

Siru Valtonen

**”Mitä ees tein Jodelissa
ennen ku BB alko”**
Big Brotherin fanitus Jodel-sovelluksessa

Opinnäytetyö
Yhteisöpedagogi

2020



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Siru Valtonen	Yhteisöpedagogi- koulutus (AMK)	Huhtikuu 2020
Opinnäytetyön nimi ”Mitä ees tein Jodelissa ennen ku BB alko” Big Brotherin fanitus Jodel-sovelluksessa		
Toimeksiantaja Nuorisotalon tutkimus- ja kehittämiskeskus Juvenia		
Ohjaaja Katja Komonen		
Tiivistelmä <p>Fanittamisella tarkoitetaan sosiokulttuurista ilmiötä, joka on mainittu ensimmäisen kerran 1600-luvun loppupuolella. Historiantutkimusten mukaan <i>fani</i>-sanalla viitattiin kiihkouskovai- siin ihmisiin, mutta ajan kuluessa termi on laventunut tarkoittamaan kiinnostusta melkeinpä mitä tahansa asiaa, ihmistä tai ajanvietettä kohtaan.</p> <p>Yhä useampi nuori viettää enemmän aikaa verkossa ja Web 2.0 yleistymisen myötä sosi- aalisen median käytöstä on tullut jokapäiväinen tapa, osa tavallista arkea. Nuoret eivät erit- tele elämäänsä online- ja offline-tilaan vaan yhdistelevät tosielämää ja sosiaalista mediaa jouhevasti keskenään. Erilaisten sosiaalisen median alustojen kehittymisen myötä myös televisio-ohjelmia voidaan katsoa tänä päivänä kollektiivisesti verkon välityksellä ja niistä keskustellaan reaaliaikaisesti.</p> <p>Tämä tutkimus perustuu netnografiseen havainnointimenetelmään, jossa tutkimuksen koh- detta havainnoitiin verkossa. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat Helsingin alueella sijaitse- vat 18–29-vuotiaat hyperlokaalin Jodel-sovelluksen käyttäjät @bigbrother-kanavalla. Tutki- muksen ajankohta sijoittui pääosin tositelevisio-ohjelma Big Brother 2019 -kauden esittämi- sen aikaan. Jodel on saksalainen sosiaalisen median sovellus, jonka käyttö on ilmaista. Sen käyttö perustuu paikallisuuteen ja käyttäjän anonymiteettiin. Käyttäjä voi liittyä eritee- maisille kanaville ja räätälöidä näin Jodel-kokemustaan omiin mieltymyksiinsä mahdollisim- man sopivaksi.</p> <p>Tutkimuksesta selviää, kuinka anonyymiuteen perustuvassa sovelluksessa yhteisö muo- dostuu ja millä tavoin yhteisöllisyys välittyy käyttäjien lähettämässä viesteissä sekä keskus- telunaloituksissa. Yhteisöllisyys perustuu niin sanottuun löyhään yhteisöllisyyteen, jossa kanavalle liittyneet käyttäjät kokevat kuuluvansa yhteisöön, mutta eivät välttämättä tuo fa- niuttaan ilmi muilla tavoin, kuten esimerkiksi pukeutumalla tietynlaisesti, jakamalla saman- laista ideologiaa tai tuomalla fanitustaan muissa yhteisöissä ilmi.</p>		
Asiasanat nuorisokulttuuri, verkkoyhteisöllisyys, fanittaminen, fanitutkimus		

Author (authors)	Degree	Time
Siru Valtonen	Community Educator's degree	April 2020
Thesis title		42 pages
"What was I even doing in Jodel before BB started" Big Brother fandom in Jodel		
Commissioned by		
Nuorisolaan tutkimus- ja kehittämiskeskus Juvenia		
Supervisor		
Katja Komonen		
Abstract		
<p>Fan culture is a term for a sociocultural phenomenon first mentioned in the late 17th century. According to historical research "fan", short for fanatic was a reference to religious zealots but over time the use of the term has expanded to mean interest in practically anything ranging from a person to a pastime.</p> <p>More and more young people spend increasing amounts of time online and since the dawn of Web 2.0 social media has become a daily habit and a part of everyday life. Young people don't categorize their lives between online/offline but instead combine real life with social media with ease. With the development of various social media platforms also television programs can be watched collectively via the web and discussed in real-time.</p> <p>This study is based on an ethnographic research method, netnography, where the target of the study is observed online. The focus group is 18–29-year-old users of the hyperlocal application Jodel in the channel @bigbrother. The time of the study coincided mostly with the airing of the reality show Big Brother season 2019. Jodel is a social media application originating from Germany which is free to use. The app is based on locality and the anonymity of the user. The user can join various different themed channels and tailor their Jodel experience to best suit their own taste.</p> <p>The research shows how a community is formed within an anonymity-based app and how the sense of community is conveyed in the messages and conversations started by users. The sense of community is based on so called <i>ordinary fandom</i> in where the users joining the channel feel a sense of belonging to the community but don't necessarily show their fandom in other ways such as dressing in certain manner, sharing the same ideology or showing their fandom in other communities.</p>		
Keywords		
youth culture, web-based community, fandom, fan research		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	FANITTAMINEN	6
3	VERKKOYHTEISÖLLISYYS	8
3.1	Keskeiset käsitteet	8
3.2	Aiemmat tutkimukset	10
3.3	Big Brother	14
4	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS	14
4.1	Tutkimuksen kohde ja kohdejoukko	14
4.2	Tutkimusote ja aineistonkeruumenetelmä	18
4.3	Aineiston keruuprosessin eteneminen	19
4.4	Aineiston analyysi	23
4.5	Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys	24
5	TULOKSET	25
5.1	#bbyövuoro	25
5.2	Vertaistuki	26
5.3	Kritiikki	26
5.4	Tuotanto	29
5.5	Yhteisöllisyys	31
5.6	Ryhmän lopetus	33
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	34
	LÄHTEET	39

1 JOHDANTO

Kun loppukesästä 2019 televisioon ilmestyivät mainokset julistaen uuden Big Brother -kauden alkamista, moni BB-fani oli ratketa liitoksistaan. Viiden vuoden ajan tauolla ollut maailman suosituimpiin televisioformaatteihin kuuluva tosi-tv-ohjelma oli palaamassa jälleen ruutuihin usean draamannälkäisen katsojan iloksi. Vuoden 2019 kauden iskulauseen kerrottiin olevan houkutteleva ”nyt saa kytätä”.

Viiden vuoden aikana sosiaalinen media on muuttanut muotoaan huomattavasti. Edellisen Big Brother-kauden loputtua lukuisia eri sosiaalisen median kanavia on perustettu ja yhä useampi tv-sarjaan liittynyt kommentointi on siirtynyt koulun pihoilta sekä työpaikan kahvihuoneista suoraan sosiaaliseen mediaan, jossa keskustelua voi käydä reaaliaikaisesti jakson yhä pyöriessä televisiossa. Esimerkiksi toisen suosituksen tositelevisioohjelman, Temptation Island Suomen, yhdeksi tavaramerkiksi on muodostunut mikroblogipalvelu Twitterissä käytyjen keskustelujen, *twiittien*, jakaminen itse televisio-ohjelmassa. Nämä twiitit ovat harvinaisen osuvia ja humoristisia kommentteja ohjelmassa esiintyvistä ihmisistä tai ihmissuhdekuvioista.

Kipinä opinnäytetyöni aiheeseen tulikin alun perin Temptation Island Suomi -aiheelle omistetulta Jodel-kanavalta. Koin, että kanavalle liittyminen ja keskusteluun osallistuminen toivat uusia kerroksia tositelevision seuraamiseen. Kanavalla keksittiin huvittomia meemejä ja sisäpiirivitsejä, joka sai minulle itselleni aikaan tunteen, että en katso tätä sarjaa yksin; ympärilläni on muitakin ihmisiä, joiden kanssa voin keskustella ohjelman herättämistä tunteista ja ajatuksista. Se sai minut ajattelemaan, kuinka television katsomisen kehitys on kulkenut tässä kohtaa ympyrän: siinä missä muutama vuosikymmen sitten lineaarista televisiota katsottiin koko perheen kesken tiettyyn kellonaikaan, erilaisten suoratoistopalveluiden yleistyttyä 2010-luvulla television katselusta tuli hyvinkin yksityistä ja itsenäistä. Enää katsoja ei ollut sidoksissa jonkun ulkopuolisen tahon määrittämiin aikoihin, vaan katsoja sai itse päättää mitä katsoo, milloin katsoo, missä katsoo. Sosiaalisen median ulottuvuuden lisääminen television katseluun tuntui kiehtovalta.

Tämä sai minut miettimään sitä, että mikäli kahtena päivänä viikossa televisiosta tuleva sarja kiinnittää minut näin voimakkaasti osaksi jotain yhteisöä, millaisia mahdollisuuksia yhteisöllisyyden kannalta on sarjalla, jota voi katsoa kymmenen viikon ajan vuorokauden ympäri?

Tässä opinnäytetyössä tutkimuskysymykseni on seuraava: millaista Big Brotheriin kohdistuvaa fanituksen myötä muodostuvaa yhteisöllisyyttä ilmenee anonyymissa Jodel-nimisessä käyttäjän sijaintitietoihin perustuvassa sovelluksessa? Jodel on nuorten suosima sosiaalisen median kanava, joka on noussut yhdeksi uudeksi tämän vuosikymmenen verkkokulttuurin ilmiöksi.

2 FANITTAMINEN

Fanittamisella tarkoitetaan sosiokulttuurista ilmiötä. Useimmissa tutkimuksissa on ollut tapana puhua fanittamisesta ikään kuin se olisi ollut olemassa aina osa yhteiskuntaa. Historiantutkimusten mukaan termi *fani* esiintyi ensimmäisen kerran 1600-luvun loppupuolella Englannissa, jossa sana toimi lyhenteenä hihhuille; kiihkouskovaiselle (*religious zealot*). Yli vuosisata myöhemmin termi sai uuden merkityksen Yhdysvalloissa, jossa journalistit kutsuivat baseball-ottelun katsojia faneiksi kyseisellä lyhenteellä. Tämän jälkeen termin käyttö on laajentunut käsittämään myös muita ihailun kohteita urheilun ulkopuolelle. (Duffett 2013, 55.) Jo vuosisatoja sitten fanitus on nähty eräänlaisena järjestömänä yhteisen asiaan paneutumisenä, josta puuttuu terve järki. Sen sijaan Poikolainen (2015, 20–21) kuvailee fanin olevan affektiivinen, intensiivinen, intermediaalinen kulttuurisen ilmiön aktiivinen kuluttaja, jonka kulutuskäyttäytymiselle on tyypillistä edellä mainittujen kuvausten lisäksi yhteisöllisyys sekä toiminnallisuus.

Ilmiö ei siis ole ollenkaan uusi – saamme yhä lukea eri medioista uutisia nuorista, jotka ovat jonottaneet tuntikausia lempibändinsä keikalle hyytävässä syys-säässä tai pukeutuneet elokuvan teemasta tuttuun cosplay-asuun jatko-osan ensi-iltaa varten. Siinä missä fanittamisen muodot ja toteuttamistavat voivat muuttua, perimmäinen ideologia on kuitenkin sama: fani on melkeinpä loputtoman kiinnostunut tai ihailee varauksetta fanittamaansa asiaa, oli se sitten musiikkigenre, tv-sarja tai elokuvan hahmo.

Sanan *fani* etymologiset juuret tulevat latinan kielestä. Alun perin sana tarkoitti roomalaista temppeliä (*fanum*), josta se myöhemmin johdettiin kuvailemaan työlleen omistautunutta temppelipalvelijaa (*fanaticus*). Englannin kielessä *fanaticus* sanana lyhentyi muotoon *fanatic*. Siinä missä sanaan *fani* liitettiin usein uskonnollisia viitteitä, sana alkoi saada myös muita tarkoituksia. Sanasta *fani* tuli yleistermi ihmisille, joihin viitattiin hulluina, vimmaisina tai riivatuiksi katsottuina. 1930-luvulle siirryttäessä *fani* oli terminä vakiinnuttanut jo jalansijaa puhemielessä sellaisena kuin me sen tänä päivänä yhä koemme. (Poikolainen 2015, 13.) Tätä nykyä suomenkielinen *fani*-sana kätkee sisälleen kasvavissa määrin yhä useampia merkityksiä, joka omalta osaltaan on aiheuttanut sen, että termin merkitys on muuttunut yhä epämääräisemmäksi. Nykyään fanittamiseen voidaan liittää melkein mikä tahansa harrastustoiminta tai mielenkiinnon kohde; faniuden aihe voi olla siis mitä tahansa maan ja taivaan väliltä. (Poikolainen 2015, 14–15.) Tätä käsitteen laantumista tukee myös Nikunen (2005), joka on huomannut *fanitus*-termin käytön yleistyneen kuvaamaan viehättymistä ja kiinnostusta.

Useille ihmisille nuoruudessa tapahtunut fanitus jättää pysyvän muistijäljen. 1980-luvulla Yhdysvalloissa on raportoitu Monkees Mania -ilmiöstä – 60-luvulla vaikuttaneen The Monkees -yhtyeen fanituksen uudesta piikistä. 1960-luvulla nuoruuttaan eläneet, nyt jo vanhemmiksi tulleet, ovat halunneet jakaa fanituksen kohteensa omien lasten kanssa, mikä on aiheuttanut sitä myötä uuden faniaallon. (Barton & Lampley 2014, 200.)

Ylen Elävästä Arkistosta löytyneen Kirka Fan Club -yhteisön toiminnanjohtajan Pirjo Kohosen haastattelussa, Kohonen toteaa moneen otteeseen Kirkan faniyhteisön olevan ennen kaikkea palvelumuoto: se yrittää toteuttaa faniensa toiveita, auttaa heitä saamaan parempi kontakti idoliin tai tarjota heille idolista ajankohtaista informaatiota ja myydä heille oheistuotteita muutaman markan hinnalla. Kohonen koki myös tärkeäksi sen, että he voivat tarjota faneille ”sellaisen yhteisen fiilingin”. (Yle Elävä Arkisto 2017.) Tähän viattomaan kommenttiin kiteytyykin koko faniryhmittymien ydin: nuori haluaa kuulua johonkin ryhmittymään ja toteuttaa sitä kautta omaa identiteettiään, sekä jakaa toisten samanimielisten kanssa ajatuksia ihailun kohteesta. Tätä teoriaa tukee myös Nikunen (2005, 56) jaotellessaan tutkimuksessaan faniuden määrittelyn kuuteen eri elementtiin, joista yksi on yhteisö ja identiteetti. Fani-identiteetin muodostumisen

ja vahvistumisen kannalta on erityisen tärkeää, että löytää yhteisön, johon kuulla ja jossa voi jakaa kokemuksia muiden samaa aihetta fanittavien kanssa. Nikunen tuo tutkielmassaan esille myös Henry Jenkinsin näkemyksen yhteisön tarjoaman suojan tärkeydestä, sillä se suojaa faneja muiden pilkalta ja väheksynnältä.

3 VERKKOYHTEISÖLLISYYS

3.1 Keskeiset käsitteet

Ihmisten käsitys verkkoyhteisöllisyydestä on muovautunut vahvasti Web 2.0:n myötä. Se tunnetaan tätä nykyä tutummin nimellä sosiaalinen media. Sosiaalinen media luo käsittämämme maailman rinnalle uuden ulottuvuuden, jossa kuka tahansa voi toimia sisällöntuottajana ja verkostoitua muiden ihmisten kanssa, välittämättä maantieteellisistä esteistä ja muista mahdollisista rajoitteista. Sosiaalisen median myötä internet muuttui pelkästä tietolähteestä vastavuoroiseksi mediaksi. (Heikka, 2014.)

Verkkoyhteisöihin liittyvä subjektiivinen sitoutuminen voi olla voimakasta, vaikka ryhmä ei muuten noudattaisi tiukkaa normitettujen käytäntöjen jäsenryhmää. Tällä siis tarkoitetaan sitä, että verkkoyhteisöt käsitetään esimerkiksi 90-luvun lopulla syntyneiden nuorisokulttuuristen alakulttuuriryhmien rinnalla entistä vapaampina yhteisöinä, jotka eivät vaadi osallistujalta samankaltaista lojaalisuutta ryhmää kohtaan, kuten esimerkiksi saatananpalvojat tai moottoripyöräjängit ovat jäseniltään odottaneet. (Lähteenmaa 2000, 34–35.)

Verkkoyhteisöissä ryhmän muodostuminen noudattaa samaa kaavaa kuin missä tahansa muussa ryhmätilanteessa. Ryhmä muodostuu siinä hetkessä, kun se tapaa ensimmäisen kerran. Ryhmään tulevat jäsenet tunnustelevat ilmapiiriä ja sitä, millaisista ihmisistä ryhmä ylipäätään muodostuu. Ryhmä muuttuu sen olemassaoloaikana useaan kertaan ja monella eri tavalla: ryhmään saattaa tulla lisää jäseniä tai ryhmästä saattaa poistua jäseniä. (Selin ym., 2015.)

Ryhmän muodostumiseen kuuluu erilaisia vaiheita. Ensimmäistä vaihetta kutsutaan myös ryhmän kuherruskuukaudeksi. Sen ominaisiin tunnuspiirteisiin kuuluu, että ryhmän jäsenet haluavat tutustua toisiinsa, miellyttää ja saada hyväksyntää muilta kanssajäseniltä. Samaan aikaan ryhmän yleinen tunnelma voi olla hieman varautunut ja tunnusteleva – mitä uskaltaa sanoa ääneen, millaiset mielipiteet ovat yleisesti hyväksyttyjä ja millainen huumori saa suurimman osan yleisöstä puolelleen. (Mts. 26.)

Kuherruskuukauden jälkeen yhteisön ilmapiiri voi huonontua. Tämä vaihe tunnetaan myös nimellä kuohuntavaihe. Ryhmän jäsenet saattavat riitaantua keskenään, käyttää mielipiteissään ja kommenteissaan kärkkäämpää kieltä ja luoda vastakkainasettelua ryhmän eri jäsenten tai klikkien kesken (ks. kuva 1). Kuohuntavaiheen jälkeen yhteisössä koittaa aika, jolloin yhteiset näkemykset rakentuvat vahvemmiksi. Ryhmän jäsenet huomaavat, että omalla toiminnallaan voi vaikuttaa ryhmän tiiviyyteen, toimivuuteen sekä yleiseen ilmapiiriin. (Mts. 31–34.)

Ryhmän elinkaaren tullessa kohti loppuaan, alkaa irtautumisvaihe. Yleensä ryhmän toiminta päättyy, kun ryhmä muuttuu riittävän paljon, ryhmän jäsenet siirtyvät toisiin ryhmiin, yhteinen projekti on saatu päätökseen tai esimerkiksi opiskelijat valmistuvat. Irtautumisvaiheeseen voi liittyä voimakkaitakin tunteita: kiittolisuutta, surua, haikeutta tai eroahdistusta. (Mts. 35.)

Yhteisöllisyyden ja ryhmään kuulumisen teema on murroksessa tällä aikakaudella, sillä nykypäivänä yksilöiden välillä yhteys voidaan luoda muillakin keinoin kuin perinteisesti kasvokkain. Uudet erilaiset yhteisöpalvelut tuovat ihmisen lähemmäs uusia yhteisöllisyyden muotoja. Hallberg ja Kohtakangas (2005, 19) tuovat esille Kupiaisen ja Sintosen (2009) näkökulman yhteisömääritelmään:

”Heidän mukaansa yhteisöjen ja ryhmittymien sijasta voitaisiin puhua parvista. Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden ryhmille, jotka järjestäytyvät vain hetkellisesti jonkin toiminnan ympärille. Ajatukset ja ideat välittyvät verkossa nopeasti ja asiasta kiinnostuneet henkilöt muodostavat parvia keskustelemaan kiinnostuksen kohteista. Mielestämme määritelmä kuvaa hyvin tätä aikaa, jossa vaihdetaan nopealla tahdilla mielipiteitä ja siirrytään ryhmästä toiseen. Koko ajan eletään ja ollaan liikkeessä. Määritelmä on mielenkiintoinen, mutta ei ole vielä levinnyt kovin laajalle.”



Kuva 1. Kuvakaappausesimerkki ryhmän kuuhunttavaiheesta.

3.2 Aiemmat tutkimukset

Suomessa tehdyt tutkimukset fanittamisesta ovat keskittyneet usein musiikkiin, joskin mukaan mahtuu myös muita teemoja. Kaarina Nikunen (2005) on tutkimuksessaan Faniuden aika tutkinut televisiosarjoja ja niissä esiintyviin hahmoihin liittynyttä fanittamista, mikä on tämän työn kannalta ollut arvokas tutkimuksen lähde. Nikunen on tutkimuksessaan kuvannut televisiosarjojen fanittamisen eri muotoja ja sitä, kuinka suuresti eri faniryhmät voivat erota toisistaan tavoissaan fanittaa, kokoontua tai keskustella fanituksen kohteestaan muiden fanikuntaa kuuluvien kanssa. Nieminen (2013) on tutkinut pro graduissaan sitä, millaista yhteisöllisyyttä ja sosiaalisuutta suomalaisten euroviisufanien parissa esiintyy. Niemisen työssä kuvaillaan internetiä tärkeänä välineenä yhteisön muodostumisessa. Internet on mahdollistanut fanien toistensa löytämisen. Se on lisännyt fanien rohkeutta ilmaista faniutensa myös muissa sidosryhmissään

sillä oman faniyhteisön myötä he ovat rohkaistuneet omaksumaan fani-identiteettinsä.

Karasti (2016) on opinnäytetyössään tutkinut fan fiction -fanitusta Suomessa ja tuonut sitä myötä tärkeää nuorisokulttuurista ilmiötä näkyviin. Tutkimustuloksista selviää, kuinka tärkeää fan fiction on faneilleen: moni kokee sen olevan ennemminkin elämäntapa kuin pelkkä harrastus. Tutkimuksen vastaajat ovat kertoneet fan fictionin olevan mielessä jatkuvasti, jolloin se on muodostunut osaksi tavallista arkea ja ajattelutapaa. Moni vastaaja on kertonut vaikeuksistaan olla niin sanotusti tavallinen fani, sillä fan fiction -harrastus vie ison osan heidän vapaa-ajastaan.

Salasuo, Poikolainen ja Komonen (2012) ovat tutkineet 2000-luvun Suomessa ilmeneviä katukulttuurin muotoja; millaisten asioiden äärelle nuoret ovat voineet kokoontua yhdessä, millä tavoin katukulttuurissa omaa identiteettiä on voitu ilmentää ulkoisin tyylivalinnoin tai millaisia ideologioita nuoret voivat jakaa keskenään. Salasuon ym. (2012) mukaan ensimmäinen suomalainen nuorisoryhmiin kohdistunut tutkimus on ollut vuonna 1953 ilmestynyt Rafael Helangon (1953) Turun poikasakit – sosiologinen tutkimus 9–16-vuotiaitten poikien spontaanisista ryhmistä vv. 1944–1951. Tutkimuksessa käsiteltiin nuorten paikallisten pienryhmien järjestäytymistä sakeiksi, jotka puhetapansa ja pukeutumisansa avulla erottautuivat muista sakeista.

Laakso (2014) tutkii opinnäytetyössään sosiaalisen median luomaa alustaa fanikulttuurille, jossa ongelmaksi nousee fanien tekemien fanitöiden tekijänoikeudet: koetaanko fanityöt perinteisen median uhkana vai voisiko fanikulttuurin omaksuminen tarjota hyvän mahdollisuuden faneille lisätä heidän uskollisuutensa omaa tuotettaan kohtaan? Laakso nostaa työssään tuottajien kaksijakoisen suhtautumisen aiheeseen: osa on ymmärtänyt fanikunnan arvon erilaisten digitaalisten sisältöjen tekijöinä, kun taas osa virallisen tahon toimijoista kokee vahvasti omistushaluisuutta tuotteeseensa. Asiaan voitaisiin suhtautua johdonmukaisemmin, mikäli tekijänoikeuksiin liittyisi tarkempaa lainsäädäntöä, joka tunnistaisi ja tunnustaisi tunnuspiirteistöä, mikä verkossa tapahtuvaan fanikulttuuriin kuuluu.

Verkkoyhteisöllisyyttä on tarkasteltu myös yhteiskuntakriittisellä keskustelufoorumilla nimeltä Hommaforum. Yksi verkkoyhteisöllisyyden ilmentymiä ovat yleiskieliset sanat, jotka kätkevät sisäänsä erikoismerkityksen. Sanat voivat esimerkiksi tarkoittaa päinvastaista, mitä se on alun perin tarkoittanut. Tämän lisäksi yhteisössä voi muodostua omia lyhenteitä, sanaväännöksiä tai lempinimiä. Näiden sanojen ymmärtämiseksi tulee perehtyä keskustelufoorumin sisältöön, ilmiöihin sekä taustoihin. Siksi kontekstista irrotettua tekstiä voi olla ulkopuolisen jäsenen mahdotonta tulkita, sillä ironia tai muut mahdolliset merkitykset eivät välity. (Vänni, 2009.)

Erilaisten digitaalisten yhteisöjen jäsenten keskinäiset siteet sekä niiden vahvuus ja kestävyys jakaa mielipiteitä. Jotkut ovat sitä mieltä, että fyysisen kontaktin puuttuessa yhteisön jäsenten väliset siteet eivät voi olla vahvoja, kun taas toiset näkevät keskusteluryhmät tärkeänä paikkana läheistenkin ystävyyssuhteiden muodostumiselle. Kasvokkainen kontakti ei voi olla ainoa elementti, joka tekee fanikunnasta lopultakin täysin aidon tai yhteisöllisen. (Nieminen 2013.) Santero (2016) on tutkinut englantilaisen One Direction -yhtyeen fanikunnan voimaa ja kykyä hallita maailmanlaajuisia Twitter-trendejä. Santeron tutkimukseen kietoutuvat yhteen sosiaalinen media, populaarikulttuuri ja faniyhteisön sosiaalinen hierarkia. One Directionin fanitus Twitterissä on ollut ainutlaatuista 2010-luvulla, sillä mikään muu populaarikulttuurin tuote ei ole noussut yhtä suureksi maailmanlaajuiseksi ilmiöksi mikroblogipalvelu Twitterissä.

Duffett (2013, 398–400) on tutkinut lukuisia eri verkossa kokoontuvia faniyhteisöjä ja sitä, kuinka internet on helpottanut muiden fanien kanssa kommunikointia, sillä enää ei ole tarvinnut matkustaa erilaisiin fanitapahtumiin nähdäkseen muita kanssafanittajia. Beer (2008) Duffettin kertomana on tutkinut brittilaulajan Jarvis Cockerin faniyhteisöä *Jarvspacea*, joka on erityislaatuinen siinä mielessä, että itse Cocker viestittelee yhdessä faniensa kanssa ja toimii itse sivuston ylläpitäjänä.

Web 2.0 on omalta osaltaan mahdollistanut sen, että fanien on mahdollista päästä yhä lähemmäksi esikuvaansa. Nikunen (2005, 323) on tutkimuksessaan huomannut, että Xena-TV-sarjan fanitus tapahtui verkon välityksellä, jolloin muodostui kiinteä yhteisö. Kun taas esimerkiksi Ally McBealin fanituksen tunnuspiirteeksi muodostui etäisyys fanistereotypiaan; fanit eivät olleet osa tiivistä

yhteisöä, vaan fanitus oli enemmänkin varauksellista ja yksityistä. Nieminen (2013) esittelee tutkimuksessaan Andrea Bakerin (2012) tutkimusta siitä, kuinka Internetin välityksellä Rolling Stones-faniyhteisö vaihtelee materiaalisia hyödykkeitä keskenään. Hyödykkeitä ovat mm. Rolling Stonesin musiikki, konserttiliput, vaatteet, asusteet ja taideteokset. Vannoutunut ja asialleen omistautunut fani voi saada haltuunsa sisäpiirin tietoa esimerkiksi konserttilippujen salaisen myyntipäivän julkistamisesta etukäteen tai kuinka saada parhaimmat paikat konsertista.

Fanit voivat jopa luovuttaa luottokorttitietoja toisilleen tai suorittaa kansainvälisiä rahansiirtoja, jotta toisessa maassa asuva fani voi heidän puolestaan ostaa keikkaliput. Tämä kertoo siitä, että vaikka yhteisö kokoontuu verkossa, fanien keskinäinen luottamus sallii näinkin arkaluontoisten tietojen antamisen ja omaisuuden luovuttamisen toiselle ihmiselle. Muut jäsenet eivät siis näyttäyty toisilleen muukalaisina, vaan yhteisen kiinnostuksen kohteen jakavina tasavertaisina ihmisinä. Toinen Bakerin tutkimuksessa ilmi tullut esimerkki on eräältä verkkofoorumilta, jonka jäsenet suunnittelivat yhdessä bändipaidan, joka laitettiin myyntiin vain yhteisön jäsenille. Näin keikalla tavatessaan fanit pystyivät tunnistamaan toisensa yhdellä silmäyksellä ihmisjoukosta, joka on omiaan lisäämään välitöntä yhteenkuulumisen tunnetta. (Nieminen 2013.)

Suomessa fandom koki eräänlaisen murroksen 2000-luvulla Risingshadow-nimisen nettiyhteisön muodostuttua. Fandomilla tarkoitetaan jonkin tietyn asian, kuten televisiosarjan, yhtyeen tai urheilujoukkueen kannattajista muodostuvaa yhteisöä. Risingshadow-yhteisön keski-ikä oli noin 20 vuotta. Jäsenet eivät olleet kuulleet suomalaisesta fandomista tai siitä, kuinka ja millä tavoin siihen ”tuli” kuulua – sivustolla sivuttiin fandomin lisäksi myös ahkerasti muista nuorten elämään liittyvistä asioista, kuukupeista matkustuskokemuksiin ja noloihin tilanteisiin. Verkon välityksellä kokoontunut yhteisö järjesti keskinäisiä tapaamisia huomattavasti vähemmän, kuin mitä perinteisesti fandomin nimissä oli Suomessa järjestetty. (Hirsjärvi 2008, 196–197.)

Verkkoyhteisön alustana Jodel on Suomessa valikoitunut opinnäytetyön aiheeksi kolmesti aiemmin: Toukosalo (2019) on Poliisiammattikorkeakoulun opinnäytetyössään tutkinut, millaisia haasteita anonyymi sosiaalisen median

kanava voi tuoda poliisin työhön. Räsänen (2018) on opinnäytetyönään teettänyt kyselyn Jodelin Kiusalliset-kanavan käyttäjille ja tarkastellut tutkimuksensa kanavan nuorten sosiaalisia suhteita, heidän kokemuksiaan Kiusalliset-kanavalle muodostuneesta verkkoyhteisöstä sekä yhteisön merkityksestä heidän elämässään. Jodelista on myös tutkittu sen taipumismahdollisuuksia toimitajan työkaluksi juttujen idea- sekä vinkkilähteenä (Ruohisto 2018).

3.3 Big Brother

Big Brother on 2000-luvun puhutuimpia tositelevisiosarjoja. Se on myös yksi maailman tunnetuimpia televisioformaatteja, joka on pyörinyt eri maiden televisioissa jo 20 vuoden ajan. Hollantilaiseen alkuperäisformaattiin perustuvalla Big Brotherilla oli esimerkiksi vuoden 2018 aikana käynnissä 28 eri tuotantoa 21 eri alueella, mikä on eniten koko ohjelman historiassa. (Nelonen, 2019.) Sarjan ideaan kuuluu, että toisilleen entuudestaan tuntemattomat ihmiset laitetaan asumaan samaan taloon kymmenen viikon ajaksi ja kamerat kuvaavat heitä vuorokauden ympäri. Sarjaa on nimitetty eräänlaiseksi ihmiskokeeksi, jossa katsojat päästetään tarkastelemaan sitä, kuinka ihmiset käyttäytyvät suljetussa tilassa tehden heille määrättyjä tehtäviä ja tutustuen muihin talon asukkaisiin. Asukkailla ei ole kontaktia ulkomaailmaan.

Joka viikon aikana asukkaat joutuvat nimeämään toisistaan tietämättä joukostaan kilpailijoita häätöuhan alle, ja viikon päätteeksi suorassa lähetyksessä talosta häädetään katsojien äänestämä putoaja. Voittaja saa palkinnoksi rahasumman, joka vaihtelee maittain sekä tuotantoyhtiöiden kesken. Viiden vuoden tauon jälkeen palannutta ohjelmaa seurasi lähes miljoona suomalaista avausjakson aikana (Tani, 2019).

4 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

4.1 Tutkimuksen kohde ja kohdejoukko

Tutkimuksen kohteena toimi Jodelin @bigbrother-kanavalle liittyneet jodlaajat Helsingin alueella. Opinnäytetyön aihe löytyi omasta kiinnostuksesta nuorten suosimia sosiaalisen median palveluita kohtaan. @bigbrother-kanavan käyttäjien ikähaarukaksi arvioitiin 16–60-vuotiaat jodlaajat, mutta suurimman osa

käyttäjistä on arvioitu sijoittuvan 18–29-vuotiaisiin (Sauveroché 2020b). Kohdejoukoksi rajautui Jodel-nimistä käyttäjän sijaintiin perustuvaa sovellusta käyttäviin ihmisiin Helsingin alueella. Kohderyhmän ikähaarukaksi asetettiin ennalta noin 18–29-vuotiaat nuoret, joiden oletettiin muodostavan suurin osa @bigbrother-kanavan käyttäjäkunnasta.

Jodel on sovellus, jonka toiminta perustuu anonyymiin, reaaliaikaiseen keskusteluun muiden alle 10 kilometrin säteellä olevien käyttäjien, *jodlaajien*, kanssa. Sovellus hyödyntää käyttäjän älypuhelimien sijaintitietoja ja tarjoaa käyttäjän siirtyessä paikkakunnalta toiselle uuden keskustelualustan. Keskustelua voi käydä suoraan oman paikkakunnan pääkanavan syötteessä, tai eri aihepiireihin keskitetyillä kanavilla. (Jodel FAQ.) Nykyisen sijaintinsa lisäksi käyttäjän on mahdollista asettaa sovellukseen kotipaikkakunta, jota voi sovelluksen uusimman päivityksen myötä halutessaan vaihtaa enintään kolmen kuukauden välein (Sauveroché 2020a). Sovelluksen käyttäminen on täysin maksutonta.

Alun perin Jodel luotiin yliopisto-opiskelijoiden keskustelualustaksi, mutta myöhemmin Jodelin käyttäjäkunta on laajentunut monenlaisissa eri elämäntilanteissa olevien ihmisten sovellukseksi. Jodelin käyttäjien ikähaarukasta ei ole tarkkaa dataa, mutta vanhimpien käyttäjien on arvioitu olevan yli 60-vuotiaita (Sauveroché 2020a).

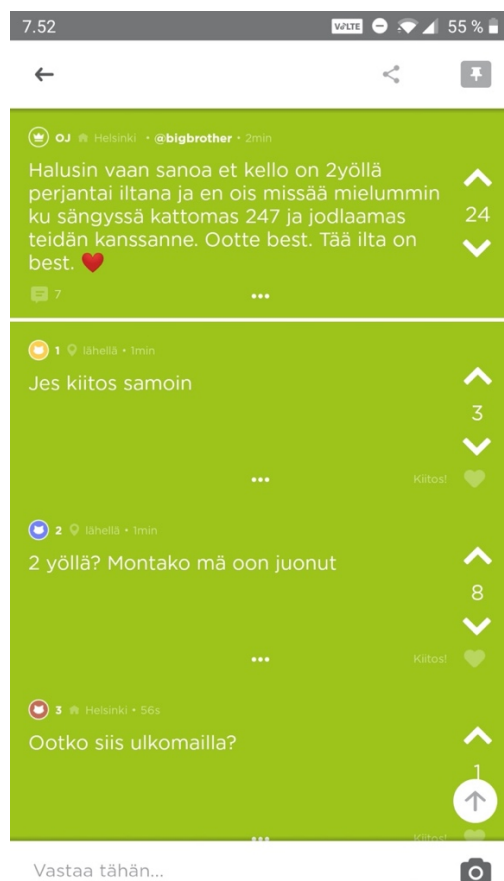
Jodelissa on mahdollista nähdä muiden *jodlaajien* kirjoittamia viestejä enimmillään 10 kilometrin säteeltä. Tämä tarkoittaa sitä, että viesti, *jodlaus*, on kirjoitettu tämän kyseisen säteen sisältä. Jodel tarjoaa ominaisuuden nähdä viestin tarkempi lähettämispaiikka määrittelemällä käyttäjän status siten, että merkitään viestin ylälaitaan sanan ”täällä”, ”erittäin lähellä”, ”lähellä”, ”kaukana”, tai ”kotikaupunki”. ”Täällä” tarkoittaa, että viesti on lähetetty alle kilometrin päästä käyttäjästä. ”Erittäin lähellä” puolestaan tarkoittaa kahden kilometrin etäisyyttä. ”Lähellä” tarkoittaa kymmenen kilometrin sädettä ja ”kaukana” ylittää 10 kilometrin etäisyyden. Mikäli viesti on lähetetty esimerkiksi toiselta puolelta maailmaa, mutta käyttäjä on asettanut ennen matkalle lähtöä kotikaupunkinsa, hän voi yhä lähettää kotikaupunkiin tarkoitettuja viestejä. Tällöin viestiin ilmestyy status ”kotikaupunki”. (Jodel FAQ.)

Jodel sovelluksena puhuttaa ihmisiä. Koska kaikki kanssakäyminen kyseisessä sovelluksessa perustuu anonyymiteettiin, ihmisillä saattaa hämärtyä todellisuudentaju sen suhteen, kuinka ihmisten tulisi puhua toisilleen sosiaalisessa mediassa. Lehtien otsikoihin Jodel päätyy yleensä negatiivisessa valossa. Jodel-kohtaus saattaa nousta epäonnistuneiden Tinder-treffien puinti muiden käyttäjien kanssa (Tyttö 2017), juorukanavilla esiin nousseet väitteet julkisuuden henkilöiden seksuaalisesta suuntautumisesta, parisuhdestatuksista tai vaietuista kauneusleikkauksista (Määttänen 2019, 2018, 2017). Jodelin käyttäjäkunta on laajentunut alkuperäisestä kohderyhmästä, korkeakouluopiskelijoista, työelämässä olevien lisäksi myös varuskunnassa oleviin nuoriin. Esimerkiksi Puolustusvoimilla ollaan tietoisia sovelluksen suosioista varusmiesten kesken; vaikka suurin osa keskusteluista käydäänkin hyvässä hengessä, ongelmia tuottaa muun muassa salaiseksi tarkoitettujen paikkatietojen jakaminen ja ajoittainen epäsopeva sekä aggressiivinen viestintä (Kantaniemi 2018). Aika ajoin Jodelissa käydyistä keskusteluista nostetaan myös rikossyytteitä. Yleisimpiä rikosnimikkeitä ovat kunnianloukkaus, yksityiselämää loukkaavan tiedon levittäminen ja laiton uhkaus (Toukosalu 2019, 12–13).

Erilaisiin teemoihin keskittyneitä kanavia voi etsiä sovelluksessa Etsi-toiminnon avulla. Kanavalle liitytään Liity kanavalle -painikkeesta, jonka jälkeen käyttäjän on mahdollista tykätä muiden kirjoittamista viesteistä tai osallistua itse keskusteluun. Kenen tahansa jodlaajan viestiin on mahdollista reagoida painamalla viestin oikealla puolella olevaa nuolta. Nuolivaihtoehdot osoittavat joko ylös tai alas (ks. kuva 2). Näitä kutsutaan nimellä *upvote* ja *downvote*. Karkeasti määriteltynä *upvote* tarkoittaa tykkäystä; viesti on voitu argumentoida hyvin tai toinen käyttäjä voi olla samaa mieltä viestin kirjoittajan kanssa. Käyttäjä saa *karmaa* *upvote*ista. Karmalla tarkoitetaan pisteitä, joita käyttäjät saavat keskustelualoituksia tekemällä, auttamalla muita ja saamalla muilta käyttäjiltä *upvote*-ääniä (Jodel FAQ).

Downvote puolestaan on merkki siitä, että viesti on ylenpalttisen ilkeä, siinä on argumentointivirheitä tai se on muuten vain tulkittavissa turhaksi viestiksi eli *spämmiksi*. Kun viesti saa yli viisi *downvote*-ääntä, se katoaa ketjusta niin, että nähdäkseen viestin sisältö se tulee klikata erikseen auki. Jodelissa on myös mahdollista liputtaa, *flagata*, kommentteja. Liputtamisella tarkoitetaan sitä, että viesti rikkoo Jodelin käyttäjä sääntöjä. Jodelin iskulause on ”Good vibes only”,

jolla halutaan taata se, että Jodel on alustana turvallinen ja hyvää mieltä levittävä. Hyvien vibojen eli Jodelin arvojen periaatteena on, että viestit olisivat positiivisia, ystävällisiä, tukevia, hauskoja ja ottavat erilaiset ihmiset ja elämäntyyli huomioon (Jodel FAQ). Kun viesti on liputettu, siitä tulee tieto *moderaattoreille*. Koska Jodel on yhteisöllisyyteen perustuva sovellus, moderaattorit koostuvat Jodelin käyttäjistä, jotka ovat keränneet tarpeeksi karmapisteitä ja ovat toimineet myös muuten Jodelin käyttäjä sääntöjen mukaisesti (Jodel FAQ). Moderaattorit näkevät liputetut viestit, jolloin heidän on mahdollista joko hyväksyä tai estää viesti. Kun tarpeeksi moni moderaattori on päättänyt estää viestin, se poistuu Jodelista. Karmapisteitä on mahdollista kerätä myös moderoimalla; mikäli suurin osa moderaattoreista on samaa mieltä kanssasi siitä, tuleeko viesti hyväksyä vai estää, kaikki samalla tavalla äänestäneet saavat karmaa. Mikäli moderaattorin mielipide eroaa toistuvasti enemmistöstä, moderaattorin sijoitus laskee ja voi mahdollisesti menettää moderointioikeutensa.



Kuva 2. Kuvakaappausesimerkki jodlaajan affektiivisuudesta kanssajodlaajia sekä yhteisöä kohtaan.

4.2 Tutkimusote ja aineistonkeruumenetelmä

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena on tutkia ja kerätä tietoa siitä, kuinka yhteisen kiinnostuksen kohteen myötä ilmenevä yhteisöllisyys näyttäytyy anonyymissa sovelluksessa.

Tässä tutkimuksessa vastataan seuraavaan kysymykseen: Millaista yhteisöllisyyttä rakentuu anonyymitehtiin pohjautuvassa faniympäristössä?

Etnografia määritellään yhdeksi havainnoinnin muodoksi, jossa tapahtumat lähtevät käyntiin sosiaalisen todellisuuden luonnollisissa olosuhteissa (Eskola & Suoranta 2008, Oyerin 2017, 23 mukaan). Etnografisen tutkimuksen sijoittuessa verkkoon, kutsutaan tutkimusmuotoa virtuaaliseksi etnografiaksi tai netnografiaksi (Kananen 2014, 17). Opinnäytetyön tutkimus toteutetaan netnografisella tutkimusmenetelmällä. Kananen mukaan (2014, 106) netnografisen tutkimusmenetelmän havainnointimalleja on muutamaa erilaista; tutkija voi jäädä ulkopuoliseksi havainnoijaksi, jolloin hän seuraa sivuston tapahtumia ulkopuolisena jäsenenä. Tutkijan on myös mahdollista kirjautua sivustolle tai keskustelupalstalle jäseneksi. Verkossa tapahtuvan ilmiön tarkastelua on mahdollista toteuttaa eriasteisesti. Tutkija voi toimia tarkkailijana kertomatta yhteisön jäsenille roolistaan. Tutkijan on myös mahdollista toimia aktiivisena jäsenenä osallistumalla keskusteluun.

Aineiston keräämisen metodiksi netnografinen tutkimusmenetelmä soveltuu mainiosti, sillä tarkoituksena on tutkia ilmiötä sille luontaisessa ympäristössä verkossa. Osallistuva havainnointi mahdollistaa sen, että tutkija pääsee paremmin tutkittavaan yhteisöön sisälle, vaikka ei itse olisikaan tutkimuskohteen jäsen (Kananen 2014, 111). Tutkimusta varten ei tarvinnut hankkia tutkimuslupaa eikä kanavan jäsenille ei tarvitse tiedottaa erikseen tutkimusajankohdasta, sillä kanavalle on kenen tahansa mahdollista liittyä ja keskustelualusta on muodoltaan julkinen.

Koska tutkimuksen lähtökohtana on tutkia ihmisten vapaa-ajanviettotapoja anonyymilla keskustelupalstalla, havainnointiin päädyttiin myös siksi, että saataisiin tietoa siitä, toimivatko ihmiset kuten he sanovat toimivansa. Esimerkiksi ihmis-

ten arvostuksia tutkittaessa saadaan erilaisia tuloksia, jos niistä asioista kysellään ihmisiltä itseltään tai jos havainnoidaan ihmisten todellista toimintaa arkielämässä ja sosiaalisessa kanssakäymisissä. Puheen ja asennoitumisen taso voi olla hyvinkin eriävä käytännön tasolla. Havainnoinnin suurin etu on se, että sen avulla voidaan saada suoraa, muuntelematonta empiiristä tietoa yksilöiden, ryhmien tai organisaatioiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. (Hirsjärvi ym. 2005, 201–202.)

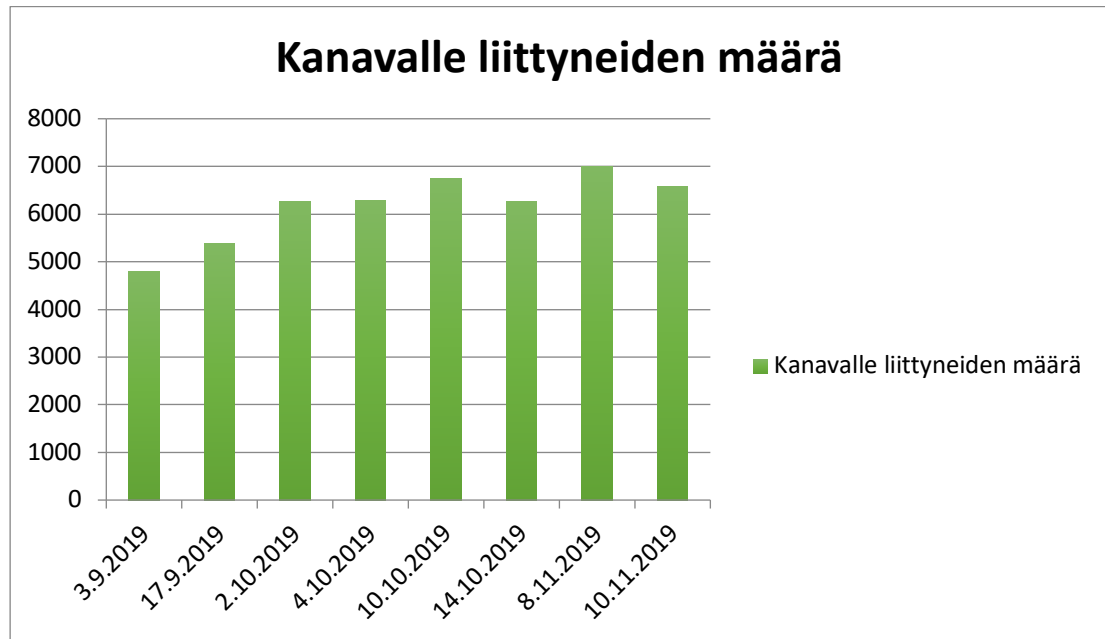
Havainnoimalla kohdeyleisöä tarvitsemansa tiedon saa suuremmalla todennäköisyydellä kuin haastattelemalla. Havainnointi edellyttää suunnitelmallisuutta, kuten päiväkirjaan havaintojen raportointia ajantasaisesti, jotta pienetkään yksityiskohdat eivät jäisi tutkijalta huomiotta (Ojasalo ym. 2009, 42.)

4.3 Aineiston keruuprosessin eteneminen

Netnografisella tutkimusmenetelmällä toteutettu havainnointi helpottaa tutkijan esivalmisteluita, sillä sitä varten ei tarvitse välttämättä toteuttaa kysymyslomakkeita, hankkia tutkimuslupia tai sopia haastatteluaikoja.

Tutkittava aineisto kerättiin Jodelin @bigbrother-kanavalta 1.9.2019–1.12.2019. Aineiston keruuajankohta ajoitettiin ensimmäisen Big Brother-jakson aloittamisen sekä kaksi viikkoa kameroiden sammumisen jälkeiselle ajalle. Aineistoa kerättiin ottamalla kuvakaappauksia keskustelulangoista. Kuvakaappauksia tuli lopulta 104 kappaletta. Kuvakaappausten lisäksi Jodelissa on mahdollista tallentaa muiden käyttäjien tekemiä jodlauksia, joka mahdollistaa eri keskustelulankoihin palaamisen pitkänkin ajan jälkeen. Tallennettuja jodlauksia tuli 22 kappaletta. Jodlausten tallentamiseen liittyi kuitenkin se riski, että alkuperäinen jodlaaja, original jodeler (OJ), voi poistaa jodlauksensa milloin tahansa, jolloin jodlaus poistuu kaikkien niiden kansioista, jotka ovat tallentaneet kyseisen jodlauksen. Tutkimuksen aikana ryhmän koko vaihteli (taulukko 1).

Taulukko 1. Kanavalle liittyneiden jäsenten määrä 3.9.–10.11. välisenä aikana.



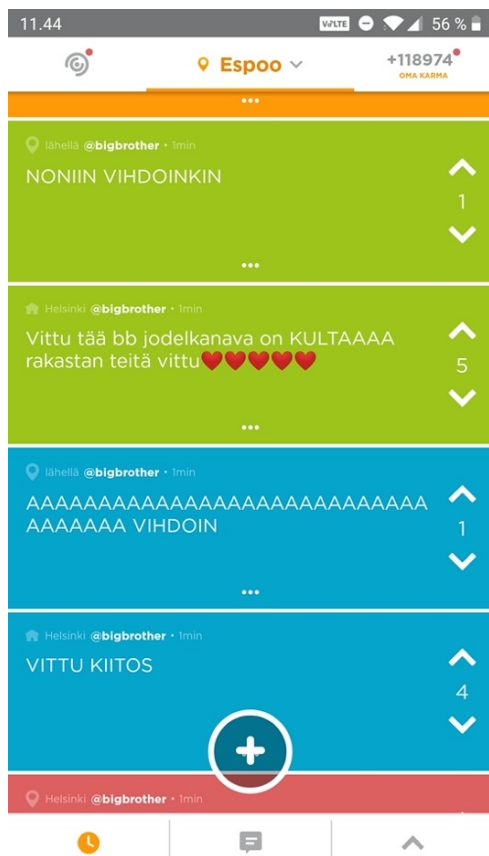
Työn aikataulu määrittyi paljolti Big Brotherin kauden keston mukaan. Aineistonkeruu tapahtui syys–joulukuu 2019 välisenä aikana, jolloin Big Brother-kausi näkyi televisiossa. Kauden kesto on kymmenen viikkoa, jonka lisäksi tutkimuksen aikaa jatkettiin vielä kolmen viikon ajan, sillä keskustelun uumoiltiin jatkuvan vielä vähän aikaa kauden päättymisen jälkeen. Tänä aikana ennustettiin tapahtuvan luonnollinen keskustelualoituksien hiipuminen ja kanavan hiljeneminen. Aineiston analysointi ja tutkimustulosten puhtaaksi kirjoittaminen ajoitettiin tammi–maaliskuun 2020 ajalle.

Kiinnostavat keskustelut otettiin talteen kuvakaappauksina, joka on yksi keino toteuttaa netnografian päiväkirjamenetelmää (Kananen 2014, 107). Päätin itse osallistua aktiivisesti kanavan toimintaan siviiliminänä ja jättää muille kanavalle liittyneille jodlaajille kertomatta, että tämän lisäksi toimin kanavalla myös tutkijana. Tähän päätökseen päädyttiin siksi, että tiedostetulla tutkijan roolilla voi olla vaikutusta siihen, kuinka muut käyttäytyvät verkossa (Kananen 2014, 106). Tein itselleni kuitenkin selväksi, että en käytä työssäni materiaalina sellaisia keskusteluketjuja, joihin olen itse tuottanut sisältöä. Tiedostin, että vaikka tutkija osaisi astua tutkittavasta kohteesta askeleen taaksepäin tiedostaen oman mahdollisen tunnekytköksensä tutkittavaan kohteeseen, tutkija ei välttämättä voi koskaan irrottautua kokonaan tutkimuskohteestaan (Hirsjärvi 2009, 42).

Tutkimuksen haasteeksi muodostui tositelevisio-ohjelman ympärivuorokautisuus: kun jossain tapahtuu jotain koko ajan, ihmiset myös puhuvat siitä vuorokauden ympäri. Jodelin syötteessä on mahdollista nähdä vain 150 viestiä kerrallaan. Parhaimmillaan yhden päivän aikana viestejä julkaistiin @bigbrother-kanavalla 13,000 kappaletta (Sauveroché 2020b, taulukko 2). Tämä tarkoitti sitä, että keskustelua tuli pystyä seuraamaan erittäin tiiviisti, mikäli mieli pysyä tapahtumista ajan tasalla ja päästä seuraamaan uusien sisäpiirivitsien tai sisarkanavien syntyprosessia. Tutkijalle tämä tarkoitti yllättävän intensiivistä – lähes ympärivuorokautista – kolmeatoista viikkoa aineiston keruuprosessin parissa.

Jotain erityistä ohjelmassa tapahtuessa keskustelulankoja aloitettiin kymmeniä samalla sekunnilla, joka parhaimmillaan johti sovelluksen kaatumiseen useilla käyttäjillä (ks. kuva 3). Ylivoimaisesti eniten viestejä kanavalle laitettiin silloin, kun asukkaiden viikkotehtävä onnistui ja he saivat palkinnoksi bileet, joissa oli tarjolla myös alkoholia. Humalassa tehdyt päähänpistot ja konfliktit puhuttivat faneja eniten, varsinkin tuotantoyhtiön korostaessa tänä vuonna, etteivät aio perustaa viihdearvoa kännisekoiluille (Utula, 2019). Tämä lisäsi keskustelun kiihkeyttä, sillä alkoholia oli sarjassa tarjolla harvoin, joka vähensi yhteenottojen ja draaman määrää.

Tositelevisio-sarjojen katsojia motivoi perustarpeiden tyydyttyminen: näitä kyseisiä sarjoja katsomalla saa nopean palkinnon ja välittömän tyydytyksen (Reiss & Wiltz 2004, 364–368). Yhteisön sisällä jodlaajat harmittelivat viestien häviämistä Jodelissa: töissä käyminen sekä muu elämä hankaloitti Big Brotherin ja Jodelin seuraamista. Tätä varten jodlaajat loivat uuden sisarkanavan nimeksi @bbyövuoro, jonka tarkoituksena oli toimia tiivistettynä kertauksena yön tapahtumista niille, jotka eivät itse syystä tai toisesta voineet valvoa ohjelman parissa. Kyseiselle kanavalle oli kiellettyä aloittaa keskustelua mistä tahansa kohusta, vaan aamuyön tunteilla jaettiin tarkka raportti yön tapahtumista. Tämän lisäksi jodlaajat antoivat aikaleimoja muille jodlaajille, jotka pystyivät siten kelaamaan livestriimin oikeaan kohtaan ja katsomaan yön tapahtumat ja muut itselleen tärkeät kohdat halutessaan läpi.

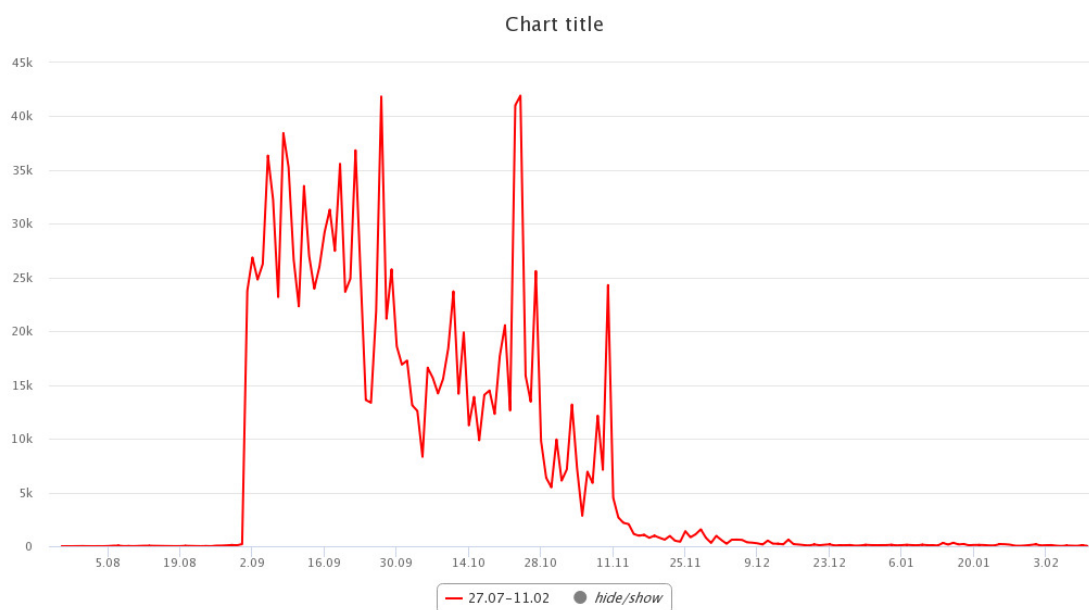


Kuva 3. Yhteisön jäsenet iloitsevat ohjelman äänestystuloksista, joka myötäili kanavan enemmistön henkilökohtaista mielipidettä.

Toinen suosittu sisarkanava oli @bbinfo, johon kirjoitettiin ylös koosteiksi viime aikoina puhuttaneet tapahtumat. Big Brotherin loppuessa perustettiin kolmas sisarkanava, @bbtukiryhmä, jonne eroahdistusta kokevat jodlaajat pääsivät purkamaan kauden sekä ryhmän päättymisestä aiheutuneita tunteita.

Aineiston keruussa tarkkailin päivittäin Big Brotherin virallisia sivuja ja seurasin heidän Instagram-tiliään, sillä näillä sivuilla yleensä vihjattiin etukäteen seuraavan päivän tapahtumista, jolloin tutkijan oli helpompi varautua tulevaan ja päivystää Jodelissa kiivasta keskustelua herättävien, isompien tapahtumien aikana. Kauden edetessä tapahtumien ajankohtia oli helpompi ennustaa, sillä tuotanto turvautui suhteellisen samoihin kellonaikoihin esimerkiksi antaessaan asukkaille infon tulevasta päivä- tai viikkotehtävästä. Myös yhteisön jäsenet itse laskivat todennäköisyyksiä siihen, mihin kellonaikaan tapahtuu jotain isoa seuraavaksi. Tämä helpotti oman tutkimustyön aikatauluttamista, sillä esimerkiksi töissä oli mahdollista ajoittaa oma tauko siihen kohtaan, kun tiesi ohjelmassa tapahtuvan jotain erityistä.

Taulukko 2. @bigbrother-kanavalle lähetettyjen viestien määrä 27.7.2019–11.2.2020 välisenä aikana



4.4 Aineiston analyysi

Laadullista tutkimusta tehdessä aineistoa voidaan kerätä esimerkiksi havainnoimalla havaintoyksikön toimintaa ja kirjata itselleen tutkimuksen kannalta oleelliset asiat ylös. Kun havainnointia tehdään verkossa, kaikki verkkosivuston vierailijat eivät välttämättä osallistu itse keskusteluun tuottamalla sisältöä, vaan voivat seurata tapahtumia sivusta. Tällöin havainnointiin tarvitaan mukaan erilaisia analyysityökaluja, joilla voidaan mitata sivustolla tapahtuvaa liikennettä, sivustolla vietettyä aikaa tai esimerkiksi sitä, miltä sivustolta tutkittavalle sivustolle on päädytty. Tämä ei kuitenkaan ole varsinaista havainnointia, mutta web analytics -ohjelmistoa voidaan käyttää välillisinä havainnoinnin keinoina. (Kananen 2014.) Kanavalle osallistuneiden määrää seurattiin satunnaisilla ostoilla kuvakaappausten muodossa. Kuvakaappaukset olivat nimetty kuvanottohetken mukaan, jolloin tieto ryhmän jäsenten määrän muuttumisesta oli helppo työstää taulukkomuotoon.

Muita tapoja tehdä laadullista tutkimusta ovat teemahaastattelut, jossa tutkija ja tutkittava keskustelevat kasvotusten tai verkkovälitteisesti. Teemahaastattelun tarkoituksena on antaa tutkittavan henkilön kertoa tiettyyn teemaan rajatusti omia kokemuksia, muistikuvia ja ajatuksiaan haastateltavalle. Usein haastatte-

lut nauhoitetaan, jolloin ne myös litteroidaan jälkikäteen. Litteroinnilla tarkoitetaan haastattelun purkamista tekstimuotoon, jolloin sitä on helpompi hallita ja käsitellä aineistoanalyysia tehdessä. (Kananen 2014.)

Tämän tutkimusaineiston analyysimenetelmäksi valikoitui teemoittelu. Teemoittelun tarkoituksena on tuoda esiin aineistosta yhdistäviä ja erottuvia teemoja. Sen tarkoituksena on myös helpottaa tutkijan työtä ja lisätä ymmärrystä aineiston tulkitsemisessa. Ihmisen muistikapasiteetin ollessa rajallinen, laajojen kokonaisuuksien hallitseminen ei onnistu pelkästään aineistoa lukemalla. Aineiston keräämisprosessin jälkeen tutkijan tulee perehtyä aineistoon ja löytää sieltä vastaukset tutkimuskysymyksiin. (Kananen 2014.)

Siirsin 104 kuvankaappauksesta koostuneen aineistoni puhelimesta tietokoneelle eri kansioihin. Kansion nimeksi valikoitui teema, joka nousi esiin jodlaajien keskusteluissa. Osa kuvakaappauksista käsitteli useampaa teemaa, jolloin saatoin tehdä niistä kopiot ja siirtää niitä useampaan eri kansioon. Teemoja nousi esiin yhteensä kuusi: aihetunniste #bbyövuoro, vertaistuki, kritiikki, tuotanto, ryhmän lopetus, sekä yhteisöllisyys. Kuvakaappausten sisältöanalyysia tehdessä näiden pääteemojen huomattiin toistuvan ylivoimaisesti eniten tutkimuksen aineistossa. Tutkimuksen tuloksissa esitellään tarkemmin, millä tavoin kyseinen teema näkyi tutkimustuloksissa.

4.5 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Tutkimusta tehdessä pyritään tekemään mahdollisimman virheetöntä tutkimustyötä. Tällä tarkoitetaan sitä, että virheitä pyritään välttämään. Tutkimuksen luotettavuuden mittaamiseen ja arviointiin voidaan käyttää erilaisia tutkimus- ja mittaustapoja. Luotettavuudella tarkoitetaan ennen kaikkea mittaustulosten toistettavuutta, tällä tarkoitetaan siis tutkimuksen kykyä antaa tuloksia, jotka eivät perustu sattumanvaraisuuteen. Tutkimuksen luotettavuus voidaan todentaa usein erilaisin keinoin. Esimerkiksi jos samaa henkilöä tutkitaan eri tutkimuskerroilla, tutkimustuloksen pysyessä yhä samana, tulosten voidaan todeta olevan luotettavia. (Hirsjärvi ym. 2015.)

Myös tutkimuksen pätevyyttä arvioidaan. Tutkimuksen pätevyys voidaan todentaa käyttämällä mittaria tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä on alun

perin tarkoitettukin mitata. Esimerkiksi kyselylomakkeita käytettäessä eri vastaajat ovat voineet tulkita tutkimuskysymykset toisistaan eriävästi, jolloin tutkijan tulee käsitellä eri tavoin, kuin mitä on alun perin suunnitellut. Mikäli tutkija tarkastelee tuloksia edelleen oman ajattelumallinsa mukaisesti, tutkimustuloksia voidaan pitää vääristyneinä ja epäpätevinä. (Hirsjärvi ym. 2015.)

Jotta tämä tutkimus on voinut noudattaa luotettavuuden ja pätevyyden tunnuspiirteitä, tutkijan on täytynyt asettaa havainnointiprosessissa omat mahdolliset toiveet tutkimustulosten suunnasta sivuun, sekä pyrkiä analysoimaan aineistoa ilman omaa henkilökohtaista mielipidettä yhteisöä tai fanituksen kohdetta kohtaan. Tutkimuksen luotettavuutta lisää, kun tutkija kirjaa mahdollisimman tarkasti ylös prosessin jokaisen vaiheen, jotta lukijalle ei jää epäselväksi millä tavoin tutkimustulokset ovat hankittuja. Tämän lisäksi tutkija kirjoittaa auki lopulliseen tuotokseen mahdolliset häiriötekijät ja aineiston virhetulkinnat. Tutkimustuloksia voidaan esittää mahdollisimman tarkasti esimerkiksi suorien lainausten, haastattelusitaattien tai kuvakaappausten muodossa. (Hirsjärvi ym. 2015.)

5 TULOKSET

5.1 #bbyövuoro

Aihetunniste #bbyövuoro luotiin alun perin siksi, jotta yön aikana talossa tapahtuneet asiat oli helpompi löytää myöhemmin kyseisen aihetunnisteen avulla. Ajan myötä aihetunnisteesta muodostui synonyymi lämminhenkiselle yhteisölle, joka valvoi yhdessä öisin seuraamassa talon tapahtumia ja keskustelemassa keskenään. Moni jodlaaja piti yövuoroa eräänlaisena oikeana yhteisönä, jonka tunnuspiirteisiin kuuluu kypsä, aikuismainen ja hyvässä hengessä käyty keskustelu. Päiväsaikaan käydyissä keskusteluissa oli mahdollista huomata klikkiytymistä, kun kommenteissa muistuteltiin #bbyövuoro:n ainutlaatuisuudesta.

Yöllä täl kanavalla oli ihana meno, nyt on kauheet negistelyt menossa :(#bbyövuoro best <3 (OJ)

Kuolin nauruun noille yövuoron jutuille :D (1. keskustelija)

Yövuoro oli niin huippua (2. keskustelija)

Lapset vissiin hereillä, öisin hyvä olla kun niiden nukkumaanmeno-aika mennyt jo (3. keskustelija)

Toista klikkiytymistä huomattiin iltaisin koostejakson aikana, jolloin kanavalle kerääntyivät katsojat, joilla ei ollut ympärivuorokautiseen katsomiseen oikeuttavaa maksullista Ruutu+-palvelua. Kauden aikana käydyissä keskusteluissa oli huomattavissa vähättelyä pelkkien koostejaksojen katsojia kohtaan. Koostejaksot olivat nähtävillä seuraavana päivänä televisiosta, eli esimerkiksi tiistai-iltana pääsi näkemään maanantain tapahtumat kootusti, puolentoista tunnin mittaisessa jaksossa, joka sisälsi myös julkkisvieraita ja heidän lyhyitä haastatteluita.

Hämmennyn aina niin vitusti ku koosteporukka rynnii tänne [itkunauruhymiö] (OJ)

Koita nyt ymmärtää että kaikilla ei ole aikaa katsoa koko päivä big brotheria. (1. keskustelija)

Aika pieni porukka tätä loppupeleissä katsoo tuntitolkulla päivässä. (1. keskustelija)

Ei oj ollut tässä mitenkään vihanen asiasta (2. keskustelija)

5.2 Vertaistuki

Jodlaajat hakivat toisistaan vertaistukea erilaisissa tilanteissa. Jos talossa tapahtui jotain koskettavaa, jodlaajat jakoivat keskenään ohjelman herättämiä tunteita. Kauden edetessä jodlaajat pystyivät kertomaan omista elämästään avoimemmin, kun yhteisö alkoi muodostua tutummaksi.

Onko normaalia katsoa 247 päivittäin niinkun kokoajan ?? Tiedostan vahvan riippuvuuteni, mutta olenko ainoa, jolla oikeasti alkaa olla jo riippuvuus? (OJ)

Sama täällä (1. keskustelija)

Et ole ainoa [itkunauruhymiö] (2. keskustelija)

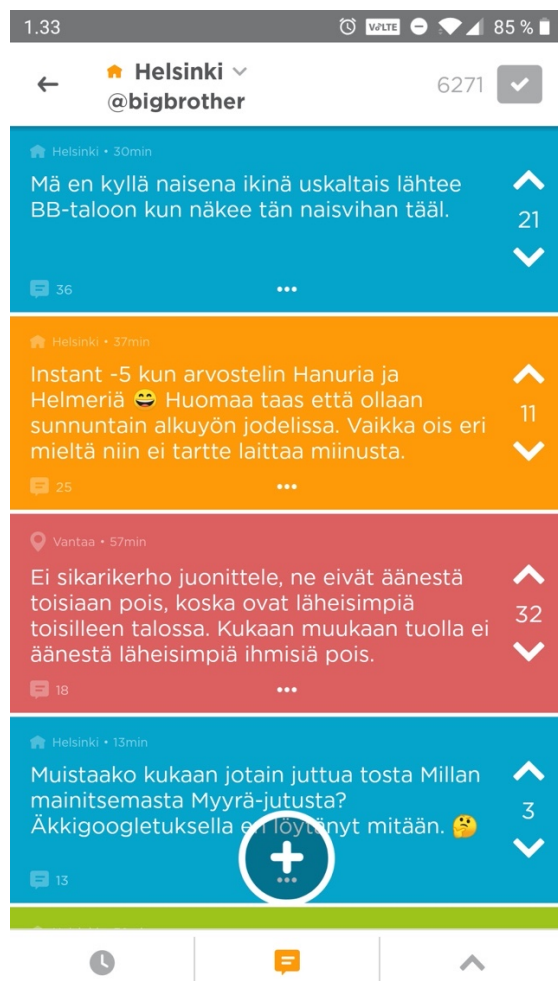
Et oo ainoa. Katsoin kirjeiden lukemiset koulussa tunnilla kun en voinu odottaa ja paruin siellä. (3. keskustelija)

5.3 Kritiikki

Aivan kuten missä tahansa muussa ryhmittymässä, @bigbrother-kanavalla esiintyy kiusaamista, jota samanaikaisesti tuomitaan yhteisön keskuudessa, mutta samalla moni kanavalla oleva katsoo läpi sormien ajatellen, että mikäli

lankaan ei kommentoi, se ei saa täten huomiota ja häviää muiden jodlaajien silmistä ripeämmin. Kanavalle löytää tiensä ajoittain myös trollaajat.

Kanavalla näkee ajoittain haukkumista ja henkilökohtaisuuksiin menevää riitelystä, mikäli mielipiteet tai maailmankuvat eivät mene jodlaajilla yksiin (ks. kuva 4). Kanavalla näkee myös usein naisvihaa, joka kohdistui useita naisasukkaita kohtaan. Siinä missä miesasukas saattoi olla hauska ja sanavalmis, nainen nähtiin lähtökohtaisesti ikävänä ihmisenä, mikäli saattoi pitää esimerkiksi riitalanteessa puoliaan tai käyttäytyä kuten miesasukkaan oletettaisi käyttäytyvän. Tätä näkyi varsinkin kahden BB-asukkaan välisen romanttisen suhteen kehitymisessä: seksiä haluava nainen nähtiin likaisena, kevytkenkäisenä seksitautien levittäjänä, siinä missä suhteen toinen osapuoli, mies, nähtiin tilaisuuteen tarttuvana sinkkuna, joka haluaa tyydyttää inhimilliset tarpeensa.



Kuva 4. Kuvakaappaus keskustelualoituksista, jossa yhteisön jäsenet kritisoivat kanavan ilmapiiriä.

Tämä on juurtunut länsimaisen kulttuurin arvoihin, sekä sen sukupuolisuutta tuottaviin taloudellisiin ja yhteiskunnallisiin perusrakenteisiin. Rakenne on yleinen pohja myös kristilliselle ajattelulle, jossa naisen toimijuus ja aktiivinen seksuaalisuus nähdään uhkana kulttuuriselle järjestykselle; naisen aktiivinen seksuaalisuus täytyy saada kontrolliin kollektiivisen häpäisemisen sekä leimaamisen kautta. Tästä esimerkistä näkee hyvin sen, että Suomessa ei vielä tänäkään päivänä ole olemassa kulttuurisesti hyväksyttyä, seksuaalisesti aktiivisen naisen mallia, joka myös esiintyisi mies/nainen (nainen miehen kohteena) -vastaparin ulkopuolisena. (Nikunen ym. 2005, 239.)

Ajoittain kanavalla aloitettiin keskusteluita, joissa kritisoitiin kanavan jäseniä, heidän tapaansa keskustella kanavalla tai ylipäättänsä tositelevisio-ohjelman katsomista. Epäselväksi tutkijalle jäi se, olivatko keskustelun aloittajat itse Big Brotherin katsojia, vai oliko aloitusten tarkoitus toimia puhtaasti ulkopuolisen observoijan havaintojen kertomisesta provokatiiviseen sävyyn.

Mikä teitä hiertää eniten tässä kanavassa? (OJ)

negatiivisuus (1. keskustelija)

Samojen kysymysten pommittaminen, silloin kun ei olla ite tehty asian eteen mitään. (2. keskustelija)

Ihmiset jotka kyselee samoja saatanan asioita, kun tiedon olisi voinut lukea 10 jodlausta alemmaa. Ja typerät ihmiset. (3. keskustelija)

Kaikesta mitä Krisu sanoo vedetään jotain negistä, hirveä spämmiminen jos jotain jännää tapahtuu, jatkuva Hanuripakotus ja miinustelu (4. keskustelija)

Se et krisua millään lailla kritisoiviin aloituksiin tulee sikana miinusta, ne ilmiannetaan ja hirveä alottajaa dissaava kommentti-ryöppy. Sit jotain eevistä ja tarinaa sai täällä haukkua ulkonäöstä lähtien vaikka millä haukkumasanoilla. (5. keskustelija)

Kaikki miinustetaan pois + Hanuripakotus (6. keskustelija)

Ylläolevassa keskusteluesimerkissä nostettiin esille yleisimmät ärsytystä herättävät asiat, joista kanavalla keskusteltiin aika ajoin. Jodlaajia hermostuttivat toistuvien kysymysten esittäminen, jotka tukkivat kanavan ja täten kadottivat mielenkiintoiset keskustelunaloitukset alleen. Myös Hanuripakotus kävi jodlaajien hermoille; sana Hanuri muodostui kahden asukkaan nimen yhdistelmästä,

kuvastaen heidän romanttisen suhteen kehittymistä (Karasti 2016, 5). Sanalla pakotus tarkoitetaan aiheen jatkuvaa esiin nostoa. Näiden asioiden lisäksi jodlaajia ärsytti eriävien mielipiteiden miinustaminen, *downvoteaminen*, pois. Tämän koettiin sotivan Jodelin käyttäjäsjäntöjä vastaan, jossa muistutetaan, että mielipiteen eriävyys omasta mielipiteestä ei ole pätevä syy miinusten antamiseen.

5.4 Tuotanto

Tuotanto valikoitui yhdeksi tutkimuksessa käsiteltäväksi teemaksi, jonka kautta yhteisöllisyyttä voidaan tarkastella. Tunnettu sosiaalipsykologi Henri Tajfel on osoittanut sosiaalisen identiteetin syntyvän pelkästään tiedosta, että on olemassa kaksi ryhmää, joista itse kuuluu toiseen (Bruun 2016). Tässä tutkimuksessa Big Brotherin tuotanto käsitetään ulkoryhmänä ja Jodelissa kokoontuva yhteisö sisäryhmänä. Sisäryhmällä tarkoitetaan ryhmää, johon henkilö tuntee kuuluvansa ja kokevansa yhteenkuuluvuutta muiden ryhmän jäsenten kanssa. Sisäryhmän vastakohta on ulkoryhmä, joka käsittää muut ryhmittymät, joihin henkilö ei itse kuulu. (Bruun 2016.)

Kanavalla kritisoitiin usein tuotantoa, sekä tuotannon tekemiä ratkaisuja ohjelman sisällön suhteen. Jodelissa fanit kokivat useaan otteeseen, että heidän tietouttansa ei nähdä arvokkaana lähteenä, vaikka fanit välillä päättivät yhdessä olla tuotantoon yhteydessä esimerkiksi Instagramin yksityisviestien kautta tarjoten ehdotuksia ohjelman mielenkiintoisia juonenkäänteitä ajatellen. Faneja kuohutti myös Big Brotheriin tuotantoon kuuluvan Cristal Snow:n kommentit Twitterissä, jossa hän asetti itsensä muiden fanien yläpuolelle, mitä töidäkseen fanien oikeuden kritisoida Snow:n työtä (Koski & Votka, 2019).

Tuotantoon liittyvä kommentointi ei kuitenkaan ollut pelkästään negatiivissävytteistä. Erityiskiitosta fanit antoivat varsinkin yöaikaan työskennelleille kuvaajalle ja miksaajalle, jotka saivat yhteisön sisällä lempinimet zoomimies ja kohumiksaaja. Zoomimiehen lempinimi muodostui yhden yön kuvausten aikana, jolloin kameroista vastannut työntekijä alkoi suorittamaan erikoisia, viipyileviä zoomauksia yön aikana. Tämä aiheutti jodlaajissa suurta hilpeyttä. Kohumiksaaja puolestaan sai lempinimensä, sillä hän vahingossa vuoti julkiseen lähe-tykseen kahden asukkaan välisen aktin talon saniteettitiloissa.

Zoomimies oli ilmeisesti ahkera Jodelin seuraaja, sillä kauden edetessä hän alkoi kommunikoida BB-fanien kanssa kuvaustensa välityksellä. Jodelista löytyy muun muassa 109 kommentin mittainen keskusteluketju, jossa jodlaaja pyytää zoomimiestä antamaan hänelle merkkejä suoratoiston välityksellä mikäli on työvuorossa. Keskusteluketjun edetessä jodlaaja ja tuotannon työntekijä siirtyvät keskustelemaan kummatkin samaan keskustelulankaan. Opinnäytetyön kirjoitusvaiheessa tuotantoon kuulunut henkilö on ehtinyt poistaa jo omat kommenttinsa keskustelulangasta, mutta sieltä on yhä mahdollista nähdä muiden keskustelijoiden vastaukset ja kysymykset tuotannon henkilökunnalle. Tämä on hyvä esimerkki psykologi Gordon Allportin kontaktihypoteesista, jonka mukaan sisä- ja ulkoryhmän välisiä suhteita on mahdollista parantaa lisäämällä ryhmien välisiä yhteydenottoja. Näillä on positiivinen vaikutus ryhmien välisten ennakkoluulojen vähentämiseen, mikäli kontakti on pitkäaikaista ja liittyy tavoitteelliseen toimintaan: tässä tapauksessa viihteellisen televisio-ohjelman tuottamiseen. Kuitenkin, kun kaksi erilaista ryhmää voivat omata erilaisen sosiaalisen statuksen tai yhteydenotolla ei ole institutionaalista tukea, yhteydenotolla on myös mahdollisuus syventää ryhmien välistä kuilua. (Bruun 2016.)

Zoomimies tuli iltavuoroon :) (OJ)

#zoomimies (1. keskustelija)

lhanaa [hymyilevä, sydämin ympäröity emoji] alkoki olla jo ikävä. Moikka zoomimies!!!! (2. keskustelija)

Kiitos, zoomimies, että päästit tettiäiset kotiin iltapuurolle! T. Jodelkansa (3. keskustelija)

Zoomimies ja kohumiksaaja on tänään illassa [sydänsilmäinen emoji] (4. keskustelija)

Mulla mennyt ohi kuka on kohumiksaaja [itkevä emoji] (2. keskustelija)

dream-team [timanttiemoji] (1. keskustelija)

sama mestari, joka leikkasi jucciksen ja eewiksen vessaseksin liiveen [ok-merkkiä näyttävä emoji] (1. keskustelija)

5.5 Yhteisöllisyys

Vaikka Jodel on keskustelualustana anonyymi, osa kanavalle liittynyt koki Big Brother-yhteisön heidän omaa arkeansa ja elämänhallintaansa tukevana asiana. Ajoittain kanavalla aloitettiin keskusteluja, joissa joku kertoi Big Brotherin tuovan heille päivärytmiä tai kanavalle muodostuneen yhteisön tarjoavan ympärivuorokautisen mahdollisuuden sosiaalisen kanssakäymisen.

Sairastan vaikeaa masennusta. Kiitos BB 24/7:n mulla on nykyään edes jonkinlainen päivärytmi, en koe koko ajan olevani yksin ja tää Jodel-yhteisö tuntuu vähän niinku mun frendeiltä. Vähän surullista ehkä mut kaikki on plussaa. (OJ)

Useat jodlaajat kiittelivät vuolaasti Redin K-marketin kauppiasta, joka usein postasi kuvia @bigbrother-kanavalle tiedustellen fanien mielipiteitä siitä, millaisia tuotteita hän laittaisi asukkaille heidän viikoittaista kauppareissuaan varten erikoistarjoukseen. Tällöin fanit kertoivat oman näkemyksensä siitä, mitä tuotteita olisi hyvä laittaa alennukseen, sillä he tiesivät, kuka asukkaista lähtee kauppaan ja kuka voisi mahdollisesti langeta yhdessä sovitusta kauppalistasta ja tarttua tarjoukseen, joka vastaa omia himoja ja mielitekoja. Moni faneista koki, että kauppias suhtautuu heihin arvokkaana yhteisönä, jonka mielipiteitä halutaan kuulla – sillä heillä on kaikki se arvokas tieto, josta ulkopuoliset voivat hyötyä. Tämä on erityinen esimerkki siitä, miten fanikuntaa on voitu valjastaa ohjelman tekoon, sekä oman kaupan positiivisen mielikuvan edistämiseen. Redin K-marketin kauppias laittoi myös irtokarkkeja erityiseen alennusmyyntiin faneja varten. Hän kertoi irtomyyntituotteiden salaisen punnituskoodin Jodelin @bigbrother-kanavalla (ks. kuva 5). Kun Jodelin fanit huomasivat, että Big Brotherin virallinen Instagram-sivu oli jakanut Instagram Stories -ominaisuudessa punnituskoodin, moni faneista harmistui. He kokivat, että heidän yhteisöllensä eksklusiivisesti tarjottu yllätys oli jaettu sellaisten ihmisten kesken, joiden ei katsottu ansainneen kyseistä etua. Jodelissa koettu yhteisöllisyys ja kollektiivisesti koettu me vs. te-asetelma nosti päätään tämän kyseisen tapahtuman avulla.

BBn IG storyssa jaettu Jodelin salainen irttarivaakanumero :((OJ)

Perkele se on Jodelin eikä ig-mammojen [2 itkuemoja] (1. keskustelija)

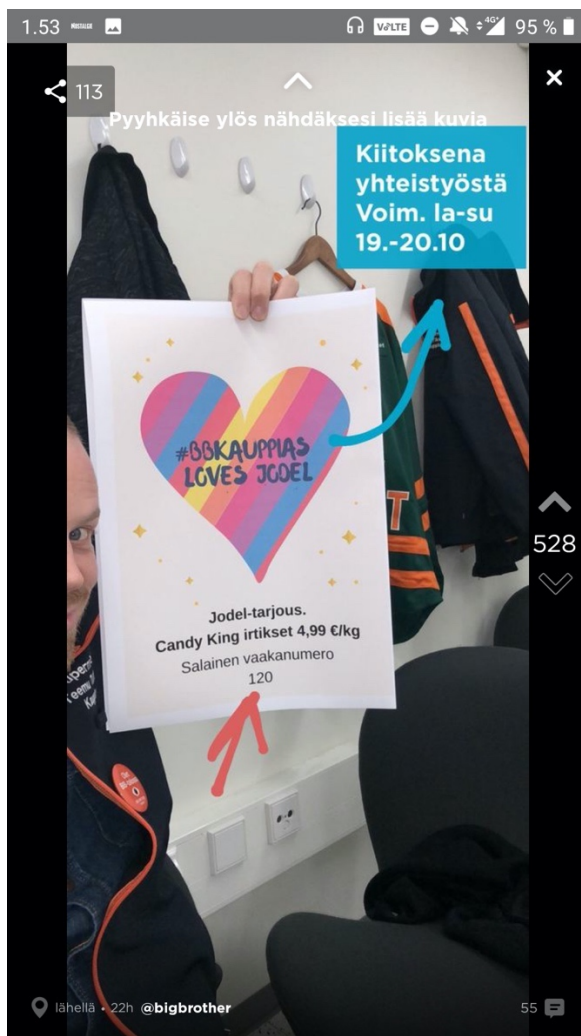
Kauppias äkkiä poistamaan se (1. keskustelija)

Kunnon kusetus :((2. keskustelija)

Mitä vittua. Laitoin itsekin palautetta. Laittakaa teki. Vielä kirjoittaneet tohon et "salaisella" no eipä ole enää salainen??? (4. keskustelija)

Jos kauppiasta ei haittaa niin kivahan se vaan on jos kauppias saa enemmän myyntiä, mehän täällä tiedetään kyllä että jodel-yhteisö on ylivoimainen instagramiin ja twitteriin verrattuna (5. keskustelija)

Mitä hitto en tienny ees tästä salaisesta tarjouksesta!!! vähän siistiä, mut nyt ei niin siistiä ku kaikki tietää sen :((6. keskustelija)



Kuva 5. Kuvakaappaus kauppiasta, joka lähetti Jodeliin salaisen irtokarkkialennuksen kiitoksena kanavan jäsenten kanssa tehdystä yhteistyöstä.

5.6 Ryhmän lopetus

Big Brother-kauden loppumisen lähestyminen herätti monissa faneissa paljon haikeita ajatuksia. Monille faneille asukkaiden elämän ympärivuorokautinen seuraaminen talossa oli tuonut heille tunteen, että asukkaat ovat muodostuneet heille ystäviksi ja kauden päättymisen tuntui yhtä raskaalta ja lopulliselta kuin oikean ystävyssuhteen loppuminen. Kun kautta oli jäljellä enää muutama viikko ja talossa alkoi olla yhä vähemmän asukkaita, kanavalle alkoi ilmestyä tasaiseen tahtiin nostalgisoivia aloituksia kaudella tapahtuneista asioista (ks. kuva 6). Useampi jodlaaja kuvaili myös tyhjyyden tunteesta ja pelosta, millaisen aukon Big Brotherin loppuminen mahdollisesti jättää katsojien arkeen. Alla esimerkkejä keskustelualoituksista:

Tuntuu ku bb ois jo loppu ku tuol ei tapahdu mitään ja jotenki tyhjä olo et mitä sitä kattois vai pitäsköhä sitä jo viimein jaksaa kunnolla opiskella

Noniin se on sit lopullisesti heipat tälle kanavalle ja bb:lle, heihei rakkaat jutskaillaan taas mahdollisesti ensi vuonna<3

Päivä 2. Ihmiset ovat kokoontuneet BB haaskalle Jodeliin. Ihmiset eivät osaa poistua kanavalta, vaan spekulointi jatkuu. Toiset selvästi kärsivät, koska lähetystä ei enää tule.

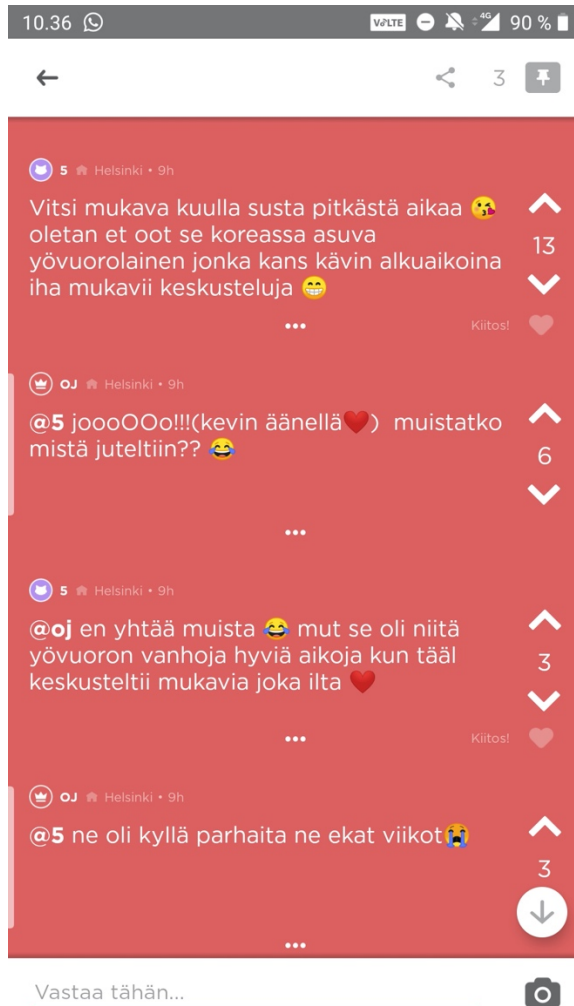
Siis tää haikeuden määrä on jotai naurettavaa [itkunauruemoji] niinku tuntuu et koko elämän sisältö ois vaa viety pois

aattelin et ei bb mun elämään mitenkään vaikuta yms mut nyt tuli nii perkeleen tyhjä olo ku ei 24/7 voi pistää pyörii taustalle enää ja kattoo asukkaiden sekoilua :(

Yritin valmistautua etukäteen BB:n loppumiseen käyttämällä jotain muuta Jodelin kanavaa kuin tää. En tiennyt minne menisin. Vilkaisin kanavaa "hiukset" ja palasin tänne.

Tuntuu ihan kun tuntisin noi asukkaat ja et ne ois mun kavereita ja läheisiä ja tuntuu kans että missaa ton jälleennäkemisen minkä ne koki nyt tuolla finaalisissa

Hei, superkiitos myös teille, olin tässä ryhmässä 10 viikkoa aktiivisena ja oli kyllä hauska elää näitä tapahtumia teidän kanssa. Toivottavasti BB tekee paluun ja voidaan jatkaa tästä joskus! #kiitos



Kuva 6. Kuvakaappaus tilanteesta, jossa yhteisön jäsenet ovat tunnistaneet toisensa keskustelualustan ollessa yhä anonyymi.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Vastauksena tutkimuskysymykseen: millaista Big Brotheriin kohdistuvaa faniituksen myötä muodostuvaa yhteisöllisyyttä ilmenee anonyymissa Jodel-nimisessä käyttäjän sijaintitietoihin perustuvassa sovelluksessa? Tutkimustuloksista selviää, että Jodelissa tapahtuva fanitus perustuu Nikusen (2005) kuvailemaan löyhään yhteisöllisyyteen, jonka tarkoituksena on intensiivisten verkostojen sijaan asettua osaksi arkea ja niitä sosiaalisia kohtaamisia, joita siihen joka tapauksessa sisältyy. Poikolainen (2015) tuo myös esille Sandvossin ja Kearnsin, jotka ovat puhuneet tästä ilmiöstä myös ”tavallisena faniutena” (*ordinary fandom*). Fanit eivät siis tuo ilmi faniuttaan esimerkiksi muuttamalla ulkoista ha-

bitustaan tietynlaiseksi. Voidaan siis todeta, että Jodelissa tapahtuva Big Brotherin fanitus noudattaa löyhän yhteisöllisyyden lisäksi tavallisen faniuden määritelmää.

Jodel ympäristönä mahdollistaa sen, että jokainen voi anonyymina osallistua matalalla kynnyksellä erilaisilla kanavilla tapahtumaan keskusteluun. Siinä missä aikaisemmillä kausilla keskustelualustana on toiminut nettisivupohjainen foorumi BBPlaza, Jodel on osannut luoda sellaisen alustan, jossa yksi ihminen voi toteuttaa montaa eri kiinnostuksenkohdettaan ja persoonan osaansa. Tällöin fanitusta ei mielletä yhtä intensiiviseksi kuin sitä, että yksilö loisi erikseen tunnukset verkkosivustolle, jonka perimmäinen ja sen myötä ainoa tarkoitus on keskustella Big Brotherista. Teknologian kehityttyä portti eri yhteisöihin kulkee aina käyttäjän mukana, ja Jodel alustana mahdollistaa sen, että sama käyttäjä voi parin minuutin sisällä kirjoittaa erotiikkaa tihkuvan toiveensa kahden Big Brother-asukkaan suhteen syvenemisestä, jakaa omia kokemuksiaan @mielenterveys-kanavalla tai kysellä muilta jodlaajilta siivousvinkkejä @martat-kanalta.

Sarjan fanittaminen Jodelissa ei kuitenkaan ole luonut niin syviä ystävyssuhteita, joka siirtyisi sarjan päätyttyä jatkamaan keskustelua toisille foorumeille. Fanit pysyvät toisilleen yhä anonyymeina, mutta moni suhtautuu toisiinsa lämpimästi. Kauden päätyttyä ihmiset kiittivät toisiaan kuluneesta kaudesta ja toivoivat kokoontuvansa jälleen uuden kauden alkaessa itse ohjelman ja sen luomien ilmiöiden äärelle. Mielenkiinnolla seuraan, millaiseksi uusi kausi ja sen fanitus Jodelissa muodostuu, sekä mitä vanhoja elementtejä tältä aiemmalta kaudelta fanit tuovat mukanaan. Tämä tutkimuksen kohteenani ollut ryhmä oli muodoltaan ensimmäinen, joka muodostui Jodeliin.

Fanituksen muoto Jodelissa noudattelee selvästi hillitympää linjaa. Vaikka keskustelu langoissa on ajoittain hyvinkin kärkeästä, intohimoista ja pakahtuvaa, jodlaajat eivät miellä itseään niinkään faneiksi yleisessä keskustelussa. Tositelevisio-sarjojen seuraajat ovat jo pitkään mielletty keskivertoa tyhmemmiksi ihmisiksi, jotka nauttivat matalakulttuurista korkeakulttuurin sijasta. Tämän myötä on hyvin ymmärrettävää, että korkeasti koulutettu, työelämässä oleva ihminen

kokee turvalliseksi ympäristöksi keskustella mielenkiinnon kohteestaan anonyymisti samanhenkisten kanssa, eikä tuoda keskustelua niinkään työpaikan kahvihuoneeseen.

Big Brotherin fanitus Jodelissa on saanut piirteitä muun muassa fan fictionilta, jossa kiihkeimmät fanit parittivat, *shippasivat*, asukkaita keskenään. Osa suhtautui shippaamiseen intohimoisesti, kun taas osa liittyi mukaan keskusteluun lähinnä humoristisessa mielessä. Osa jodlaajista kritisoi ilmiötä ja oli vahvasti shippaamista vastaan, sillä he kokivat parituksen törkeänä; olihan kyseessä oikeat ihmiset, eivät fiktionaaliset tv-sarjan hahmot.

Tositelevisio-ohjelmaan koukuttumisesta ei välttämättä haluta kertoa ensimmäisenä asiana itsestään, sillä ulkopuolisten suhtautuminen tositelevisioon on ensisijaisesti hieman naureskelevaa sekä vähäpätöisenä ajan tuhlauksena pitämistä. Kun omaa harrastusta kohtaan koetaan ennakkoluuloja, oma harrastus halutaan pitää yhä tiukemmin visusti itsellään. Tutkimuksia faniyhteisöihin kuulumisesta tulisi tehdä enemmän, jotta stigmaa, eli haitallista häpeäilemää, faniyttöilyä ja ylipäätään fanittamiseen liittyvistä ennakkoluuloista saataisiin hävennettyä.

Tutkimuksessani selvisi, että ei ole olemassa vain yhdenlaista Big Brotherin katsojaa, vaan katsojat ovat eri yhteiskuntaluokista ja eri-ikäisiä ihmisiä, joiden elämät eivät muuten kohtaisi, ellei heillä olisi alustaa, jolla kohdata muita, samasta asiasta kiinnostuneita ihmisiä.

Jodelin fanikunnan hyödyntäminen esimerkiksi ohjelman kehittämisessä olisi tärkeä ottaa huomioon. Usein faneilla on paras tieto siitä, millaiset aspektit tekevät ohjelmasta hyvän ja viihdyttävän, sekä millaiset mahdolliset juonenkäänteet ja tehtävät voisivat jouduttaa asukkaiden välisten suhteiden muodostumista tai epäkohtien ja ristiriitojen esiin nostossa. Tämän synergiamahdollisuuden on tuonut esiin myös Nikunen (2005), joka tutkimuksessaan tuo ilmi yhä laajemman katsojakunnan suhteen televisioon olevan fanimainen, eli aktiivinen ja tuotettava. Nikunen nostaa tutkimuksessaan esille myös lähihistoriassa tapahtuneita keinoja, joilla faniuttava tuotanto on voinut palvella yhä paremmin faniutuvaa yleisöä, esimerkiksi tarjoamalla episodiotteita, näyttelijöiden tietoja tai perus-

tamalla keskustelualustan omille internetsivustoille, joita televisioyhtiöt ovat ylläpitäneet itse. MTV3:n ylläpitämällä Ally McBeal -sivustolla järjestettiin mcbealismi-kilpailu, jossa keskiössä olivat päähenkilö Allyn mietelmät.

Tämän opinnäytetyön tuloksia olisi mahdollista käyttää tulevien Big Brother-kausien suunnittelussa ja toteutuksessa. Olisi upeaa nähdä tuotannon ottavan fanikunnan mukaan ohjelman suunnitteluun, sillä tämä olisi omiaan tarjoamaan luotettava väylä kontaktihypoteesin mukaisesti toimimiseen, eli parantamaan eri ryhmien välisiä suhteita, jotta päästäisiin yhteistuumiin kohti yhteistä tavoitetta (Bruun 2016). Faneja olisi mahdollista sitouttaa entistä vahvemmin ohjelman katsomiseen, mikäli heidän näkemyksiänsä ja tietouttansa ohjelmaa kohtaan kuultaisiin ohjelmaa tehdessä. Jodelissa tapahtuvan keskustelun ehdoton valttikortti on sen reaaliaikaisuus, jolloin tuotannolla olisi mahdollista kuulla fanien toiveet ohjelman suhteen jo etukäteen tai välittömästi tuotannollisten ratkaisujen tullessa ilmi.

Tätä tutkimusta on ollut miellyttävä tehdä, ja olen saanut usein kuulla lähipiiriltäni innostuneita kommentteja siitä, miten aihe tuntuu heistäkin kiinnostavalta ja raikkaalta. Aihe on ollut minulle lähellä sydäntä, sillä olen itse viettänyt nuoruuteni ja oikeastaan tähänastisen aikuiselämäni verkossa kuuluen erilaisiin verkkoympäristöihin. Tämän opinnäytetyön tekeminen on lisännyt omaa tietouttani aiheesta, ja on antanut valmiuksia puhua omista harrastuksista ääneen. Sosiaalisen median muuttuvat ominaispiirteet ja keskustelualustat mahdollistavat sen, että aiheesta oppiminen ei lopu koskaan, ja että suomalainen nuorisokulttuuri elää ja voi hyvin.

Yhteisöpedagogin työn kannalta on äärimmäisen tärkeää olla tietoinen erilaisista nuorisokulttuurin muodoista, jotta vanhahtavilta puheenvuoroilta välttyttäisiin julkisessa keskustelussa. Löyhempään fanitukseen perustuva verkossa tapahtuva yhteisöllisyys voi olla nuorelle tai nuorelle aikuiselle yhtä tärkeää kuin kasvokkain tapahtuva sosiaalinen kanssakäyminen. Itse henkilökohtaisesti yritän välttää puheessani viimeiseen asti näiden kahden sosiaalisen kanssakäymisen esimerkkittävän erottelua tai arvotusta, sillä kyse on kahdesta eri asiasta, joiden vertailu on oikeastaan turhaa.

Tehty tutkimus on oiva pohja monelle muulle jatkotutkimukselle. Siinä, missä opinnäytetyöni keskittyi Jodelissa tapahtuvaan tositelevisioiden fanitukseen, olisi mielenkiintoista tutkia eri alustoilla tapahtuvaa fanittamisen eroa. Millaisia erityispiirteitä tositelevisiosta puhuttaessa löytyy esimerkiksi Ylilaudalta? Kuinka se eroaa Jodelista, kun kyseessä on kaksi anonymiteettiin perustuvaa sivustoja? Miten sukupuolijakauma vaikuttaa fanien väliseen kanssakäymiseen? Millä tavoin yhteisöllisyys voi saada uusia piirteitä, jos keskustelu siirrettäisiin esimerkiksi suljettuun Facebook-ryhmään, jossa fanit esiintyvät omilla kuvilla ja nimillä?

LÄHTEET

Barton, K., Lampley, J. 2014. Fan CULTure: Essays on Participatory Fandom in the 21st Century. Jefferson, NC: McFarland & Company, Inc.

Bruun, C. 2016. Sosiaalipsykologia. Ryhmien väliset suhteet monikulttuurisessa maailmassa. Blogikirjoitus. Saatavissa: <http://sosiaalipsykologiaa.blogspot.com/p/ryhmien-valiset-suhteet.html> [viitattu 23.4.2020].

Duffett, M. 2013. Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture. Bloomsbury Apocademic.

Hallberg, R. & Kohtakangas, H. Nuoret ja sosiaalinen media. Etelä-Pohjanmaan alueen nuorten kokemuksia sosiaalisesta mediasta. Sosiaali- ja terveysala. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/91554/Riikka_Hallberg.pdf?sequence=3 [viitattu 1.3.2020].

Heikka, E. Perinteinen yhteisöllisyys vs. verkkoyhteisöllisyys. 12.8.2014. Prezi-esitys. Saatavissa: <https://prezi.com/menimbhkhkrm6/perinteinen-yhteisollisyys-vs-verkkoyhteisollisyys/> [Viitattu 4.2.2020].

Hirsjärvi, I. 2009. Faniuden siirtymiä: suomalaisen science fiction -fandomin verkostot. Jyväskylän yliopisto. Julkaistu sarjassa Nykyculttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2005. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. 11. painos.

Jodel FAQ. 2020. Verkkosivu. Saatavissa: <https://jodel.zendesk.com/hc/en-us> [viitattu 26.2.2020].

Kananen, J. 2014. Netnografia. Verkkoyhteisöjen tutkiminen opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja.

Kantanen, J. 2018. Anonyymin sovelluksen suosio vankka myös varuskunnissa – ”varjopuolena epäsopeva ja jopa aggressiivinen viestintä”. *Ruotuväki*. 11.2.2018. WWW-dokumentti. Saatavissa: https://ruotuvaki.fi/uutinen/-/asset_publisher/anonyymin-sovelluksen-suosio-vankka-myos-varuskunnissa-varjopuolena-epasopeva-ja-jopa-aggressiivinen-viestinta- [viitattu 27.2.2020].

Karasti, I. 2016. Fan fiction Suomessa. ”Fan fiction on mahtava leikkikenttä, jossa kaikki on sallittua ja mahdollista.” Mikkelin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Yhteisöpedagogiikan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/117319/Opiskelija_Karasti.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 1.3.2020].

Koski, S. & Votka, M. 2019. Somessa raivostuttiin Big Brotheria ironialla puolustaneelle Cristal Snow’lle: ”Kuulostaa tosi dissaavalta”. *Ilta-lehti*. 21.9.2019. WWW-dokumentti. Saatavissa:

<https://www.iltalehti.fi/viihdeuutiset/a/5a53c924-783d-4ee1-ae3-cf6bb99cc7d6> [viitattu 4.3.2020].

Laakso, H-T. 2014. Sosiaalisten medioiden eskaloima fanikulttuuri ja sen tuotokset. Uhkia vai mahdollisuuksia tekijänoikeuksien haltijoille? Tampereen ammattikorkeakoulu. Viestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa:

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/85458/Laakso_Heini-Tuulia.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 1.3.2020].

Lähteenmaa, J. 2000. Myöhäismoderni nuorisokulttuuri. Tulkintoja ryhmistä ja ryhmiin kuulumisten ulottuvuuksista. Nuorisotutkimusseuran/Nuorisotutkimusverkoston julkaisuja 14.

Määttänen, J. 2019. Temptation Island osoittaa sen, miten ”törky-tv:n” katsominen on kasvanut pois televisiosta ja tehnyt meistä kamalia juoruajia. *Helsingin Sanomat*. 3.5.2019. WWW-dokumentti. Saatavissa:

<https://www.hs.fi/nyt/art-2000006092649.html> [viitattu 3.3.2020].

Määttänen, J. 2018. Törkyviesteistä tunnetun somekanavan käyttäjät järkyttyivät, kun kaikki viestit olivat yhtäkkiä kadonneet – ja se osoittaa, miten ongelmallinen palvelu Jodel on. *Helsingin Sanomat*. 31.7.2018. Saatavilla:

<https://www.hs.fi/nyt/art-2000005775011.html> [viitattu 27.2.2020].

Määttänen, J. 2017. Villejä huhuja ja törkypuheita: Suomalaisten suosikkisovelluksessa puhutaan julkkiksista mitä halutaan, poliisikin tutkii keskusteluja – tästä on kyse. *Helsingin Sanomat*. 27.9.2017. WWW-dokumentti. Saatavilla:

<https://www.hs.fi/nyt/art-2000005384880.html> [viitattu 27.2.2020].

Nelonen. 2019. Big Brother Suomi alkaa syksyllä Jimillä ja Ruudussa! Realityjättiläinen on nyt maailmalla suurempi kuin koskaan. WWW-dokumentti.

10.1.2019. Saatavissa: <https://www.nelonen.fi/uutiset/viihde/2140040-big-brother-suomi-alkaa-syksylla-jimilla-ja-ruudussa-realityjattilainen-on-nyt-maailmalla-suurempi-kuin-koskaan> [viitattu 1.3.2020].

Nieminen, K. 2013. ”Euroviisuja ei pahat ihmiset seuraa” – Sosiaalisuus ja yhteisöllisyys suomalaisten euroviisufanien parissa. Tampereen yliopisto. Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö. Pro gradu -tutkielma. PDF-dokumentti.

Saatavissa: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/94853/GRADU-1389946137.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu 1.3.2020].

Nikunen, K. 2005. Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhatien taitteen Suomessa. Tampereen yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Pro gradu -työ. WWW-dokumentti. Saatavissa:

<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/67519/951-44-6387-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu 19.2.2020].

Nikunen, K., Paasonen, S. & Saarenmaa, L. 2005. Jokapäiväinen pornomme. Media, seksuaalisuus ja populaarikulttuuri. Tampere: Vastapaino.

Ojasalo, K. ym. 2009. Tutki ja kirjoita. WSOYPRO OY. Ensimmäinen painos.

- Oyer, J. 2017. Deittailun mausteena digitaalisuus – onko Tinder tuonut muutoksia? Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139992/ONT%20Julien%20Oyer%20loppuversio.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu 2.3.2020].
- Poikolainen, J. 2015. Musiikkifanius ja modernisoituva nuoruus. Populaarimusiikin ihailijakulttuurin rakentuminen Suomessa 1950-luvulta 1970-luvun alkuun. Nuorisotutkimusseuran/Nuorisotutkimusverkoston julkaisuja 168.
- Reiss, S. & Wiltz, J. 2004. Why People Watch Reality TV. Media Psychology. The Ohio State University. Volume 6.
- Ruohisto, W. 2018. Anonyymi mobiiliviestipalvelu Jodel helpottamassa toimitajan työtä uutismediassa. Journalismin koulutusohjelma. Haaga-Helian ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/154197/ONT%20Jodel%20Wilma%20Ruohisto.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu 1.3.2020].
- Räsänen, S. 2018. Verkkoyhteisöt ja nuorten sosiaaliset suhteet. Kyselytutkimus Jodelin Kiusalliset-kanavan käyttäjille. Sosiaalialan koulutusohjelma. Metropolia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/154337/rasanen_sami.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 1.3.2020].
- Salasuo, M., Poikolainen, J. & Komonen, P. 2012. Katukulttuuri. Nuorisoesiintymiä 2000-luvun Suomessa. Nuorisotutkimusseuran/Nuorisotutkimusverkoston julkaisuja 124.
- Santero, N. 2016. "Nobody Can #DragMeDown": An Analysis of the One Direction Fandom's Ability to Influence and Dominate Worldwide Twitter Trends. University of Nevada. Communication Studies. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3731&context=thesesdissertations> [viitattu 20.2.2020].
- Selin, A. ym. 2015. Ryhmäilmiö. Ryhmän ohjaajan käsikirja. Ehkäisevä päihdetyö EHYT ry. Toinen, täydennetty painos.
- Tani, I. 2019. Viiden vuoden tauolta palannut Big Brother aloitti ryhminällä – avausjaksoa seurasi lähes miljoonayleisö. *Iltä-Sanomat*. 2.9.2019. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.is.fi/tv-ja-elokuvat/art-2000006225231.html> [viitattu 1.3.2020].
- Toukosalo, A. 2019. Anonyymien somekanavan haasteet tutkinnalle. Jodel-sovelluksessa ilmitulleiden rikosepäilyjen ja hätätapausten tutkinta poliisin näkökulmasta. Opinnäytetyö. Poliisiammattikorkeakoulu. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/265206/Toukosalo_Anna.pdf?sequence=2&isAllowed=y [viitattu 26.2.2020].
- Typpö, J. 2017. "Toni" vaati treffit jälkeen kumppania maksamaan puolet ja syntyi jupakka – siellä, missä nimetön keskustelu Suomessa muuten toimii. *Helsingin Sanomat*. 22.2.2017. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005098469.html> [viitattu 27.2.2020].

Utula, K. 2019. Tällainen on täysin uudistunut Big Brother: nyt ei mässäillä alkoholilla ja seksillä – ”Jos peitto heiluu, niin kamerat kääntyvät pois”. *Ilta-Sanomat*. 28.8.2019. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.is.fi/viihde/art-2000006218864.html> [viitattu 2.3.2020].

Vänni, L. 2009. Yhteisöllisyyden ilmeneminen verkkokeskustelussa. Tarkastelussa yhteiskuntakriittisen keskustelufoorumin sanasto. Viestintätieteiden laitos. Vaasan yliopisto. Pro gradu-tutkielma. Saatavissa: https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/6588/osuva_3692.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 1.3.2020].

Yle Elävä Arkisto. Kirka fan-klubin keskellä. 27.12.2006. Päivitetty 25.1.2017. TV-ohjelma. Saatavissa: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2006/12/27/kirka-fan-klubin-keskella> [viitattu 19.2.2020].

Julkaisemattomat lähteet:

Sauveroché, G. 2020a. Head of Nordics & Emerging Markets. Haastattelu 12.2.2020. The Jodel Venture GmbH.

Sauveroché, G. 2020b. Head of Nordics & Emerging Markets. Sähköpostikeskustelu 22.1.–7.2.2020. The Jodel Venture GmbH.