoka ja juoma</b>	4	1		1		2					
<b>Yhteensä</b>	76	18	17	12	6	5	4	4	4	3	3

Ilmimerkitykseltään tatuointia esittävät liitteen kuvat 26 ja 27 kuuluisivat ryhmään *esine, asia ja eläimet*, mutta koska tulkitseen kuvan syvempää, kulttuurisen kontekstin kautta tavoitettavaa merkitystä, en luokittele kuvaa sen ensisijaisesti esittämän aiheen

perusteella. Esimerkiksi kuva 4 (liitteen kuva 25) lumisesta pihasta, jossa kuusen juurelle on sijoitettu puukkoparkki kyltteineen kuuluu myös ensisijaisten konnotaatioiden ryhmään *symbolit*, eikä ryhmään *luonto ja ympäristö*. Kuvassa huomio kiinnittyy puukot tähän -kylttiin sekä sen edessä oleviin värillisiin puukon kahvoihin. Lisäinformaatiota päivitystekstistä tai aihetunnisteista hakematta oletan, että tämä on ollut myös kuvan julkaisijan aie päivityksen tekemiselle.



**Kuva 4.** Esimerkki ensisijaisten konnotaatioiden ryhmästä *symbolit*

Kuitenkaan kaikki kuvat, joissa esiintyy puukko, eivät kuulu ensisijaisten konnotaatioiden ryhmään *symbolit*. Kuvien 28 ja 29 (kuva 5 sivulla 58) kuvissa molemmissa esiintyy puukko ja kuvassa 29 on taustalla jussi-paita. Luokittelin kuvat konnotaatioidensa perusteella ryhmään *pohjalainen luonne*. Kuvassa 28 katse hakeutuu lapsen ilmeeseen sekä asentoon, joka ilmentää valmiutta tappeluun, pohjalaista luonnetta. Puukko on kuvassa toissijainen. Selkeämmin pohjalaisen luonteenlaadun

merkitystä kantaa liitteen kuva 29 (iso kuva 5), jonka teksti sekä taustan elementit viittaavaat pohjalaiseen luonteeseen. Kuvan jussi-paita tai puukko eivät kuitenkaan ole ensisijaisia konnotaatioita kuvassa, vaan ne kantavat toisen konnotaatiotason (K2) merkitystä. Kyseinen kuva kuuluu ilmimerkitykseltään ryhmään *teksti ja kuva*, sillä valkoinen teksti osuu katsojan silmään ensimmäisenä.



**Kuva 5.** Esimerkki konnotaatioryhmästä pohjalainen luonne

Konnotaatioissa toiseksi suurin ryhmä oli *henkilöt*. Näistä konnotaatioryhmään *henkilöt* kuuluvista päivityksistä 16/17 kuului myös denotaatioryhmään *henkilöt*. Tämä johtuu siitä, että mukana on muun muassa selfieitä, joissa muuta visuaalista informaatiota esimerkiksi taustan tai pohjalaisuuden symbolien suhteen oli vain niukasti tarjolla (katso liitteen kuvat 30 ja 31). Henkilöiden ryhmään sisältyvät myös kuvat tunnetuista pohjalaisista, kuten kuvan 1 Paula Risikko ja Anna-Maja Henriksson. Liitteen kuvan 31 lasta käsinneulotussa haalarissa esittävän päivityksen ensisijainen konnotaatio on henkilö. Vasta päivityksen teksti sekä aihetunnisteet huomioon otettaessa (tekstikonnotaatioissa) viittaa päivitys käsitöihin sekä pohjalaisuuden symboleihin.

*Luonto ja ympäristö* nousivat kolmanneksi suurimmaksi konnotaatioryhmäksi. Näistä kuvista 8/12 kuului denotaatioryhmään *maisema, paikka, tila ja luonto*, josta

esimerkkinä liitteen kuva 12. Ympäristöllä käsitän tässä konnotaatioryhmässä paikkaan, tilaan ja pohjalaisiin lakeuksiin viittaavat merkitykset, samoin kuin denotaatioryhmissä. Liitteen kuvan 20 pohjapiirros kuuluu myös konnotaatioryhmään *luonto ja ympäristö*, vaikka sen denotaatio onkin ryhmässä *4 teksti ja kuva*. Kuvan 32 päivityksessä tila, jonne kuva sijoittuu, nousi esille vasta konnotaatiomerkitä tarkastellessa. Denotaatioryhmittelyssä luokittelin kuvan luokkaan tekeminen. Tekemättä oleminenkin on tekemistä. Myös *henkilöt*-denotaatioryhmän kuva voi konnotoida ympäristöön tai paikkaan kuten kuvan 33 mosaiikkikuva. Kuvakollaasin vasemman puoleinen kuva esittää tämän päivityskuvan luokiteltua ilmimerkitystä henkilö. Sama henkilökuva konnotoi paikkaan, jossa kuva on otettu. Paikan ja tilan konnotaatiota tälle mosaiikkikuvulle kokonaisuutena vahvistavat lisäksi mosaiikin kaksi oikeanpuolista kuvaa. Konnotaatioryhmään *luonto ja ympäristö* sijoitin myös liitteen kuvan 24 makkarosta grillitulella kodassa, joka denotaationsa puolesta kuuluu kategoriaan *ruoka ja juoma*. Kuvan ensisijainen konnotaatio viittaa kuitenkin tilaan, jossa makkaranpaisto tapahtuu.

Ensisijaisten konnotaatioiden (K1) luokassa *murre ja juuret* päivityskuvat sijoituivat denotaatioihin *esine, asia ja eläimet* (3 kuvaa), *teksti ja kuva* (2 kuvaa) sekä *henkilöt* (1 kuva). Kuvan 34 parkkikiekko on esimerkki esineestä, jonka ensisijainen konnotaatio viittaa murteeseen. Vaikka parkkikiekkoon on painettu myös pohjalaisuuden symboleita vinoneliöitä, merkitsin ne tämän päivityksen konnotaatioksi vasta toissijaisiin konnotaatioihin (K2). Kuvan tulkitsijan katse kiinnittyy ensin esineeseen, sitten tekstiin ja vasta sitten symboleihin. Pöyrööt-sarjakuva kuuluu puolestaan denotaatioryhmään *teksti ja kuva*. Päivityksen konnotaatio viittaa vahvasti merkityksiin murre ja juuret (ks. liitteen kuva 19). Denotaatioryhmästä *henkilöt* viittaus konnotaatioryhmään *murre ja juuret* on mahdollista liitteen kuvan 35 tavalla, jossa päivityksen katsojan katse siirtyy kuvan esittämästä henkilöstä tämän paidan murretekstiin.

*Artefaktit*-konnotaatioryhmän päivitykset kuuluivat joko denotaatioluokkiin *esine, asiat ja eläimet* (3 kuvaa) tai *ruoka ja juoma* (2 kuvaa). *Artefaktit*-konnotaatioryhmään luokittelin esineisiin viittavia kuvia (kuva 9 ja kuva 36) sekä ruokaan viittaavia kuvia (kuva 22 ja 23). *Yhteishenki*-konnotaatioluokassa esiintyvistä kuvista 3/4 kuuluu denotaatiokategoriaan *ryhmä*, kuten liitteen kuva 2. Kuvassa esiintyy joukko ihmisiä, joita ohjaa jonkilainen yhteinen tavoite, ja he ovat asettuneet iloisina ryhmäkuvaan leikkikentän liukumäen portaisiin ja tasanteelle. Yhteishenkeä konnotoi myös denotaatioryhmään *henkilöt* kuuluva ennen-jälkeen-päivitys (kuva 37), jossa yhteistä tsemppausta pitävät yllä kuvan pukuun sonnustautunut mies ja hänen kainalossaan oleva naishenkilö.

Konnotaatioiden luokkaan *aktiivisuus, urheilu ja käsityöt* luokittelin päivityskuvia denotaatiokategorioista *esine, asiat ja eläimet* (2 kuvaa) sekä luokasta *tekeminen* (2 kuvaa). Liitteen päivityskuvan 5 käsinneulottu villahaalari sekä kuvan 7 mittanauha ovat käsitöihin konnotoivassa merkityksessään selkeitä. Aktiivisuuteen konnotoi puolestaan kuvan 3 maastopyöräilevä nainen tai kuvan 38 lepäävän henkilön asetelma yhdessä kameran kanssa. Toissijaisten konnotaatioiden kierroksella myös painiin konnotoivat kuvat kuuluvat tähän ryhmään. *Yrittäjyys, elinkeinot, opiskelu*-konnotaatioryhmän päivitykset viittasivat ilmimerkityksiltään ammatti- ja paikallislehtiin kuten kuva 18 (denotaatioryhmä *esine, asiat ja eläimet*), kuva 17 viittasi opiskelumateriaaleihin (denotaatioryhmä *teksti ja kuva*) ja kuvan 39 päivitys voisi viitata yhteishenkeen, mutta tulkitsin sen kuitenkin pelkän kuvan perusteella viittaavan enemmän opiskeluun ja yrittäjyyteen, sillä kuvan henkilöt ovat toimeliaan keskittyneitä puuhiinsa kukin tahollaan. Toissijaisia konnotaatioita tarkastellessa kuva saa kuitenkin myös *yhteishenki*-konnotaation.

Konnotaatioryhmään *kulttuuri* luokittelin kulttuurisiin ilmiöihin viittaavat merkitykset. Tällaisia olivat kuvan 40 uskontoon viittaava risti kämmenellä, kirjan kanteen viittaava kuva 15 tai kuvan 41 kaltaiseen juhlaan yleisön edessä esiintymiseen viittaava päivitys.

## 5.2.2 Toissijaiset konnotaatiot

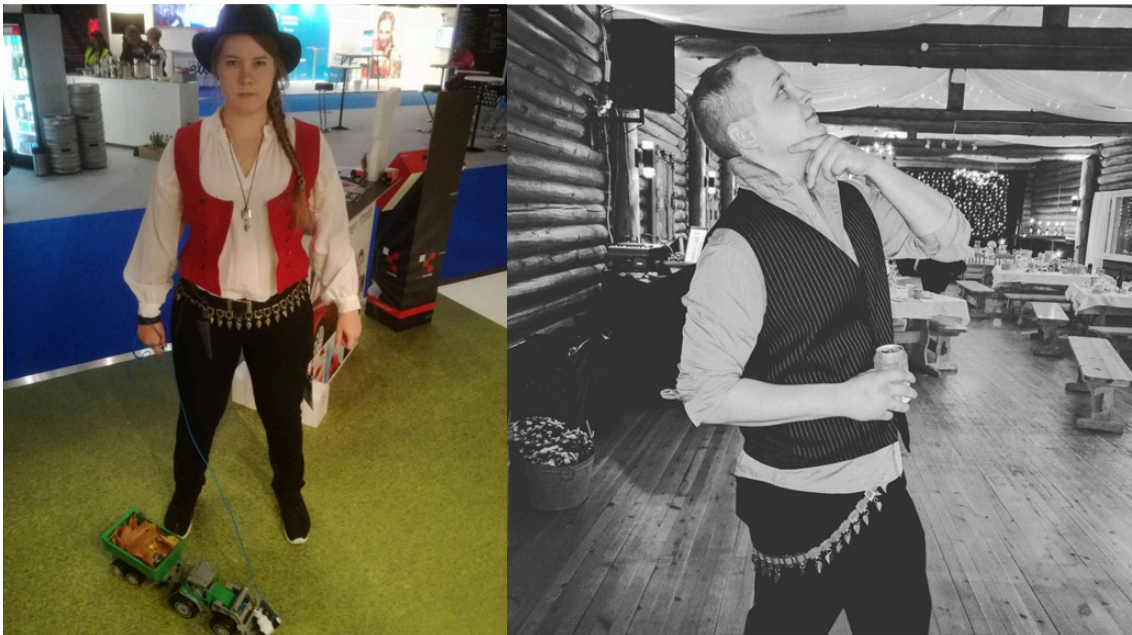
Toisella konnotaatiokierroksella kuvien luokitteluperusteet olivat samanlaiset kuin ensimmäisellä konnotaatiokierroksella. Tarkastelin päivityskuvan synnyttämää konnotaatiota ilman, että huomioin päivityksen tekstiä, käyttäjää, paikkamerkintää tai aihe-tunnisteita ja kommentteja. Mikäli kuvan konnotaatioita oli useampia taulukoin ne niiden havainnointijärjestyksessä joko ensisijaisiksi (K1) tai toissijaisiksi (K2) konnotaatioiksi. Kaikilla päivityskuvilla ei kuitenkaan ollut ilmeistä toista konnotaatiota niiden ilmimerkityksen ja ensimmäisen konnotaation lisäksi. Taulukosta 5 sivulla 61 käy ilmi toissijaisten konnotaatioiden jakaantuminen eri denotaatioluokkiin.

**Taulukko 5.** Konnotaatioiden (K2) esiintyminen eri denotaatioluokissa

Denotaatio = kuvassa ilmeisesti	yht.	luonto ja ympäristö	pohjalainen luonne	symbolit	yhteishenki	aktiivisuus/urheilu/käsityöt	yrittäjyys/elinkeinot/opiskelu	murre/juuret	kulttuuri	artefaktit	henkilöt
<b>Henkilöt</b>	<b>29</b>	4	3	1	5	2	3			-	-
<b>Esine/asia/eläin</b>	<b>16</b>	2	3	2		1	1	1		-	-
<b>Maisema/paikka/tila/luonto</b>	<b>9</b>	1								-	-
<b>Teksti/kuva</b>	<b>8</b>		1	2		1	1			-	-
<b>Tekeminen</b>	<b>5</b>	1				1	1		1	-	-
<b>Ryhmä</b>	<b>5</b>	1		1	1				1	-	-
<b>Ruoka ja juoma</b>	<b>4</b>		2			1		1		-	-
<b>Yhteensä</b>	<b>76</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Kahteen toissijaisten konnotaatioiden luokkaan, *henkilöt* ja *artefaktit*, ei tullut lainkaan konnotaatioita. Kaikilla kuvilla oli vähintään yksi ensisijainen konnotaatio, 46:lla päivityskuvalla oli myös toinen konnotaatio. Esimerkkejä tällaisista vain yhden konnotaation päivityskuvista ovat liitteen kuvien 5, 7 ja 9 asiaa tai esineitä esittävät julkaisut, kuvien 11–13 maisema- ja luontokuvat, kuvien 15, 17 ja 19 esimerkit tekstiä ja kuvaa esittävistä denotaatioista, kuvan 22 ruokapäivitys ja kuvan 30 selfie.

Yhden ja kahden konnotaation kuvista haluan vielä havainnollistaa ja vertailla tarkemmin alla olevassa kuvassa 6 näkyviä liitteen kuvia 42 (värikuva vasemmalla) ja 43 (mustavalkoinen kuva oikealla). Liitteen kuvalla 43 ei ole konnotaatioryhmieni mukaista selkeää toista konnotaatiota. Sen ilmimerkitys on denotaatioryhmässä *henkilöt* ja ensisijainen konnotaatio viittaa symboleihin. Pelkkää kuvaa katsomalla selviää, että tämän tutkimuksen kategorioihin kuuluvaa toissijaista konnotaatiota on vaikea hahmottaa.



**Kuva 6.** Esimerkit yhden ja kahden konnotaation kuvista

Sen sijaan kuvan ja tekstin yhteiskonnotaatio luo tälle kuvalle lisämerkityksiä. Kuvan 43 kanssa samaan *henkilöt*-denotaatioryhmään ja *symbolit*-konnotaatioryhmään kuuluvan kuvan 42 tapauksessa päivityskuvalle syntyy toinenkin konnotaatio. Kuvan

toinen kulttuurinen merkitys syntyy sen taustalla olevista messuständeistä ja -matoista, jonka perusteella luokittelin kuvan toissijaisen kulttuurisen merkityksen ryhmään *yrittäjäyys, elinkeinot ja opiskelu*.

Toissijaisten konnotaatioiden osalta suurimmat konnotaatioryhmät olivat *luonto ja ympäristö* (9/46 kuvasta) sekä *pohjalainen luonne* (9/46). Lisäksi neljässä ryhmässä viitattiin 6/46 kuvalla kussakin *symboleihin, yhteishenkeen, aktiivisuus, urheilu ja käsityöt*- sekä *yrittäjäyys, elinkeinot ja opiskelu* -teemoihin. Nämä nousivat pohjalaisuutta representoivissa julkaisuissa jaetuimmiksi pohjalaisuuden mielikuviksi ja sitä kautta yhteisiksi koetuiksi pohjalaisuuden merkityksiksi.

### 5.2.3 Tekstin konnotaatiot

Viimeinen konnotaatioluokka on päivitystekstin, aihetunnisteiden ja mahdollisten päivityksen kommenttien yhdessä tuottama konnotaatio. Viitataan tähän nimellä tekstikonnotaatio (KT). Taulukosta 6 (sivulla 64) käy ilmi, että eniten tekstillä luotiin *pohjalaiseen luonteeseen* viittaavia merkityksiä, joita oli kaikkiaan 21/76 kuvasta. *Yrittäjäyys, elinkeinot ja opiskelu* -konnotaatioryhmään viitattiin 13/76 päivityksessä, ja *aktiivisuus, urheilu ja käsityöt* -konnotaatioryhmään viitattiin 9/76 julkaisussa. Myös *henkilöt* (8/76) sekä *luonto ja ympäristö* (7/76) olivat paljon viitattuja konnotaatioryhmiä.

Julkaisujen päivitystekstit, aihetunnisteet ja kommentit yhdessä konnotoivat useimmiten *pohjalaiseen luonteeseen* (21/76 kuvasta). Liitteen kuvan 44 lumisen julkaisun päivitysteksti kertoo miten “Suomen talvisten pakkaslukemien noustessa -25 °C:stä lähemmäs 0 °C tuntuu se jo kuin kesä olisi tullut” (oma vapaa suomennettu lyhennys). Kuvan aihetunnisteet ovat #pohjalaiset, #finnishsummer, #winter, #moroccan, #weekendvibes, #warmvsold sekä #naturaltan. Päivityksen pohjalaisuuteen liittyvät aihetunnisteet olivat #pohjalaiset sekä #finnishsummer (Suomen kesä). Tulkitsin näiden

kahden aihetunnisteen sekä päivitystekstin yhteiskonnotaation viittaavan nimenomaan pohjalaiseen luonteeseen, joka näkee Suomen kylmän talven lauhtuvan lämpötilan kesänomaisena ja nauttii säästä, vaikka ulkona edelleen pakkasta onkin. Tekstiä ja aihetunnisteita on kuitenkin vaikea tulkita katsomatta päivityksen kuvaa, jossa ulkomaalaistaustainen henkilö seisoo kädet levällään, hymyssä suin kesävaatteissa keskellä talvista takapihan maisemaa.

**Taulukko 6.** Tekstikonnotaatiot (KT) aineiston päivityksissä

Denotaatio = kuvassa ilmeisesti	yht.	pohjalainen luonne	yrittäjäyys/elinkeinot/opiskelu	aktiivisuus/urheilu/käsityöt	henkilöt	luonto ja ympäristö	symbolit	yhteishenki	murre/juuret	kulttuuri	artefaktit
<b>Henkilöt</b>	<b>29</b>	7	4	5	7	1	3		1	1	
<b>Esine/asia/eläin</b>	<b>16</b>	4	3	3			2		1	1	2
<b>Maisema/paikka/tila/luonto</b>	<b>9</b>	2	1			6					
<b>Teksti/kuva</b>	<b>8</b>	5	2				1				
<b>Tekeminen</b>	<b>5</b>	2	2					1			
<b>Ryhmä</b>	<b>5</b>				1			4			
<b>Ruoka ja juoma</b>	<b>4</b>	1	1	1					1		
<b>Yhteensä</b>	<b>76</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Sepän (2012: 147) mukaan kuvan yhteydessä esitetty teksti joko poistaa tai antaa kuvalle lisämerkityksiä. Tällöin voidaan päätellä, että kuvan tulkinta saa uusia merkityksiä ottamalla huomioon myös sen yhteydessä esitetty teksti. Usein päivityksen

tekstit saattavat toistaa kuvan denotaation ja konnotaatioiden merkityksiä ikään kuin sen vahvistamiseksi. Barthes (1988) kirjoittaakin tekstin ankkuroivan kuvalle sen kokonaismerkityksen. Aineistoni denotaatioita ja konnotaatioita pohiessani huomasin, että päivitykseen lisätyillä aihetunnisteilla oli tulkinnassa suuri merkitys. Jos kuvan merkitystasot eivät olleet helposti tulkittavissa, oli houkuttelevaa hakea tukea tulkinnalle käyttäjän kuvalleen merkitsemistä aihetunnisteista eli päivitykselleen itse antamista merkityksistä. Aihetunnisteiden käyttämisen yksi tärkeimmistä syistä on käyttäjien tuottaman materiaalin luokittelu sekä kuvista kertominen (Ames & Naaman 2007).

Merkityksen pohjalaisesta luonteesta tekstikonnotaatioissa herättivät aiemmin edellä mainittujen lisäksi sanan *komia* käyttö joko aihetunnisteessa tai päivitystekstissä (ks. kuvat 4, 21, 45 ja 46). Kolmas yleinen viittaus pohjalaiseen luonteeseen teksteissä oli kiroilu ja voimasanojen käyttö. Kuvassa 16 käytetään sanaa #pirunväkevät, kuvassa 28 sanaa “Äätänä” sekä kuvassa 47 käytetään sanoja “Ristus” ja #ristus, sekä #imekäämunkomeutta. Kuvan 47 kommentti: “Ristus notta on komiaa!!!” sisältää vielä kertaalleen sanat ristus ja komia.

Tekstikonnotaatioryhmään *yrittäjyys, elinkeinot ja opiskelu* luokittelin kuvat, joiden tekstit viittasivat työn tekemiseen (kuvat 1 ja 38), työmoraaliin (kuva 23), tuotteeseen (10 ja 27) sekä tuotteen tai palvelun mainostamiseen (kuvat 20 ja 25). *Aktiivisuus, urheilu ja käsityöt* tekstikonnotaatioryhmän merkitykset viittasivat tekemiseen, kuten kuvan 24 “snowmobiling” tai taisteluun (urheiluun) kuten kuvan 37 aihetunnisteet #fighting, #fightlife, #femalefighters sekä #fighters. Painija Petra Ollin päivitys (kuva 48) luo merkitystä urheilusta sanoilla #paini, #painitaanko ja #wrestling. Käsityöhön viittaavat sanat olivat myös yksi tämän ryhmän yleisimmistä konnotaatioista teksteistä. Näistä esimerkiksi kuvien 5, 7 ja 31 päivitystekstit, joissa esiintyy aihetunnisteita kuten #ididitmyself, #iloveknitting, #knittingismytherapy (kuva 5); #knitting, #knittersof-

instagram, #instaneulojat, #diy, #handmade (kuva 7) ja #knitted #ididitmyself (kuva 31).

*Henkilöihin* tekstissä konnotoitiin lähinnä omakuvissa, kuten käyttäjän @weelaful #meitsie:ssä (ks. kuva 30). *Luontoon ja ympäristöön* viitattiin lähinnä luontokuvien aihetunnisteilla, kuten kuvassa 12 #landscape, #aakeetalaakeeta ja #perinnemaisemat. Kuvan 49 viittaukset luontoon syntyvät puolestaan sanoilla “Koivikko hiirenkorvilla” sekä aihetunnisteilla #koivikko #hiirenkorvilla. *Symbolit* tekstikonnotaatioissa tulivat esille esimerkiksi liitteen kuvien teksteissä ja aihetunnisteissa: “Jussipaita”, #jussipaita (kuva 17); #helahoito, #helavyö, #puukkoo (kuva 29) sekä #jussipaita (kuva 50).

*Yhteishenki* tekstikonnotaatioissa tuli ilmi kuvan 2 tekstissä ja aihetunnisteissa: “sukujuhliin”, “suku on paras”, #sukujuhlat, #sukutapaaminen, #family ja #cousinstogether. Liitteen kuva 3 puolestaan alleviivaa pohjalaisen talkoohengen ja yhdessä tekemisen eli kökän perinteitä: “Eilisen ReittiRempan tuloksena”, #kökkä. Yhdessä tekeminen voi olla myös kuvan 41 tapaan juhlavampaa yhteishenkeä. Aihetunniste #ryskööremmi# viittaa yleisötapahtumaan, juhlaan (rysköö), johon osallistutaan ryhmänä (remmi).

*Murre ja juuret* nousivat tekstikonnotaatioissa ilmi viittauksilla paikallisuuteen (kuva 18: kotipaikka, paikallislehti ja #tuetaanpaikallista). Käyttäjän @kinuskikissa reseptipäivitys puolestaan konnotoi juuriin ja paikallisuuteen viittaamalla käyttäjän “Pohjanmaan mummolan aikoihin”, “isulaan” ja “Härmästä kotoisin olevaan äidin puoleiseen sukuun”. Lisäksi hän käyttää uunipannukakusta sen pohjalaista murren sanaa “kropsu”, ja merkitsee päivityksen aihetunnisteilla #kropsu ja #ropsu.

Kahdessa päivityksessä tekstikonnotaatioita saaneet kategoriat *artefaktit* ja *kulttuuri* olivat viittauksissaan selkeitä. Liitteen kuvan 34 #parkkikiekko-aihetunniste viittaa selkeästi kyseiseen esineeseen. Kuvan 40 pitkä *kulttuuriin* (uskonto) konnotoiva päivitysteksti puolestaan mainitsee “rippi- ja kasteristi” :n, kirjoittaa “omasta uskosta”

ja “perustamaan elämäni uskoon”. Aihetunnisteina lisäksi päivityksellä #herranjengis, #risti, #uskotoivorakkaus ja #koskajeesus. Tekstikonnotaatiot tukivat kuvapäivityksen konnotaatioita tai auttoivat avaamaan kuvan syvempiä merkityksiä. Samat konnotaatioluokat tulivat esille sekä kuvien tulkinnan että tekstin kautta.

#### 5.2.4 Päivitysten kulttuuriset merkitykset

Kaikille päivityksille merkittiin ainakin yksi kuvan konnotaatio sekä yksi tekstin konnotaatio. Taulukoin aiemmissa alaluvuissa läpikäytyt ensi- ja toissijaiset kuvakonnotaatiot, sekä päivitystekstin konnotaatiot yhteen taulukkoon. Taulukosta 7 sivulla 68 käy ilmi konnotaatioiden esiintyminen eri konnotaatioluokissa (K1-K2 & KT) sekä kunkin luokan konnotaatioiden yhteismäärät.

Taulukosta käy ilmi, että tekstikonnotaatioissa pohjalaisuus ja Zimmerbauerin siihen liittämät mielikuvat nousevat päivityskuvien konnotaatioita selvimmin esiin. Tekstikonnotaatioissa yleisimmät konnotaatiot olivat *pohjalainen luonne* (21), *yrittäjäyys/elinkeinot/opiskelu* (12) ja *aktiivisuus, urheilu ja käsityöt* (9). Huomioitavaa viiden yleisimmän konnotaation taulukossa lienee myös se, että yksi konnotaatioryhmä eli aihe nousee viiden eniten viitatuun joukkoon kaikissa kolmessa eri konnotaatioluokassa. Kyseinen viittauksen kohde *luonto ja ympäristö*. Se esiintyy kaikissa luokissa, ensi- ja toissijaisissa konnotaatioissa kolmantena ja ensimmäisenä, tekstikonnotaatioissa viidentenä 7/76 viittauksella. Näitä kuvia edustavat liitteen kuva 24 (makkaranpaistoa kodassa), jossa *luonto ja ympäristö* -ryhmä on kuvan ensisijainen konnotaatio. Kuvassa 45 on toissijainen *luonto*-konnotaatio henkilön taustalla sekä tekstikonnotaatioissa kuvan 51 tekstit viittaavat lakeusmaisemiin. Tällä perusteella voidaan olettaa, että tärkeä osa nykypohjalaisuutta on luonto ja ympäristö, jonka merkitytä näillä Instagram-päivityksillä jaetaan, tuotetaan uudelleen ja välitetään. Anttilan mukaan (2005: 373) konnotatiivisessa kuva-analyysissä kuvien tulkinnassa syntyneet tunnusmerkit ja ilmaukset muodostavat, muokkaavat ja siirtävät eteenpäin

näitä kyseisiä tulkintoja, tässä yhteydessä siis siirtävät eteenpäin pohjalaisuuden osaksi tulkittua erityistä luonteenlaatua.

**Taulukko 7.** Konnotaatiot eri konnotaatioluokissa K1-K2, KT

K1	76	K2	46	KT	76
symbolit	18	luonto ja ympäristö	9	pohjalainen luonne	21
henkilöt	17	pohjalainen luonne	9	yrittäjäyys/ elinkeinot/ opiskelu	13
luonto ja ympäristö	12	symbolit	6	aktiivisuus/ urheilu/käsityöt	9
murre/juuret	6	yhteishenki	6	henkilöt	8
artefaktit	5	aktiivisuus/ urheilu/käsityöt	6	luonto ja ympäristö	7
pohjalainen luonne	4	yrittäjäyys/ elinkeinot/ opiskelu	6	symbolit	6
yhteishenki	4	murre/juuret	2	yhteishenki	5
aktiivisuus/ urheilu/käsityöt	4	kulttuuri	2	murre/juuret	3
yrittäjäyys/ elinkeinot/ opiskelu	3	artefaktit	0	kulttuuri	2
kulttuuri	3	henkilöt	0	artefaktit	2

Lisäksi kaikissa luokissa esiintyi kolmen eniten viitatus konnotaation joukossa ihmisten ominaisuuksiin ja henkilöihin viittaavia konnotaatioita kuten ensisijaisten konnotaatioiden luokassa *henkilöt* (17/76 viittausta, ks. kuva 49) sekä *pohjalainen luonne* toissijaisten konnotaatioiden luokissa (9/46 viittausta, ks. kuva 37) ja tekstikonnotaatioissa (9/21 viittausta, ks. kuva 44). Tästä voidaan päätellä, että luonnon ja ympäristön lisäksi pohjalaisuutta ilmennetään henkilöillä ja henkilöiden

ominaisuuksilla, kuten konnotaatioluokkien läpikäynnin yhteydessä mainitsemani esimerkkikuvat osoittavat.

Aineistossa oli mukana päivityksiä, joissa sekä kuvan denotaatio ja konnotaatiot sekä tekstin konnotaatio viittasivat kaikki samaan aiheeseen. Luokitteluissa denotaatio-ryhmällä ja konnotaatioryhmällä saattaa olla hieman toisistaan poikkeava nimi, mutta olennaista on se mihin kuva viittaa. Liitteen kuva 12 on kuva lakeusmaisemasta junan ikkunan läpi. Denotaationsa mukaan kuva kuuluu ryhmään *maisema, paikka, tila ja luonto* ja ensisijaiselta konnotaatioltaan luokkaan *luonto ja ympäristö*. Myös aihetunniste #aakeetalaakeeta viittaa pohjalaisiin lakeuksiin, täten kuvan tekstikonnotaatio kuuluu myös luokkaan *luonto ja ympäristö*. Aihetunnisteen ja päivitystekstin lisääminen ei kyseisessä tapauksessa muuta kuvan ilmimerkitystä. Careyn rituaalisen viestinnän teorian kautta ajateltuna kyseisen päivityksen julkaiseminen sekä sen liittäminen osaksi virtuaalista pohjalaisten yhteisöä aihetunnisteilla #pohjalaiset, #aakeetalaakeeta ja #perinnemaisema vahvistavat kuvan merkitystä pohjalaisuuden symbolina sekä lakeusmaiseman asemaa pohjalaisuuden ilmentäjänä.

### 5.3 Päivitysten tulkinta symbolitasolla

Kolmas tutkimuskysymykseni hakee vastausta siihen, millä perusteella päivitykset voidaan tulkita pohjalaisuutta edustaviksi, pohjalaisuutta assosioiviksi. Barthesin semioottisen tulkinnan kolmas taso denotaation ja konnotaation jälkeen on merkkien symbolitason eli henkilökohtaisen merkityksen taso. Tällä tasolla yhdistyvät sekä merkin denotaatio että sen katsojalleen konnotoimien merkitysten kirjo yhdeksi sen koko merkitystä kantavaksi tulkinnaksi. Kuten Bartheskin tätä tasoa nimeää, on se merkityksiltään henkilökohtainen, sillä kullakin kuvan tulkitsijalla herää omia kulttuuritaustaansa ja kokemuksiinsa sidonnaisia konnotaatioita eli mielle yhtymiä. Tällä

tasolla on vaikea irrottaa merkin kontekstia sen tulkinnasta. Niinpä myös omat tulkintani päivitysten symbolitason merkityksistä ovat vahvasti pohjalaisia, ovathan päivitykset valikoituneet tutkimuksen kohteiksi juuri pohjalaisuuteen viittaavien aiheutunnisteidensa ansiosta. On luonnollista, että merkityksiä etsivä ja päivityksiä ymmärtämään pyrkivä mieli hakee niille selitystä niiden esiintymiskontekstista.

Symbolitason merkityksenmuodostumista selvittäessäni valitsin tarkastelun kohteeksi jokaisen denotaatiokategorian kohdalta sen eniten konnotaatioita saaneesta ryhmästä yhden päivityksen. Konnotaatioiden osalta valitsin julkaisun, jossa esiintyi kyseinen eniten viittauksia saanut konnotaatioryhmä joko K1, K2 tai KT konnotaatiossa. Taulukko 8 sivulla 71 ilmentää yhteenlaskettujen konnotaatioiden esiintymisen eri konnotaatioryhmissä. Tummennetulla näkyy mikä konnotaatioryhmä on kussakin denotaatiokategoriassa saanut eniten viittauksia. Valitsin nämä kriteerit täyttävät julkaisut sokkona tarkastellen vain tulostamieni päivityskuvakaappausten taakse merkitsemiäni denotaatio- ja konnotaatiomerkitöjä. Näistä julkaisuista kirjoitin auki päivitysten denotaatiot ja kuvien, tekstien ja aiheutunnisteiden yhdessä tuottamat konnotaatiot symbolitasolla merkitsevät ja millä keinoin nuo merkitykset tuotetaan. Lisäksi pohdin, mikä päivitysten tekijä oli ratkaisevassa asemassa pohjalaisuuden assosiaation synnyttämiseksi.

Denotaatiokategoriassa *1 henkilöt* eniten konnotaatioita sai konnotaatioryhmä *henkilöt*. Sattumanvaraisesti valitsemani päivityskuva esittää @luontonoita-käyttäjän julkaisemaa omakuvaa yhdessä muusikko Lauri Tähdän kanssa (liitteen kuva 52). Kesäinen kuva on otettu ulkona ison koivun juurella. Takana näkyy lipputanko sekä pihapiiriä ympäröiviä pensasaitoja. Kuvassa etualalla oikealla, vieden noin puolet koko kuvan pinta-alasta ylhäältä alas on Lauri Tähkä. Vasemmassa alakulmassa hymyilee kaverikuvan napannut käyttäjä @luontonoita, joka ylettää Tähdää noin olkapään korkeudelle. Keskittyen ainoastaan kuvaan, luokittelin tämän päivityskuvan denotaatiokategoriaan *1 henkilöt*, koska kuvassa esiintyy kaksi henkilöä, joista toista en ilman kulttuurista tietouttani

tunnistaisi muusikko Tähkäksi. Konnotaatioita tarkastellessani puolestaan tunnistin ensimmäiseksi kuvan miespuolisen henkilön julkisuuden henkilö Tähkäksi. Ensisijaisissa konnotaatioissa luokittelin julkisuuden henkilöt konnotaatioryhmään *henkilöt*.

**Taulukko 8.** Yhteenlasketut konnotaatiot eri konnotaatioryhmissä

Denotaatio = kuvassa ilmeisesti	yht.	pohjalainen luonne	symbolit	luonto ja ympäristö	henkilöt	yrittäjyys/elinkeinot/opiskelu	aktiivisuus/urheilu/käsityöt	yhteishenki	murre/juuret	artefaktit	kulttuuri
<b>Henkilöt</b>	<b>29</b>	12	12	6	23	7	7	6	2	-	1
<b>Esine/asia/eläin</b>	<b>16</b>	7	10	2	-	5	6		5	5	2
<b>Maisema/paikka/tila/luonto</b>	<b>9</b>	2	1	15	-	1	-	-	-	-	-
<b>Teksti/kuva</b>	<b>8</b>	8	4	1	-	4	1	-	2	-	1
<b>Tekeminen</b>	<b>5</b>	2	1	2	1	3	3	1	-	-	1
<b>Ryhmä</b>	<b>5</b>	-	1	1	1	1	-	8	-	-	2
<b>Ruoka ja juoma</b>	<b>4</b>	3	1	1	-	1	2		2	2	-
<b>Yhteensä</b>	<b>198</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>19</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

Toissijaisissa konnotaatiossa luokittelin tämän kuvan ryhmään *yhteishenki*, edelleen pitäytyen pelkästään kuvan tarjoamiin tietoihin, en päivitystekstiin tai aihetunnisteisiin. Yhteishenki ilmenee kuvassa yhteisen päämäärän tavoitteluna. Tapa, jolla molemmat kuvassa olevat antautuvat kuvan ottamisen hetkelle ja pyrkivät onnistuneeseen

lopputulokseen viestii tästä tavoitteesta. Yhteishenkeä kuvastaa myös se, että sekä käyttäjä että muusikko saattoivat olemaan kyseisen koivun lähetyvillä, hengähtämässä ulkoilmassa ennen konserttia. Molemmilla oli tavoitteena hetken sivuun vetäytyminen oletettavista väkijoukoista.

Päivityksen tekstissä mainitaan Lauri Tähkän lämpärinä ja samalla keikalla oleminen. Aihetunnisteet nostavat esille työnteon (#töissäönmukavaa), josta sekä päivityksen tekijä, että artisti ovat nyt hetken paossa. Työntekoon viittaavan tekstikonnotaationsa perusteella luokittelin julkaisun *yrittäjyys, elinkeinot ja opiskelu*-ryhmään. Zimmerbauerin Etelä-Pohjanmaan imago tutkimuksen (2002) mukaan eräs pohjalaisuuteen liitettyistä mielikuvista oli yrittäjyys ja elinkeinot. Tämä on edelleen relevantti tulos konnotaatioiden kokonaisesiintymisten puolesta, yrittäjyyteen viitattiin kaikkiaan viidenneksi eniten 22/198 konnotaatiolla. Lisäksi julkaisu on merkitty aihetunnisteella #pohjalaaset, joka osoittaa yhteenkuuluvuutta myös pohjalaisten heimoon kuulumisen perusteella. Symbolisella, henkilökohtaisella tulkinnan tasolla Lauri Tähkä on koko Suomen tuntema pohjalaishahmo. Tähkän tunnistaminen kuvasta riittää antamaan kuvalle pohjalaisuuden merkityksen.

Denotaatiokategoriassa *2 esine, asiat ja eläimet* eniten konnotaatioita sai konnotaatioryhmä *symbolit*. Luokittelin käyttäjän @poyroot julkaisun jussipaidoista kesäisellä parvekkeella kuva 7 sivulla 73 (liitteen kuva 6) kyseiseen denotaatiokategoriaan, koska kuvassa on suomalaista ja pohjalaista kulttuuria tuntemattomalle katsojalle kolme paitaa kaiteella. Ensimmäinen päivityksestä syntyvä konnotaatio puolestaan viittaa jussipaitoihin, joka kuuluu konnotaatioryhmään *symbolit*. Muita konnotaation tasoja kuvalla oli *luonto ja ympäristö* taustalla olevien kesäisten, juhannukseen johdattelevien koivujen, ja toisaalta parveketilaan viittaavien konnotaatioiden takia. Tekstikonnotaatio itsenäisyyspäiväntoivotukseksi julkaistulla kuvalla viittaa *pohjalaiseen luonteeseen* tekstin murrekielisen kirjoitusasun takia. Itsenäisyyspäivä on kirjoitettu julkaisussa “ittenäisyyspäivä”, joka on itsenäisyyspäivä

murteella. Toisaalta “ittenääsyys” viittaa pohjalaiseksi ajateltuun luonteenlaatuun, “ittellisyyteen”, omapäisyyteen ja itsepäisyyteen. Myös itsenäisyyspäivän toivottamiseen käytetty kuva, joka esittää pohjalaisia jussipaitoja, johdattelee katsojaa pohtimaan Pohjanmaan roolia itsenäisyydessä. Lisäksi aihetunnisteena on käytetty merkintöjä #pohjalaisuus ja #kulttuuri, jotka yhdessä muodostavat viittauksen pohjalaiseen kulttuuriin. Symbolisella tasolla tulkitsen jussipaitojen valinnan julkaisuun vahvana viittauksena pohjalaisuuteen, mutta olen samalla epävarma käyttäjän tavoitteista kesäisen juhannuskuvan käytölle Suomen itsenäisyyden toivotusten saatteena.



**Kuva 7.** Denotaatiokategoria esine, asiat ja eläimet, konnotaatioryhmä symbolit

Denotaatiokategoriassa *3 maisema, paikka, tila ja luonto* eniten konnotaatiota sai ryhmä *luonto ja ympäristö*. Valitsin näitä kriteeriä edustavaksi päivitykseksi käyttäjän @harman\_rati talvisen päivityksen, katso kuva 4 sivulla 57 (tai liitteen kuva 25). Kuva esittää punaisen puutalon ulkoportaikon edustalla olevaa lumista puukkoparkkia ja sen takana olevaa kuusta. Denotaatioissa luokittelin kuvan puukkoparkin paikkaa ja tilaa

edustavaan kategoriaan. Puupölliin isketyt, lähes lumen alle hautautuneet punaiset ja siniset puukon käsisijat puolestaan vievät ensisijaisen konnotaation vahvasti puukkoihin ja pohjalaisuuden symboleihin. Toissijainen konnotaatio kuvalle syntyy lumisesta maisemasta, punaisen pohjalaistalon pihapiiristä ja tämän lähiympäristöstä. Päivitysteksti julkaisulla viittaa lumisuuteen ja murteeseen sanoilla “meillon lunta”. Toisaalta teksti mainitsee myös puukkoparkin. Päivitystekstin pääasiallinen tarkoitus vaikuttaa kuitenkin olevan luomujoululounaan mainostaminen, jota vahvistetaan aihetunnisteilla #joululounas ja #luomulounas. Tekstikonnotaation luokittelin viittaavaan ryhmään *yrittäjyys ja elinkeinot*, koska julkaisun tarkoituksena on mainostaa ravintolan @harman\_rati luomujoululounasta. Symbolisella tasolla päivityksen pohjalaisuus tiivistyy kuvan ympäristön luomaan kokonaisvaikutelmaan punaisesta pohjalaistalosta, käsin tehdystä puukot tähän -kyltistä ja pölliin lyödyistä puukon käsisijoista. Pohjalaisuuteen viittaavana aihetunnisteena päivityksellä on #pohjalaisuus.

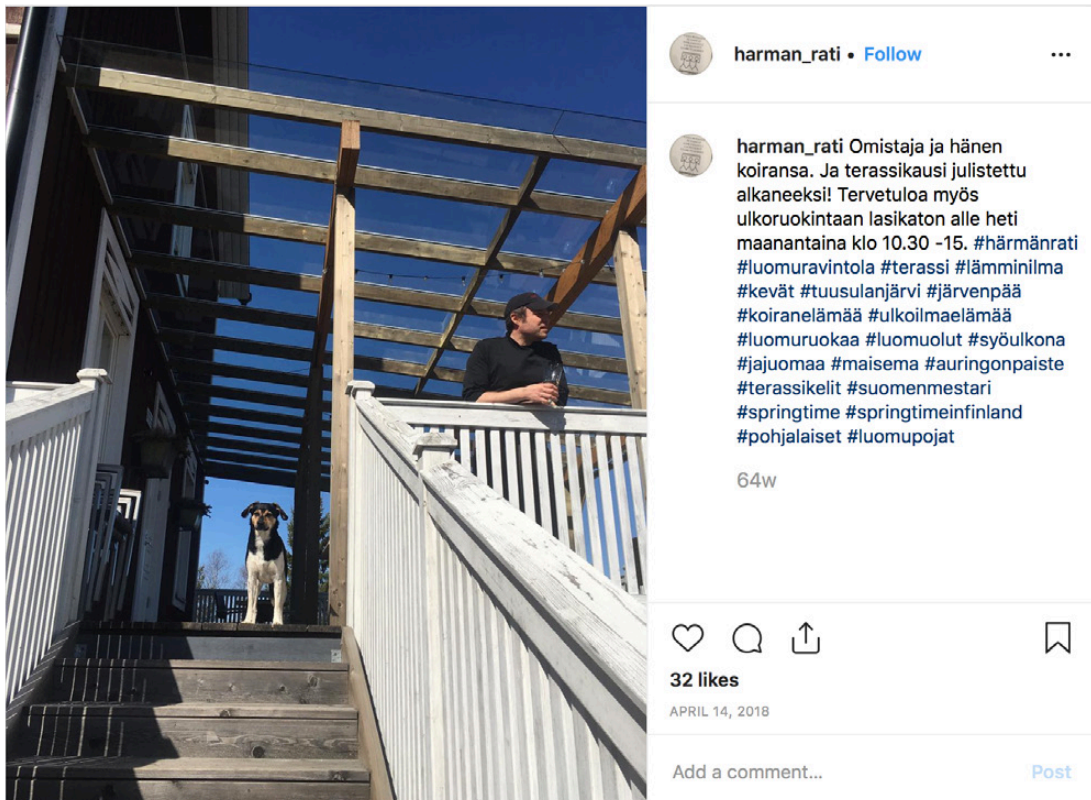
Denotaatiokategoriassa *4 teksti ja kuva* eniten konnotaatioita sai konnotaatioryhmä *pohjalainen luonne*. Näitä kriteerejä edustaa käyttäjän @jimmyhuhtalan murrekielinen teksti-päivitys, katso kuva 5 sivulla 58 (liitteen kuva 29). Luokittelin päivityskuvan sen ilmimerkityksen johdosta kategoriaan *teksti ja kuva*. Valkoisella kuvan päälle on kirjoitettu murrekielinen teksti “Pohojammaalta voi lähtiä mutta Pohojammaa ei lähäre ihmisestä.” Päivityksen ensisijainen merkitys syntyy tekstin merkityksestä, jonka luokittelin viittaavaan pohjalaiseen luonteeseen. Kuvan toissijainen konnotaatio *symbolit*-ryhmään syntyy taustalle asetelmaksi muodostetuista jussipaidasta, puukosta ja helavyöstä. Myös tekstikonnotaatio, tässä julkaisussa pelkät aihetunnisteet ilman tekstiä, viittaavat pohjalaisten *symboleihin* #helahoito, #puukkoo, #jussipaita. Myös muita pohjalaisuuteen viittaavia aihetunnisteita on käytetty runsaasti #pohojammaa, #pohjanmaa, #eteläpohjanmaa, #eteläpohojammaa, #pohojalaanen ja #pohjalainen. Symbolisella tasolla tämä päivitys on pohjalaisuuden merkityksiltään erittäin ladattu. Käyttäjä on moninkertaisesti ritualisoinut pohjalaisten yhteisöön kuulumisen halunsa lisäämällä julkaisuun mahdollisimman monia pohjalaisuuden aihetunnistetta. Usean

pohjalaisuuteen viittaavan aihetunnisteen käyttö edesauttaa päivityksen näkymistä eri avainsanoja seuraaville yleisöille.

Denotaatiokategoriassa *5 tekeminen* kaksi konnotaatioryhmää saivat molemmat kolme konnotaatiota. Nämä konnotaatioryhmät olivat *aktiivisuus, urheilu ja käsityöt ja yrittäjyys, elinkeinot ja opiskelu*. Avaan tässä molempiin konnotaatioryhmiin valitsemieni kuvien merkityksenmuodostumista. Liitteen kuvan 3 käyttäjän @pavesusanna päivityskuva kuuluu tekemisen denotaatiokategoriaan *tekeminen*, koska kuvassa on pyöräilevä henkilö. Ensisijaisen konnotaation perusteella luokittelin kuvan konnotaatiokategoriaan *aktiivisuus, urheilu ja käsityöt*. Päivityksen merkitys ensisijainen muodostuu pyöräilevästä (urheilevasta) henkilöstä, koska se on kuvassa pääroolissa. Kuvan toissijainen konnotaatio viittaa *luontoon ja ympäristöön*, sillä pyöräily tapahtuu luonnossa. Lisäksi kuvan taustalla oleva luonto on melko suuressa osassa kuva-alaa. Tekstikonnotaatio alleviivaa pohjalaisen yhdessä tekemisen eli kökän perinteitä: “Eilisen ReittiRempan tuloksena” ja aihetunnisteena #kökkä. Symbolisella tasolla kuva viestii luontoyhteydestä, aktiivisuudesta, yhdessä tekemisestä sekä kotiseutu- ja yhdessä tekemisen ylpeydestä: “Kyllä kelpaa Seinäjoella ajella”.

Toinen denotaatiokategoriassa *5 tekeminen* kolme viittausta saanut konnotaatioryhmä oli *yrittäjyys, elinkeinot ja opiskelu*. Näitä kriteerejä edustaa käyttäjän @harman\_rati kuva 8 sivulla 76 (liitteen päivityskuva 32). Kuvan luokittelin ilmimerkitykseltään kategoriaan *tekeminen*, jossa myös mitään tekemättömyys ja lepääminen tai ympäristön tarkastelu voidaan luokitella tekemiseksi. Ensisijaisten konnotaatioiden osalta luokittelin kuvan *luonto ja ympäristö*-ryhmään, sillä tekeminen tapahtuu terassiympäristössä, joka on pääosassa kuva-alalla. Toissijaisessa konnotaatiossa luokittelin kuvan uudelleen samaan kategoriaan, sillä luonto ja ympäristö ovat päivityksessä läsnä myös taustalla terassin takana, vieressä olevana talona ja ympäristönä, jota kuvassa oleva henkilö ja koira tarkkailevat. Tekstikonnotaatioltaan kuva kuuluu konnotaatioryhmään *yrittäjyys, elinkeinot ja opiskelu*. Päivitystekstissä

viitataan “omistajaan”, jonka ajattelen viittaavaan päivityksen tehneen yrityksen omistajaan. Tekstin tarkoitus on ilmoittaa yrityksen ravintolassa alkaneesta terassikaudesta, eli mainostaa yrityksen palveluita: “Terassikausi julistettu alkaneeksi. Tervetuloa myös ulkoruokintaan...” Myös julkaisun aihetunnisteet kehottavat käyttämään yrityksen palveluita: #luomuravintola, #terassi, #lämminilma, #syöulkona, #jajuomaa, #terassikelit. Pohjalaisuuteen viittaava aihetunniste tälle päivitykselle on #pohjalaiset. Symbolisella tasolla päivitys luo pohjalaisuuden merkityksiä vasta kun ottaa huomioon sekä käyttäjätilin, päivitystekstit sekä kuvan näiden luomassa kontekstissa. Pohjalaisuuteen viittaa tässä käyttäjätilin eli yrityksen nimi: Härmän Rati. Punamultainen pohjalaistalo, päivitystekstin kirjoitustyyli, yrittäjyyteen viittaava teksti ja aihetunnisteet sekä #pohjalaiset-aihetunniste luovat kokonaisuudessaan tämän päivityksen pohjalaisuutta symboloivan kokonaisuuden.



**Kuva 8.** Denotaatiokategoria tekeminen, konnotaatioryhmä yrittäjyys, elinkeinot ja opiskelu

Denotaatiokategoriassa *6 ryhmä* eniten konnotaatioita saivat *yhteishenkeen* viittaavat päivitykset. Valitsin näiden joukosta käyttäjän @harkkit päivityksen, katso liitteen kuva 41. Denotaationsa puolesta kuvassa on ryhmä ihmisiä. Ensisijainen konnotaatio liittyy ryhmän suorittamaan esiintymiseen teatterin lavalla. Ryhmän vieressä vasemmalla on nähtävissä piano, takana samettiset esiriput ja kuvan etualalla yleisön tummia hahmoja. Luokittelin kuvan konnotaatioryhmään *kulttuuri*. Toissijainen merkitys kuvassa liittyy ryhmän esiintymisasuun eli jussipaitoihin, joiden luokittelin konnotoivan pohjalaisuuden symboleita. Tekstikonnotaationsa puolesta kuvan liittyy konnotaatioryhmään *yhteishenki* aihetunnisteensa #ryskööremmi kautta, kuten aiemmin tekstikonnotaatiot alaluvussa käsittelin. Symbolisella tasolla kuva synnyttää merkityksiä pohjalaisuudesta ei ainoastaan jussipaitojensa, perinneasuun kuuluvien hattujen ja päivityksen aihetunnisteiden takia. Myös esiintyjien asento lavalla, kädet selän takana, luo vaikutelmaa pohjalaisesta luonteesta, uhosta. Toisaalta pohjalaisessa kulttuurissa on esiintyminen ollut vahvana perinteenä esimerkiksi kansantanssien muodossa. Aihetunnisteen #ryskööremmi sana rysköö viittaakin johonkin juhlaan esiintymiseen, yhdessä tekemiseen ja hauskanpitoon.

Denotaatiokategorian *7 ruoka ja juoma* eniten konnotaatioita saanut ryhmä oli *pohjalainen luonne*. Näitä kriteerejä edustaa kuva 3 sivulla 54 (liitteen kuva 23) käyttäjältä @ninamanda. Se esittää ensisijaisesti kahvi-kuppia, lääkepurkkia, leivänpaahdinta ja merkityksiltään konnotoi ryhmään *artefaktit*. Tähän ryhmään sisällytin lähinnä esineitä ja asioita. Toissijainen konnotaatio kuvalle syntyy kahvin ja buranan synnyttämän pohjalaisen sisukkuuden merkityksestä eli *pohjalaisesta luonteesta*. Töitä tehdään kahvin ja buranan voimalla, vaikka läpi harmaan kiven. Päivityksen tekstikonnotaatiokin viittaa pohjalaisen luonteen erityispiirteeseen, #pohjalaiseen #työmoraaliin. Symbolisella tasolla kuvan pohjalaisuuden merkitys syntyy vasta tekstikonnotaation kautta, aihetunnisteiden viitatessa pohjalaisuuteen. Kuvan julkaisija on päivityksellään halunnut vahvistaa ja uusintaa pohjalaisuudessa

tiukkaan istuvan työmoraalin, yritteliäisyyden sekä pohjalaisen sisukkuuden ja luonteenlaadun merkitystä.

#### 5.4 Yhteenveto

Pohjalaisuuden representaatio Instagramissa ei aukene päivityskuvia kokonaisuutena katselemalla tai päivitystekstejä ja aihetunnisteita listaamalla. Semioottisen tarkastelun ansiosta päivitysten aiheet ja niiden edustavuus antautuvat lähemmän tarkastelun kohteeksi, jolloin niitä pystytään jaottelemaan samankaltaisiin ryhmiin, määrällisesti tilastoimaan sekä tekemään johtopäätöksiä näitä lukuja tulkitsemalla.

Määrällisen analyysin perusteella voidaan todeta, että pohjalaisuuteen liitetyt Instagramiin julkaistut päivitykset toisintavat pitkälti vuosikymmenien ajan pohjalaisuuteen liitettyä symboliikkaa ja merkityksiä, joita Zimmerbauer (2002) tutkimuksessaan havainnollisti. Analyysin päivitysten (76) denotaatioiden suurin esiintymisloukka esitti henkilöitä (29 päivitystä). Laskin mukaan päivitykset, joissa esiintyi 1-2 henkilöä, olivat he sitten julkisuuden henkilöitä tai tuntemattomia käyttäjiä, tai näiden omakuvat. Seuraavaksi eniten denotaatiot viittasivat kuvissa esiintyviin esineisiin, asioihin tai eläimiin (16 päivitystä). Tässä ryhmässä on mukana kaikki pohjalaisuuteen viittavat symbolit kuten puukot, helavyöt ja jussipaidat. Eräänlaiseksi Pohjanmaan symboliksi laskettava lakeusmaisema kuului luokittelussani denotaatioiden ryhmään *maisema, paikka, tila ja luonto*, joihin viitattiin yhteensä 9 päivityksessä. Kaikki kuvat eivät kuitenkaan esittäneet laukeusmaisemaa. Ennalta saattoi odottaa, että lakeuskuvia ja latoja olisi kuvastossa enemmän kuin 9/76. Toisaalta lakeusmaisema on niin stereotyyppinen, ettei siitä jakseta innostua, ja toisaalta täytyy ottaa huomioon Instagramin käyttö lähinnä omakuvien, oman toiminnan ja oman lähiympäristön (kuten sisätilat) julkaisuun. Tässäkin tutkimuksessa henkilöitä esittäviä päivityksiä oli 29/76 ja esineitä ja muita pohjalaisia symboleita esittäviä kuvia 16/76. Yleisluontoisemmat

maisemakuvat ovat vain pienessä asemassa Instagramin kuvastossa, samoin kuin tämän tutkimuksen aineistossakin.

Barthesin (1988) semioottisen tulkinnan mukaan konnotaatiot tuovat esille kuvien tulkitsijan kulttuuritaustan, elämäkokemusten ja aiemman tietouden kautta aiheeseen liitetyt merkitykset. Eletyn, kokemuksen kautta hankitun tiedon konnotatiiviset merkitykset voidaan kokea henkilökohtaisina ja merkitystä tuottavina, kun taas denotatiivisen tason eli yleistietoon perustuvien merkitysten vaikutukset ovat vähäisempiä (Seppä 2012: 149). Konnotaatioiden tarkastelu antaa laajemman kuvan siitä, mitä päivityksillä on mahdollisesti haluttu tuoda esille. Erilaisten konnotaatio-  
luokkien nimeäminen on hyödyllistä siksi, että usein päivityksen kuvalla on vain yksi denotaatio, kun taas konnotaatioita voi olla useampi. Tämän aineiston analyysissä merkitsin kuville niiden ensi- ja toissijaiset konnotaatiot. Lisäksi tutkimuksessani tarkasteltiin myös päivitystekstin ja aihetunnisteiden tuottamia konnotaatioita, jotka nimesin tekstikonnotaatioiksi. Pelkästään kuvien synnyttämässä konnotaatioissa esiin nousivat erityisesti luonto ja ympäristö, symbolit sekä henkilöt ja pohjalainen luonne. Päivitysten tulkinnassa syntyneet tunnusmerkit ja ilmaukset muodostavat, muokkaavat ja siirtävät eteenpäin näissä verkkoyhteisöissä jaettuja pohjalaisuuden symboleita ja merkityksiä.

Pohjalaisuuteen liitetään edelleen myös tutut symbolit, jotka nousivat esille tutkimukseni aineistosta erityisesti kuvakonnotaatioita tarkastellessa. Näihin pohjalaisuuden käsitteisiin ei viitattu ainoastaan kuvan konnotoiman merkityksen kautta, vaan myös hyödyntämällä aihetunnisteita ja kuvatekstiä. Tekstikonnotaatioiden yhteydessä puolestaan vahvimmin esiin nousivat viittaukset pohjalaiseen luonteeseen, yrittäjyyteen ja elinkeinoihin sekä aktiivisuuteen, urheiluun ja käsityöhön viittaavat merkitykset, joita näillä päivityksillä jaetaan.

Satunnaisotannalla tutkimusaineistoon valikoitui mukaan muutamalta aktiiviselta käyttäjältä useampi päivitys. Käyttäjätilejä, joilla oli kaksi tai useampia päivityksiä aineistoni otoksessa oli kaikkiaan seitsemän. Näistä @jimmyhuhtala (3 päivitystä) sekä @weelaful (9 päivitystä) olivat aktiivisimpia käyttäjätilejä. Erityisesti käyttäjän @weelaful päivitykset nousivat esille kokonaisaineistosta, sillä hänen julkaisunsa olivat pääosin omakuvia, joille hän on antanut useita pohjalaisuuteen viittaavia aihetunnisteita. Denotaatioissa hänen päivityksenä sijoittuivat lähinnä kategoriaan henkilöt.

Analyysin tulosten mukaan pohjalaisuuden merkitystä Instagramin käyttäjien päivityksissä kantavat perinteisten symbolien lisäksi henkilöitä, luontoa ja arkipäiväisiäkin asioita esittävät kuvat. Käyttäjät jakavat itse tuottamiaan merkityksiä ja niitä kantavia symboleita, kuten Careykin (2009) rituaalisessa teoriassaan korostaa. Näitä pohjalaisuuden merkityksiä kantavia päivityksiä julkaisemalla osallistutaan yhteisön visuaaliseen keskusteluun. Virtuaalinen yhteisö, jonka rituaaliseen viestintään näin osallistutaan löytyy lisäämällä aihetunniste päivitykseen. Vaikka varsinaista keskustelua ei tapahdu jokaisen päivityksen kommenttikentässä, voidaan kuitenkin julkaisun tekeminenkin todeta rituaaliseksi osallistumiseksi yhteisön viestintään (Villi 2012).

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälainen on Instagramin pohjalaisaihetunnisteiden taakse hahmottuva representaatio pohjalaisuudesta globaalisoituneessa ja samalla paikallisten arvojen renessansin kokeneessa yhteiskunnassamme. Tutkimukseni taustalla, myös henkilökohtaisella tasolla minua kiinnosti pohjalaisuuden yleinen visuaalinen tarinankerronta sekä se, millaiselta tämän päivän pohjalainen identiteetti näyttää ja millaisia merkityksiä sille annetaan. Taustaoletukseni oli, että jaetun tietoverkon ansiosta aiemmin stereotyyppinen kuva pohjalaisuudesta olisi kenties muovaantunut ja nykyaikaistunut.

Tutkimuskysymyksinä kysyin, mitä julkaisujen kuvat esittävät (denotaatio), millaisia visuaalisia symboleja pohjalaisuuteen liitetään (konnotaatio) sekä millä perusteella kuvat voidaan tulkita pohjalaisuutta edustaviksi (symbolinen taso).

Kuvallisen käänteen, digitalisaation ja globalisaation myötä pohjalaisuuden kuvaston aihepiiri on laajentunut. Kuvien ottaminen ja jakaminen on helpottunut. Kuvaamista harrastetaan enemmän ja kuvia on saatavilla laajemmilta elämäalueilta. Julkaisuja löytyi yllättävän paljon, ja ne olivat laadultaan erittäin kirjavia. Aihetunnisteiden variaatiot ja näiden alta löytyneiden julkaisujen määrä vahvistaa sen, että pohjalaisuus koetaan edelleen tärkeäksi osaksi identiteettiä ja kulttuuria ja siihen halutaan samaistua. Kuvamateriaalin arkipäiväisyys puolestaan osoittaa, että pohjalaisuuteen samaistutaan perinteisten symbolien ulkopuolellakin. Pohjalaisuus konnotoituu näiden lisäksi ihmisissä, luonnossa, tekemisessä ja murteessa. Pohjalaisuus on pysyvä osa identiteettiä, jolloin on tavallista, että henkilö voi viitata pohjalaisuuteen mitä tavanomaisimmissakin yhteyksissä.

Sumialan (2010: 92) mukaan “median symbolinen valta aktivoituu siinä, mitä tunnistamme maailmassa, mitä pidämme luonnollisena ja itsestään selvänä.”

Merkitsemällä arkisia snapshotteja pohjalaisin aihetunnistein osoitamme, että kyseiset päivitykset ovat luonnollisesti pohjalaisia, uusinnamme pohjalaisuutta ja toisaalta kierrätämme tuota merkityksiä ja itsestäänselvyyksiä tuottavaa valtaa sosiaalisen median rakenteissa. Pohjalaisuutta voidaan ajatella historiallisena jatkumona, jolle on aikojen saatossa syntynyt omat traditiot ja symbolit. Näitä pohjalaisuuden merkityksiä kantavia symboleita kierrätämme, uusinnamme ja muokkaamme Instagram-päivityksillämme samalla vahvistaen pohjalaisyhteisön norminmukaista yhdenmukaisuutta.

Tutkimukseni aineisto on hankittu aihetunnisteita hakemalla. Aihetunnisteita käytettäessä tavallisten käyttäjien näkökulma tulee esiin, sillä jokainen voi vaikuttaa luokitteluun. Tällä tavoin pohjalais-aihetunnistein merkityssä aineistoissa “pohjalaistetaan” myös varsin arkipäiväisiä asioita, joita ei ehkä aiemmin ole pohjalaisuuteen liitetty. Kuvien merkitykset voivat olla vaikeasti tulkittavissa, mutta useinkaan ei voida sanoa kuvan olevan oikein tai väärin. (Seliger 2008: 20, 36) Arkipäiväisyyden ja “tavallisuuden” esille tuomisen sosiaalisen median julkaisuissa voidaan nähdä liittyvän myös pohjalaisen identiteetin käsitteen normalisoitumiseen, joka heijastuu ihmisten arkeen. Identiteetin kehittyminen voidaan nähdä jatkuvana kertomuksena, jolla on alkupiste ja erilaisia välivaiheita sekä etenemissuunta. (Pitkänen & Westinen 2018: 9)

Kuten denotaatioiden ja konnotaatioiden taulukoinneista kävi ilmi, materiaali on paljon muutakin kuin stereotyyppistä pohjalaisuuden vuosikymmeniä vanhoja symboleja toistavaa aineistoa. Tutkimukseni ei kuitenkaan pysty, eikä pyrkinytkään vastaamaan siihen onko stereotyyppisyys nimenomaan “ulkopohjalaisten” käyttäjien tuottamaa, vai myös pohjalaisten itsensä kokemaa pohjalaisuutta. Kuten johdannossa kirjoitin, maahanmuuttajien määrän lisääntyminen Pohjanmaalla muokkaa kulttuurien sekoittumisen myötä pohjalaisuutta ja pohjalaisuudesta sosiaalisessa mediassa jaettavaa representaatiota. Tästä konkreettinen esimerkki löytyi aineistosta (ks. liitteen kuva 44),

jossa hihattomaan paitaan sonnustautunut ei-kantasuomalainen henkilö seisoo keskellä lumista maisemaa ja “nauttii kesästä”. Kuva on merkitty aihetunnisteella #finnishsummer ja #pohjalaiset, jotka tässä yhteydessä yhdessä luovat kuvan pohjalaisesta luonteen lujudesta.

Pohjalaisuuden merkityksiä kantavia symboleita uusinnetaan Instagramin pohjalaisuuden aihetunnisteiden yhteisöissä horisontaalisen jakamisen kautta. Tavalliset ihmiset julkaisevat merkittävänä ja osuvana pitämäänsä, jaettua pohjalaisuuden tunnetta edustavia kuvapäivityksiä omasta elämästään. (Villi 2011) Käyttäjän rituaalinomainen osallistuminen sekä yhteisön sisällöntuotantoon että sen rituaaliseen vastaanottoon (kommentit, tykkäykset ja jaot) toteutuu näiden jaettuja merkityksiä sisältävien visuaalisten päivitysten kautta. Kuviteltu maailmaa todentuu yhteisön kommunikaatiossa, joka perustuu yhteisön jaetuille ja yhteiseksi koetuille symboleille. Viestintään osallistumisen kautta kuviteltu yhteisö muuttuu todelliseksi, elää ja muokkaantuu. (Sumiala 2010: 9-11)

Analyysin perusteella voidaan todeta, että pohjalaisuuden representaatio Instagramissa vastaa maailmaa, jossa nykyään elämämme. Pohjalainen identiteetti ja pohjalaisten yhteisö on yksi tapa jäsentää maailmaa myös sosiaalisessa mediassa ja uudistuvassa yhteiskunnassa. Pohjalaisuuteen liitetyt symbolit, arvot ja merkitykset eivät ole aikojen saatossa merkittävästi muuttuneet, vaan ovat mobiilin median aikakaudella vallanneet uutta maaperää. Rituaalisen viestinnän oppi-isän James Careyn alkuperäinen näkemys viestinnän rituaalisesta roolista viittasi rituaalin merkitykseen yhteiskunnan (tässä yhteydessä pohjalaisuuden) ajallisen jatkuvuuden turvaamisessa yhteisiä merkityksiä jakamalla (Anderson 2011:96).

Careyn mukaisesti viestintä on todellisuutta muokkaava symbolinen prosessi. Ensin tuotamme symbolisen maailman, johon voimme asettua toimimaan itse tuottamiemme merkityksiä jakamalla, muovaamalla ja uusintamalla. Careyn (2009:15) sanoin:

Reality is brought into existence, is produced, by communication—by, in short, the construction, apprehension, and utilization of symbolic forms.

Pohjalaisuus on saanut uusia “kasvoja” nuorempien sukupolvien jatkaessa pohjalaisuuden merkitysten neuvottelua viestinnän vuorovaikutuksessa. Tällaisia uusia pohjalaisuuden kasvoja viime vuosikymmeniltä ovat esimerkiksi muusikko Lauri Tähkä ja painija Petra Olli, joihin kuitenkin yhdistetään perinteisesti erittäin pohjalaisiksi miellettyjä, osin ristiriitaisiakin arvoja. Sepän (2012: 165-166) mukaan kuvien tuotannossa pätevät ideologiset kohteen edustavuuden koodistot muokkautuvat jatkuvasti ja näin ollen vanhat symbolit saavat seurakseen uusia merkityksiä tuottavia, kilpailevia symboleja. Niinpä puukkoa heiluttelevat ja uhoavat nuoret miehet eivät näyttäydy konnotatiivisella tasolla enää ainoastaan puukkojunkkareiden rellestelyperinteen jatkumona, vaan kantavat myös symbolista merkitystä pohjalaisen yrittäjyyden moderneina esikuvina.

Instagramiin julkaistut pohjalaisuuden merkityksiä jakavat kuvapäivitykset eivät yksittäin kannan niin suurta viestinnällistä arvoa, kuin näiden päivitysten julkaisemiseen liittyvän rituaalin toistuminen, ja yhdessä näiden kaikkien pohjalaisjulkaisujen tapa vaikuttaa käsitykseen todellisuudesta, pohjalaisuudesta. Rituaalisesti tarkastellen päivitykset luovat yhteisöllisyyden tuntua ja jaettuja merkityksiä, joiden vuorovaikutusten luomassa verkossa käyttäjien identiteetti ja käsitys ympäröivästä maailmasta vahvistuu, muovautuu ja uudelleenmäärittyy.

Digitaalisen maailman rituaaliset ja repetitiiviset toimintatavat vahvistavat henkilön identiteettiä ja liittävät meidät osaksi yhteisöjä. Yhteisöissä toimiessa yhteenkuuluvuus rakentuu sosiaalisen median välittämien ja siellä rakentuvien tapahtumien, visuaalisuuden ja tarinankerronnan ympärille. Careyn ja Senin (2017) mukaan nämä viestinnälliset rituaalit voidaan nähdä jopa mielen jatkeena. Tätä mukailien, pohjalaisuus ei olisi ainoastaan verkkoyhteisöissä rituaalisten kuvapäivitysten

jakamista, vaan pohjalaisuus olisi meissä, mielessämme. Tätä tukee myös pohjalaisuudesta rakentuva representaatio Instagramissa, jonka kuvasto on pitkälti arkipäiväistä, ihmis- ja luontoläheistä. Pohjalaisuus ei ole erilliselle jalustalle nostettua symboliikkaa, vaan arjessa esille tulevaa luonteenlaatua, arvoja ja jaettuja merkityksiä.

Näistä yhteisesti jaetuista merkityksistä voivat muutkin alueen kunnat Seinäjoen kaupungin tavoin ammentaa omalaatuisiin brändäyskampanjoihin. Seinäjoen imago- ja markkinointikampanja Rakastunut Jussi -perinneneuleen ja häjyylyperinteen muuttaminen ”hyvinpitelyksi” ovat vaatineet kaupungilta ei ainoastaan tuntemusta yhteisesti jaetuista merkityksistä, mutta myös erittäin pohjalaista luonteenlaatua, ylpeyttä omista juuristaan. Tätä voisivat myös muut alueen toimijat ryhtyä hyödyntämään markkinoinnissaan. Esimerkiksi Kauhavan kaupungin mahdollisuudet tällä saralla olisivat lukemattomat, valmistetaanhan helavyöt Kauhavalla, josta myös kuuluisat puukkojunkkarit olivat kotoisin.

Aineistoa analysoidessa mielenkiintoisia näkökulmia ja jatkotutkimusaiheita nousi esiin useita. Tässä tutkimuksessa keskityin pohjalaisuuteen sekä adjektiivina että ihmisten kokemana identiteettinä, enkä lainkaan Pohjanmaan paikkana. Olisi mielenkiintoista tutkia millainen representaatio maantieteelliseen sijaintiin viittaavilla päivityksillä on. Pohjalaisuuteen, varsinkin Pohjanmaan maakunnan alueella, liittyy tiukasti kaksikielisyys. Valitettavasti tämän tutkimuksen rajallisuuden takia en pystynyt sisällyttämään ruotsinkielistä aineistoa. Kuitenkin ruotsinkielinen pohjalaisuus on kulttuurisesti ja sisällöltään omanlaistaan, kuvastoltaan hyvinkin erilaisia merkityksiä kantavaa ja ansaitsisi täten oman tutkimuksensa, johon alueen toimijoiden olisi hyvinkin hedelmällistä tarttua.

Identiteettimme perusrakennusaineeksi ovat kysymykset siitä, kuka minä olen ja mistä minä olen kotoisin. Kiintoisaa olisikin tutkia paikallisidentiteetin muodostumista diginatiiveissa. Heillä sosiaaliseen yhteisöön kuulumisen rakentuu pitkälle verkossa ja

mobiililaitteiden sovelluksissa toimivissa yhteisöissä tapahtuvan yhteistoiminnan pohjalle. Millainen on näiden henkilöiden paikallisidentiteetti, millainen on heidän verkkokotiseutunsa? Millaiset symbolit, historia ja tarina ovat heille jaettuina, yhteisiä?

## LÄHTEET

- Adami, Elisabetta & Carey Jewitt (2016). Social media and visual communication. *Visual Communication*, 15: 3, 263–270.
- Ames, Morgan G. & Mor Naaman (2007). Why We Tag: Motivations for Annotation in Mobile and Online Media. [konferenssijulkaisu] Teoksessa: *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. 971-980. [Lainattu 4.12. 2019]. DOI: 10.1145/1240624.1240772
- Anderson, Helen (2011). Siblings in Cyberspace: Carey's Ritual Model of Communication in the Digital Age. *Intersect: The Stanford Journal of Science, Technology, and Society*, 4, 92–100.
- Anttila, Pirkko (2005). *Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen*. Hamina: Akatiimi.
- Barthes, Roland (1988). Kuvan retoriikkaa. Teoksessa: Martti Lintunen (toim.). *Kuvista sanoin 3. Ajatuksia valokuvasta*. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museon säätiö, 71-92.
- Buffer (2019). *How to Create Shareworthy Twitter Images: 10 Ways to Maximize Engagement on Your Tweets*. [verkkoartikkeli] [Lainattu 25.10.2019] <https://buffer.com/library/twitter-images>
- Carey, James (2009). *Communications and culture: Essays on media and society*. New York, NY: Routledge.
- Dogtiev, Artyom (2018). *Instagram Revenue and Usage Statistics 2018*. [verkkoartikkeli] [Lainattu 25.5.2018] <http://www.businessofapps.com/data/instagram-statistics/>
- Ehnström, Emine (2017). *Pohjanmaa, Keski-Pohjanmaa ja Etelä-Pohjanmaa. Alueen laajennettu tilastokatsaus (2016)* [Lainattu 8.1.2018] [http://www.Tilastoja+Statistiker+2016 \\_ suojattu. xlsx/b1f50954-e996-42da-9d28-a77bcb4ba2f1](http://www.Tilastoja+Statistiker+2016 _ suojattu. xlsx/b1f50954-e996-42da-9d28-a77bcb4ba2f1)
- Fiske, John (1992). *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart (1999). *Identiteetti*. Mikko Lehtonen ja Juha Herkman (toim.). Tampere: Vastapaino.
- Herala, Minttu (2015). *#ilovediscgolf - Avainsanojen käyttö harrastuskuvien yhteydessä*

*Instagramissa*. Julkaisematon viestintätieteiden pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto.

Instagram (2019). *How do I use hashtags on Instagram?* [Lainattu 17.10.2019] <https://help.instagram.com/351460621611097>

Instagram Press (2019). *See the Moments You Care About First*. [Lainattu 8.7.2019] <https://instagram-press.com/blog/2016/03/15/see-the-moments-you-care-about-first/>

Jenkins, Richard (2008). *Social Identity*. Lontoo ja New York: Routledge.

Jokela, Salla (2014). *Tourism, Geography and Nation-Building. The Identity-Political Role of Finnish Tourism Images*. Helsinki: Helsingin yliopisto. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-9460-6>

Knuuttila, Tarja Tellervo & Aki-Petteri Lehtinen (2010) Johdanto: Representaatio – Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Teoksessa: Knuuttila, Tarja Tellervo, Aki-Petteri Lehtinen (toim.). *Representaatio: Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Kress, Gunther & Theo van Leeuwen (1996). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. Lontoo: Routledge.

Kuusisto, Eija, Jukka Kuusisto & Anssi Orrenmaa (2018). *Pohojalaasuuren käsikirja. Mitäs me eteläpohojalaaset*. Seinäjoki: Jussituotteet Art Tifani.

KvantiMOTV, 2019. *Otos ja otantamenetelmät*. [Lainattu 8.7.2019] <https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/otos/otantamenetelmat.html>

Laaksonen, Salla-Maaria, Janne Matikainen & Minttu Tikka (2013). Tutkimusotteita verkosta. Teoksessa: Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka (toim.). *Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino, 9-33.

Ling, Rich (2007). *Mobile Communication and the Generation of Social Cohesion*. Teoksessa: *Towards a Philosophy of Telecommunications Convergence* [konferenssijulkaisu]. [Lainattu 25.5.2018] [https://www.academia.edu/2933756/Mobile\\_communication\\_and\\_the\\_generation\\_of\\_social\\_cohesion](https://www.academia.edu/2933756/Mobile_communication_and_the_generation_of_social_cohesion)

- McFedries, Paul (2013). Hashtag, you're it [Technically Speaking]. *IEEE Spectrum* [verkkojulkaisu] 50: 4, 24. [Lainattu 9.10.2019] DOI: 10.1109/MSPEC.2013.6481692
- Miller, Andrew & Keith Edwards (2007). Give and take: A study of consumer photo-sharing culture and practice. *CHI '07 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM. [Lainattu 4.12. 2015]. DOI: 10.1145/1240624.1240682
- Mirzoeff, Nicholas (1999). *An introduction to Visual Culture*. London : Routledge.
- Moring, Inka (2000). Heimojen maa? Paikallistamisen politiikka ja identiteetti alueellisissa lehdissä. Teoksessa: Helena Tapper (toim.). *Me median maisemissa. Reflektioita identiteettiin ja mediaan*. Helsinki: Palmenia-kustannus, 80–113.
- Pitkänen, Ville & Jussi Westinen (2018). *Sittenkin samanlaisia. Tutkimus suomalaisten identiteeteistä*. Helsinki: e2 ja Suomen Kulttuurirahasto.
- Prosser, Jon & Andrew Loxley (2008). *Introducing Visual Methods*. [Lainattu 27.7.2019] [http://eprints.ncrm.ac.uk/420/1/MethodsReview PaperNCRM-010.pdf](http://eprints.ncrm.ac.uk/420/1/MethodsReview%20PaperNCRM-010.pdf).
- Riukulehto, Sulevi (2015). Mitä on aluehistoria? *Maaseudun uusi aika* [verkkojulkaisu]. 2015: 23 [Lainattu 25.10.2017] <http://www.mua-lehti.fi/mua-32015-vol-23/>.
- Rossi, Leena-Maija (2010). Esityksiä, edustamista ja eroja: Representaatio on politiikkaa. Teoksessa: Tarja Knuutila & Aki Petteri Lehtinen (toim.). *Representaatio: Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Roth, Sari & Katriina Pasanen (2017): *Suomalaisten identiteetin muodostuminen – kvalitatiivinen tutkimus*. Helsinki: Taloustutkimus.
- Sanastokeskus TSK (2019). *Terminologiset sanastot 2, aihetunniste*. [Lainattu 17.10. 2019] <http://www.tsk.fi/tepa/fi/haku/aihetunniste>
- Sandel, Michael (1996): Democracy's discontent: America in search of a public philosophy. Teoksessa: *American Political Science Review*. 91: 2. Saatavilla: <https://doi.org/10.2307/2952380>
- Sen, Biswarup (2017). Information as Ritual: James Carey in the Digital Age. *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, 17:6, 473–481.

- Seppä, Anita (2012). *Kuvien tulkinta: Menetelmäopas kuvataiteen ja visuaalisen kulttuurin tulkitsijalle*. Helsinki: Gaudeamus.
- Seppänen, Janne (2005). *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino.
- Seppänen, Janne (2008). *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. Tampere: Vastapaino.
- Seppänen, Janne (2014). Valokuva, materiaalisuus, representaatio. *Media & Viestintä* [verkkajulkaisu]. 37: 2. [Lainattu 9.10.2019] <https://doi.org/10.23983/mv.62859>
- Siira, Kimmo (2004). *Urheilujournalismi Etelä-Pohjanmaan maakunnan imagon rakentajana. Esimerkkeinä sanomalehdet Ilkka ja Pohjalainen*. Julkaisematon viestintätieteiden pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto.
- Skeggs, Beverley (2004). *Class, Self, Culture*. London & New York: Routledge.
- Smith, Gene (2008). *Tagging. People-Powered Metadata for the Social Web*. Berkeley, CA: New Riders.
- Statista (2018). *Number of monthly active Instagram users from January 2013 to September 2017 (in millions)*. [Lainattu 26.7.2019] <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>
- Statista (2019). *Social media platforms used by marketers worldwide 2019*. [Lainattu 16.10.2019] <https://www.statista.com/statistics/259379/social-media-platforms-used-by-marketers-worldwide/>
- Sumiala, Johanna (2010). *Median rituaalit. Johdatus media-antropologiaan*. Tampere: Vastapaino.
- Suomen virallinen tilasto (SVT): *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö* [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. Helsinki: Tilastokeskus [Lainattu 19.7.2019] <http://www.stat.fi/til/sutivi/>
- Suutari, Timo & Katja Rinne-Koski (2015). Kotiseutututkimus kokemuksellisuutta tavoittamassa. *Maaseudun uusi aika*: 3/2015, 54-64.
- Takala, Satu (2015). *Heimoerot suosivat eteläpohjalaisia*. Ilkka 15.3.2015 Saatavilla: <https://www.ilkka.fi/mielipide/kolumnit/heimoerot-suosivat-etelapohjalaisia-1.1795291>

- Topelius, Zacharias (2018). *Maamme kirja*. [Digitaalinen editio]. Toim. Reeta Holopainen, Sakari Katajamäki ja Ossi Kokko. Helsinki: SKS ja SLS. Saatavilla: <http://maammekirja.fi/index.php>
- Twitter (2014). *What fuels a Tweet's engagement?* [Lainattu 16.10. 2019] [https://blog.twitter.com/official/en\\_us/a/2014/what-fuels-a-tweets-engagement.html](https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2014/what-fuels-a-tweets-engagement.html)
- Villi, Mikko (2011). Sosiaalinen kuratointi verkossa. Mediasisältöjen sosiaalinen kulutus ja osallistava yleisöys. *Media ja viestintä* 34: 4, 48–65.
- Villi, Mikko (2012). Visual chitchat: The use of camera phones in visual interpersonal communication. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 3:1, 39–54.
- Waterman, Alan (1999). Identity, the identity statuses, and identity status development. A contemporary statement. *Developmental Review* 19:4, 591–621.
- We are social (2019). *Global Digital Report 2019*. [Lainattu 26.7.2019] <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Wikipedia (2018). *Instagram*. [Lainattu 30.5.2018] <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram#History>
- Åberg, Leif (2018). *Johdatus viestintään. Luento 1. Peruskäsitteitä. Kolme näkökulmaa viestintään*. [Lainattu 8.1.2018]. Saatavilla: [www.mv.helsinki.fi/home/aberg/JV0601.ppt](http://www.mv.helsinki.fi/home/aberg/JV0601.ppt)
- Östman, Sari (2015). *"Milläsen päivytyksen tästä sais?": elämäjulkaisijuuden kulttuurinen omaksuminen (2015)*. Turku: Turun yliopisto.
- York, Alex (2018). *How to Not Suck at Instagram Hashtags in 2018*. [Lainattu 25.5. 2018] <https://sproutsocial.com/insights/hashtags-for-instagram/>
- Zimmerbauer, Kaj (2001). Kulttuurimatkailu mielikuvayhteiskunnassa. Imagot ja stereotypiat matkailun markkinoinnissa. Teoksessa Sulevi Riukulehto (toim.). *Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet*. Helsinki: Gummerus, 114-129.
- Zimmerbauer, Kaj (2002). Etelä-Pohjanmaan imagon jäljillä. *Maaseudun uusi aika*. Saatavilla: [http://www.mua.profiili.fi/SIRA\\_Files/downloads/Arkisto/MUA\\_lehti/2002/2\\_02\\_zimmerbauer.pdf](http://www.mua.profiili.fi/SIRA_Files/downloads/Arkisto/MUA_lehti/2002/2_02_zimmerbauer.pdf)

Zimmerbauer, Kaj & Timo Suutari (2004). Imago, identiteetti ja alue – seudullisen kehittämistyön haasteet. *Alue ja ympäristö* 33: 1, 30–40.

Zimmerbauer, Kaj (2008). *Alueellinen imago ja identiteetti liikkeessä*. Helsinki: Helsingin yliopisto, Rurality instituutti.

Yle (2018). "*Avaruuden pääkaupunki, miten voin auttaa?*" – Seinäjoki uudisti brändinsä. [Lainattu 12.2.2020] <https://yle.fi/uutiset/3-10364451>

## Liite 1. Haetut aihetunnisteet julkaisumäärineen 3.7.2019

<b>Aihetunniste</b>	<b>Päivityksiä (3.7.2019)</b>	<b>Aineistoon</b>	<b>Julkisia (3.7.2019)</b>	<b>Ensimmäinen postaus</b>
#pohjalainen	1616	0	-	10.10.2012
#pohjalaine	0	0	-	-
#pohjanmaa	52687	0	-	-
#pohjalaisuus	0	0	-	-
#pohjammaa	314	0	-	8.7.2012
#pohjalaine	0	0	-	-
#pohojanmaa	1636	0	-	25.8.2012
#pohojammaa	3324	0	-	17.7.2012
#pohojalaisuus	1	1	1	6.9.2017
#pohjalaane	7	7	7	5.12.2015
#pohojalaiset	7	7	7	10.06.2016
#pohojalainen	8	8	8	4.12.2016
#pohojalaisuus	11	11	11	3.8.2014
#pohjalaaset	20	20	20	12.3.2014
#pohojalaane	36	36	36	29.4.2014
#pohjalaisuus	115	115	70	18.5.2014
#pohjalaanen	150	150	123	9.12.2014
#pohjalaiset	161	161	105	22.8.2013
#pohojalaaset	205	205	91	15.9.2013
#pohojalaanen	339	339	227	22.8.2013
<b>Yhteensä</b>	<b>60637</b>	<b>1060</b>	<b>706</b>	-

## Liite 2. Päivityskuvat

Lataa tiedosto julkaisuista päivitysteksteineen osoitteesta: <https://drive.google.com/file/d/1zsx20FiVlqj4b8dJkRElJ4hBLSdqckbd/view?usp=sharing> tai tilaa tiedosto sähköpostista [piamrt@gmail.com](mailto:piamrt@gmail.com).



**Kuva 1.** Esimerkki denotaatioryhmästä 1 henkilö



**Kuva 4.** Esimerkki denotaatioryhmästä 5 tekeminen



**Kuva 2.** Esimerkki denotaatioryhmästä 6 ryhmä



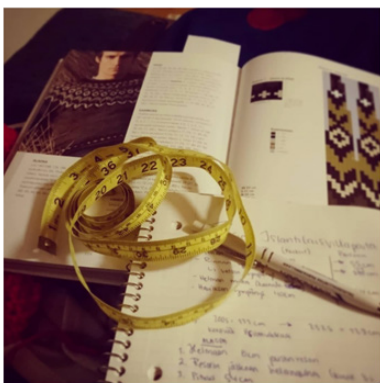
**Kuva 5.** Esimerkki denotaatioryhmästä 2 esine/asia/eläimet



**Kuva 3.** Esimerkki denotaatioryhmästä 5 tekeminen



**Kuva 6.** Esimerkki denotaatioryhmästä 2 esine/asia/eläimet



**Kuva 7.** Esimerkki denotaatioryhmästä 2 esine/asias/eläimet



**Kuva 10.** Esimerkki denotaatioryhmästä 2 esine/asias/eläimet



**Kuva 8.** Esimerkki denotaatioryhmästä 2 esine/asias/eläimet



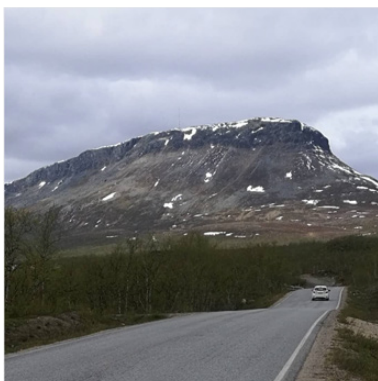
**Kuva 11.** Esimerkki denotaatioryhmästä 3 maisema/paikka/tila/luonto



**Kuva 9.** Esimerkki denotaatioryhmästä 2 esine/asias/eläimet



**Kuva 12.** Esimerkki denotaatioryhmästä 3 maisema/paikka/tila/luonto



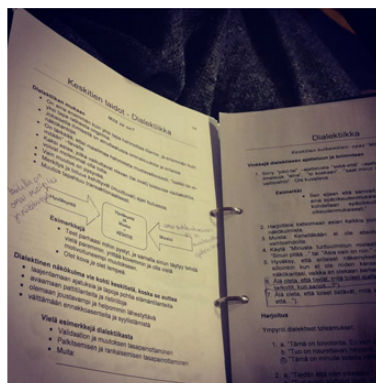
**Kuva 13.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
3 maisema/paikka/tila/luonto



**Kuva 16.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
4 teksti/kuva



**Kuva 14.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
3 maisema/paikka/tila/luonto



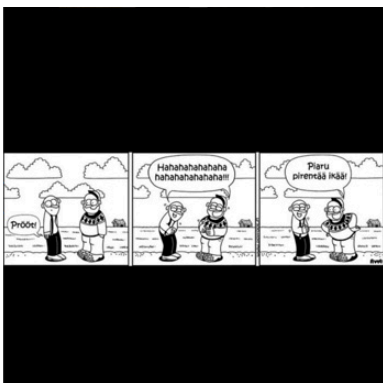
**Kuva 17.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
4 teksti/kuva



**Kuva 15.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
4 teksti/kuva



**Kuva 18.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
2 esine/asia/eläimet



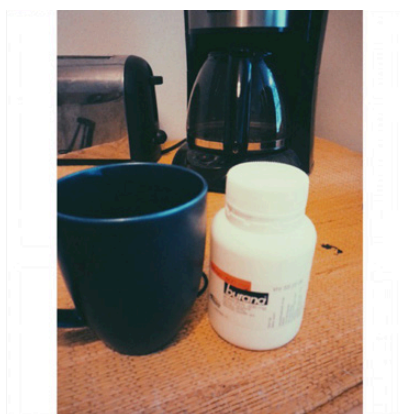
**Kuva 19.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
4 teksti/kuva



**Kuva 22.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
7 ruoka ja juoma



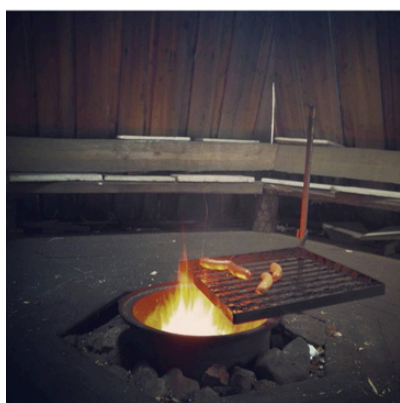
**Kuva 20.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
4 teksti/kuva



**Kuva 23.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
7 ruoka ja juoma



**Kuva 21.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
7 ruoka ja juoma



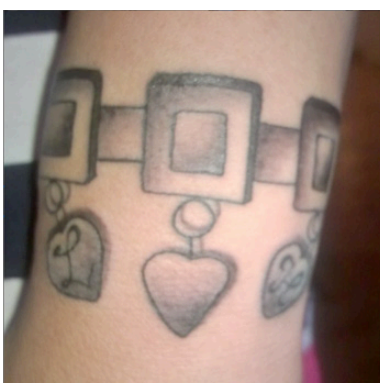
**Kuva 24.** Esimerkki denotaatioryhmästä  
7 ruoka ja juoma



**Kuva 25.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä symbolit



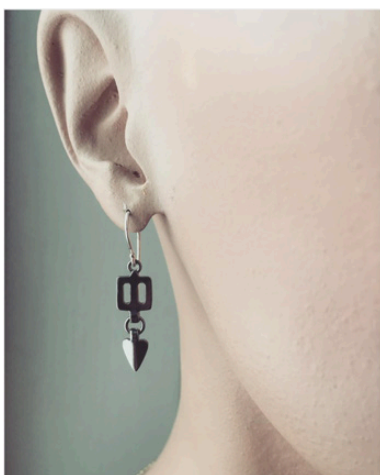
**Kuva 28.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä pohjalainen luonne



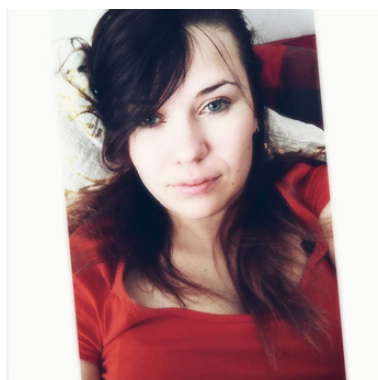
**Kuva 26.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä symbolit



**Kuva 29.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä pohjalainen luonne



**Kuva 27.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä symbolit



**Kuva 30.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä henkilö



**Kuva 31.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä henkilö



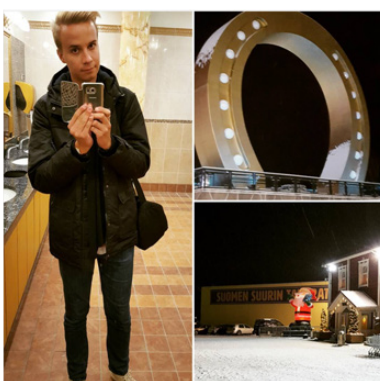
**Kuva 34.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä murre/juuret



**Kuva 32.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä luonto ja ympäristö



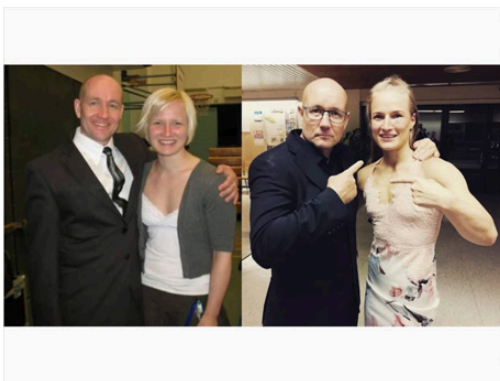
**Kuva 35.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä murre/juuret



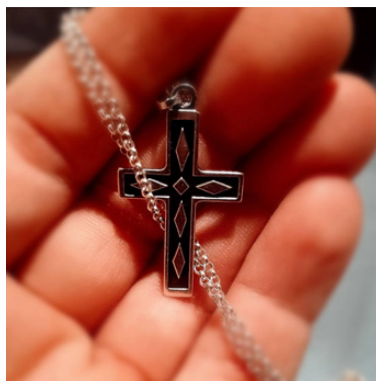
**Kuva 33.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä luonto ja ympäristö



**Kuva 36.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä artefaktit



**Kuva 37.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä yhteishenki



**Kuva 40.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä kulttuuri



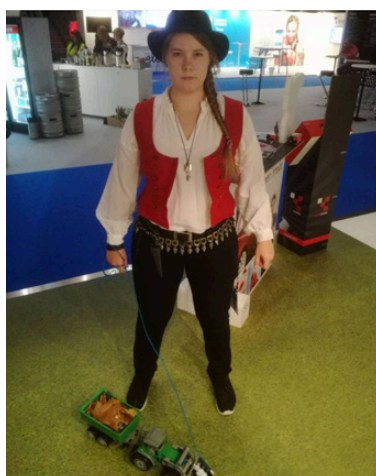
**Kuva 38.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä aktiivisuus/urheilu/käsityöt



**Kuva 41.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä kulttuuri



**Kuva 39.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä yrittäjyys/elinkeinot/opiskelu



**Kuva 42.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä yrittäjyys/elinkeinot/opiskelu



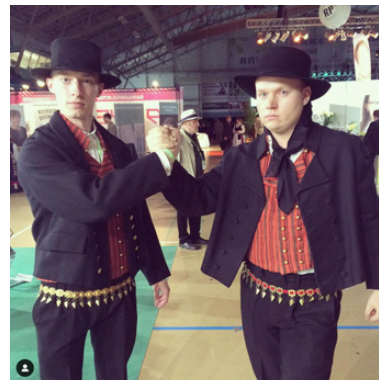
**Kuva 43.** Esimerkki kuvasta, jolla vain yksi selkeä konnotaatio



**Kuva 46.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT pohjalainen luonne



**Kuva 44.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT pohjalainen luonne



**Kuva 47.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT pohjalainen luonne



**Kuva 45.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT pohjalainen luonne



**Kuva 48.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT aktiivisuus/urheilu/käsityöt



**Kuva 49.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT luonto ja ympäristö



**Kuva 52.** Denotaatiokategoria henkilöt, konnotaatioryhmä henkilöt



**Kuva 50.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT symbolit



**Kuva 51.** Esimerkki konnotaatio-ryhmästä KT luonto ja ympäristö