

Opinnäytetyö YAMK

Taiteen uudet kontekstit

2021

Mitja Pilke

LUOVAMINA.NET

– Instagramin hyödyt esittävän taiteen tekijälle

Mitja Pilke

LUOVAMINA.NET

- Instagramin hyödyt esittävän taiteen tekijälle

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda esille Instagramin hyötyjä esittävän taiteen tekijöille. Lähtökohtanani on sosiaalisen median minulle luoma paine ammattilaisena olla mukana kyseisissä palveluissa. Julkisessa keskustelussa sosiaalinen media tuntuu näyttävän lähinnä haittapuoliensa valossa, mutta tutkimukset osoittavat palveluiden suosion vain kasvavan. Pysin selvittämään esittävän taiteen ammattilaisten näkemyksiä Instagramista alustana.

Tutkimusmenetelmänä on toimintatutkimus, ja tarkoituksena on myös itse esittävänä taiteilijana sukeltaa Instagramin maailmaan kokemaan Instagramin merkitystä sekä ammattilaisena että henkilökohtaisena jakamisen alustana. Aineiston keruu on toteutettu haastattelemalla kuutta esittävän taiteen ammattilaista, joiden suhtautuminen sosiaalisen median palveluihin ja Instagramiin vaihtelee päivittäisestä käytöstä henkilökohtaiseen boikottiin. Haastatteluaineisto on analysoitu sisällönanalyysia käyttäen.

Haastateltavien mukaan Instagramin hyödyiksi nousivat odotetusti näkyvyyden lisääntyminen ja vuorovaikutus muiden käyttäjien kanssa. Instagramia luovan prosessin työkaluna ei nähty merkittävänä tekijänä, ja suoraa työllistymistä sosiaalisen median palveluiden kautta oli tapahtunut vain harvoissa tapauksissa. Sosiaalisen median koettiin tuovan monenlaisia paineita, ja haastateltavilla oli omat strategiansa selviytyä niistä. Myös muita haittoja ja tulevaisuuden uhkakuvia tiedostettiin, mutta suurimmaksi ohjenuoraksi nousi omien arvojen ja motiivin määrittely palvelun suhteen sekä Instagramiin käytetyn ajan hallinta.

Oman kokeilujaksoni aikana keräsin monipuolisesti kokemuksia Instagram-palvelusta, ja tuntemukset myötäilivät haastateltavien ajatuksia. Instagram luo mahdollisuuden näkyvyyden nopealle kasvulle sekä vuorovaikutuksen lisääntymiselle. Ammattimainen Instagramin käyttö vaatii kuitenkin johdonmukaisuutta ja läsnäoloa palvelussa.

ASIASANAT:

Sosiaalinen media, Instagram, esittävä taide

MASTER'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Contemporary Contexts of Arts

2021 | 39 pages

Mitja Pilke

LUOVAMINA.NET

- Instagram's added benefits for makers of the performing arts

The purpose of this study is to bring out the added benefits of Instagram for authors of the performing arts. The starting point of the study is the pressure created by social media for a professional to be involved in these services. In the public debate, social media seems to appear mainly in the light of its drawbacks, but research shows that the popularity of these services is only growing. In the study, I aim to find out how performing arts professionals experience the effects of Instagram and see the service as a whole from its benefits to its threats.

The study was conducted by interviewing six performing arts professionals, whose attitudes towards social media services and Instagram ranged from daily use to personal boycott. The interview material was analyzed using content analysis. The research method was action research and the aim was also to dive into the world of Instagram as a performing artist to experience the importance of Instagram as both a professional and a personal platform for sharing.

According to the interviewees, the absolute benefits of Instagram were increased visibility and interaction with other users. Instagram as a tool in the creative process was not seen as a significant factor and direct employment through social media services had occurred in only a few cases. The pressure created by social media was felt on many levels and the interviewees had their own strategies to cope with it. Other disadvantages and future threats were also recognized, but the main guideline was to define one's own values and motive for utilizing the service and the managing time spent on Instagram.

During my own trial period, I gathered a variety of experiences from the service and my feelings coincided the thoughts of the interviewees. Instagram creates an opportunity for rapid growth in visibility as well as increased interaction. However, further enhancing these qualities requires consistency and presence in the service.

KEYWORDS:

Social media, Instagram, performing arts

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 ESITTÄVÄ TAIDE SOSIAALISESSA MEDIASSA	8
2.1 Katsaus sosiaalisen median historiaan ja algoritmeihin	8
2.2 Instagram esittävän taiteen tekijöiden käytössä	11
2.3 Instagram ammatillisessa viestinnässä	12
2.4 Henkilökohtaisuus Instagramissa	13
2.5 Vuorovaikutteisuus Instagramissa	14
3 TUTKIMUS ESITTÄVÄN TAITEEN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSISTÄ JA KOKEMUKSISTA INSTAGRAM-PROFIILIN KÄYTÖSTÄ	16
3.1 Opinnäytetyöni lähtökohta ja prosessi	16
3.2 Teemahaastattelut	17
3.3 Interventiona oma kokeilujakso Instagramissa	21
4 NOLOISTA SELFIEISTÄ UHKAKUVIIN	22
4.1 Taiteen jakaminen Instagramissa	22
4.2 Luovuuden ruokkiminen	24
4.3 Henkilökohtaisuus Instagramissa	25
4.4 Instagramin ammattimainen käyttö	26
4.5 Instagramin hyödyt	29
4.6 Instagramin haitat	30
4.7 Somen luoma paine	31
4.8 Tulevaisuuden toiveet ja uhkakuvat	34
5 LOPUKSI	35
5.1 Pohdintaa sosiaalisen median merkityksestä	35
5.2 Ollakko vai eikö olla?	36
LÄHTEET	37

1 JOHDANTO

Sosiaalisen median alustat ovat hiljalleen vallanneet suomalaiset kodit 2000-luvun alusta lähtien. Facebook, Youtube, Twitter ja käyttäjämääriltään viime vuosien suuret nousijat WhatsApp ja Instagram ovat keränneet markkina-alaa perinteisiltä medioilta (SVT 2020). Internetin mahdollistaman nopean tavoitettavuuden ja mobiiliapplikaatioiden kätevyys yhdistäminen monipuoliseen sisältöön, jota kuka tahansa voi tuottaa, on luonut sosiaalisesta mediasta suosittua ja jopa pakolliselta tuntuvan markkinointialustan näkyvyyden edistämiseksi ja joukosta erottumiseksi.

Sosiaaliseen mediaan ladataan päivittäin miljardeja kuvia (Edwards 2014), ja pelkästään Instagramissa julkaistaan 55 000 kuvaa ja 350 000 tarinaa joka ainoa minuutti (Domo 2019 & 2020). Nämä julkaisut kertovat tarinaa, joka on sekoitus samaistuttavaa ja totuutamyötäilevää arkea sekä hyvin pitkälle muokattua ja kaunisteltua idylliä. Vaikka olisimme puoleessa välissä tätä skaalaa, olisi se silti jollain tavalla paranneltu totuus, koska kuvaa ei voi muokata "aidommaksi" kuin mitä se jo on.

Taiteessa sosiaalisen median vaikutus on ollut suurta varsinkin kuvataiteen aloilla, sillä useat alustat Instagram mukaan lukien perustuvat lähinnä visuaalisen materiaalin jakamiseen. Kuvataiteen asiantuntijoiden mukaan taiteen siirtäminen virtuaaliseen tilaan on muuttanut esittämisen, tekemisen ja kokemisen tapoja. Sosiaalinen media on kasvanut tärkeäksi osaksi taiteen kenttää, vaikka keskustelua herättääkin se, voiko taideteosta kohdata aidosti vain kuvan avulla. Koronapandemia on vauhdittanut sosiaaliseen mediaan siirtymistä entisestään myös niiden taiteilijoiden osalta, jotka eivät aikaisemmin sinne olisi menneet, mutta kokivat ulkoista pakkoa, esimerkiksi heikentyvän taloudellisen tilanteensa vuoksi. Nykyään keskiöön sosiaalisessa mediassa tuntuu piirtyvän, monipuolisen sisällön lisäksi, omakohtaisuus ja tietynlainen arkisuus, joka vetää seuraajia puoleensa. Samaistuttavuus sekä kurkistaminen esimerkiksi taiteilijan työskentelyyn on suosittua, ja seuraajat tahtovat tietää, miten hän pukeutuu, mitä ajattelee eläinten suojelusta, mitä hiuslakkaa käyttää ja niin edespäin. (Körkkö 2021)

Sosiaalinen media ja sen asema ovat tuoneet myös esittävän taiteen tekijöille haasteen alkaa jakamaan osaamistaan ja markkinoimaan itseään. Koulutuksella ja työkokemuksella on suuri merkitys työllistymisessä, mutta sosiaalisen median käytön räjähtävä kasvu on luonut painetta ja kiinnostusta viedä osaamisensa julkiselle areenalle. Monille julkisen ja ammatillisen profiilin luominen on helppoa, mutta omakohtaisuuden ja

henkilökohtaisuuden yhdistäminen siihen taas haastavaa. Taiteilijan pitää pystyä kestämään keskeneräisyyttä ja tehdä selkeät rajat henkilökohtaisen sekä julkisen materiaalin välille. Pitkän ajan hyötynä sosiaalisella medialla esittävälle taiteilijalle voi olla paitsi lisätty näkyvyys myös luovan toiminnan kehittyminen seuraajilta saaman palautteen sekä uusien aluevaltausten osalta, mihin sosiaalisten medioiden alustojen erilaiset jakamismahdollisuudet ohjaavat.

Tutkin kehittämishankkeessani Instagramin hyötyjä esittävän taiteen tekijälle. Otan selvää, onko laajasta oman taiteellisen toimintansa markkinoinnista hyötyä, ja tarkastelen myös mahdollisia haittavaikutuksia sekä arvioin, kuinka paljon vaivaa joutuu näkemään hyötyjä varten. Pohdin myös sosiaalisen median luoman paineen merkitystä sekä vaaroja suhteessa Instagramin luomiin mahdollisuuksiin. Olen itse pysynyt sosiaalisesta mediasta ulkona, koska se on tuntunut vaikealta ja vaativalta. Kuitenkin mielenkiinto sen luomiin mahdollisuuksiin esittävän taiteen näkökulmasta on pysynyt. Esittävien taiteiden ja sosiaalisen median yhdistäminen sekä kehittämistoiminta on ajankohtaista juuri nyt, koska sosiaalisen median alustat ovat suosituimpia kuin koskaan ja sama kehitys näyttää jatkuvan. Tarkoitukseni on innovoida uusia tapoja jakaa luovaa työtänsä sosiaalisessa mediassa ja saada kokemusta sen luomista hyödyistä ja haitoista taiteilijalle. Tämän opinnäytetyönä tehtävän hankkeen yksi osa-alue on oma kehitykseni luovana työskentelijänä ja taiteilijana. Pyrin tuottamaan sellaista materiaalia, joilla on minulle merkitystä, ja olemaan vuorovaikutuksessa seuraajieni kanssa aktiivisesti. Määrittelen minua varten sopivat jakamisen muodot ja tavat sekä rajat. Ammatillisesti keskityn julkaisujeni monipuoliseen ulosantiin ja seuraan näkyvyyteni kasvamista.

Aiempiä tutkimuksia sosiaalisen median vaikutuksista ja mahdollisuuksista on tehty paljon, mutta lähdekirjallisuutta etsiessä koin, että Instagramin osalta taiteessa on keskitytty lähinnä kuvataiteilijoiden luomiin profiileihin ja jaettuihin sisältöihin. Opinnäytetyössäni laajennan tätä koskemaan myös esittävän taiteen tekijöitä.

Opinnäytetyössäni otan selvää esittävien taiteilijoiden kokemuksista ja näkemyksistä Instagramista niin haastatteleamalla alan ammattilaisia kuin omalla interventiollani. Tutkimusmenetelmä opinnäytetyössäni on toimintatutkimus, ja aineistoni koostuu teema-haastatteluista kuudelle esittävän taiteen ammattilaiselle. Aineiston analyysimenetelmänä käytän sisällönanalyysia. Interventiona olen sukeltanut itse Instagramin maailmaan ottamaan selvää ja kokemaan alustan vaikutusta luovaan työskentelyyni. Tarkoitukseni on ollut luoda itseni näköinen sosiaalisen median kanava, johon olen

panostanut viikoittain tuoden esille luovaa toimintaani sekä ottaen selvää muista alan toimijoista ja tämän avulla kehittää osaamistani monipuolisesti.

Tässä opinnäytetyöraportissani tarkastelen aluksi sosiaalisen median historiaa sekä algoritmeja. Tämän jälkeen avaan esittävän taiteen termiä ja merkityksiä suhteessa sosiaaliseen mediaan. Esittelen myös Instagramin ammattimaisen käytön kulmakiviä ja trendejä. Yhdistän esittävän taiteen peruseräiteitä Instagramin suomiin mahdollisuuksiin, ja tuon esille hyötyjä sekä haittoja esittäväälle taiteilijalle taiteensa jakamiseen.

Lisäksi kerron toimintatutkimukseni vaiheista ja omasta interventtiostani. Avaan myös toteuttamieni teemahaastatteluiden sisältöä ja esittelen haastateltavat esittävän taiteen ammattilaiset.

Tämän jälkeen kerron analysoimani aineistoni tulokset sekä vertailen omia ja haastateltujen kokemuksia sekä pohdin taiteilijaidentiteetin rakentumista suhteessa sosiaalisen median julkaisuihin sekä molemminpuolista vuorovaikutusta seurattavan ja seuraajien välillä. Lopuksi esitän ajatuksia aineiston pohjalta, että tarvitseeko sosiaalisessa mediassa olla ja pohdin omaa suhtautumistani sekä jatkoa Instagramissa kokeilujaksoni päätteeksi.

2 ESITTÄVÄ TAIDE SOSIAALISESSA MEDIASSA

Etsiessäni tietoa sosiaalisen median kanavista ja Instagramin hyödyistä esittävälle taiteilijalle tietoa tuntui löytyvän ensin runsaasti, mutta se näyttäytyi vahvasti kahtia jakautuneelta. Digitaalisen markkinoinnin asiantuntijoiden näkökulmasta sosiaalinen media on karkeasti summaten huippunopea, järkevä, halpa ja tänä päivänä pakollinen mainospaikka. Tätä vastoin käyttäjäpuolelta ja uutisista taas satelee kritiikkiä sosiaalisen median tietosuojariskeistä, epäaitoudesta ja nuorien mielenterveyttä uhkaavasta teknologiasta vain joitakin esimerkkejä mainitakseni. Syvemmälle sukeltaessa päästään monissa tutkimuksissa monisyisiin päätelmiin, joissa tärkeämmäksi kuin huonojen puolien korostaminen ylhäältä käsin nousee käyttäjien aktivoiminen itsenäiseen tiedonkeruuseen sekä toimintansa kriittiseen arviointiin. Sosiaalisen median palvelut toimivat monien markkinavoimien vaikutuspiirissä, mutta sisällöstä vastaavat kuitenkin pääosin käyttäjät. Koen tärkeäksi tuoda hyötyjen lisäksi esiin sosiaalisen median haittapuolia, mutta kannustan omalta osaltani myös kriittiseen keskusteluun siitä, mikä on käyttäjän itsensä vastuulla ja miten sosiaaliseen mediaan voi omalla toiminnallaan vaikuttaa.

2.1 Katsaus sosiaalisen median historiaan ja algoritmeihin

Ajattellessamme sosiaalista mediaa tulee ensimmäisenä mieleemme mitä luultavimmin suosittuja sovelluksia ja palveluntarjoajia. Mediajätit Facebook (Whatsapp, Instagram), Twitter, Google (Youtube), Snapchat ja muut suuret nimet ovat jo niin arkipäiväistyneet kieleemme, että niitä pidetään jo yhtenä sosiaalisen median yleisnimenä. Nämä suuren suosion saaneet palvelut ovat vuonna 2020 kasvattaneet mainettaan ja käyttäjämääriään. Tämä ilmiö näkyy myös Suomessa, jossa Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan (SVT 2020) mukaan sosiaalisen median palvelujen käyttö on lisääntynyt viime vuodesta jopa 13 prosenttia ja internetin käyttö varsinkin vanhemmassa väestössä on yleisestikin kasvanut, eli voisi sanoa, että koronavuoden synnyttämä niin sanottu digiloikka on jo otettu (Valtari 2020).

Internet on mullistanut maailman globalisoiden yhteydenpidon ja luoden uusia kulttuureja sähköisten verkkoalustojen ympärille. Suurin muutos viimeisen 20 vuoden aikana onkin liittynyt juuri internetin suomaan vaivattomaan yhteydenpitoon ja vuorovaikutukseen sekä omien sisältöjen julkaisemiseen (Pönkä 2014, 9).

Tästä muutoksesta ovat saaneet alkunsa internetin käyttäjien aikaisempaa sosiaalisemmat toimintatavat, jotka kehittyivät olemassa olevien teknologioiden ympärille vieden niitä eteenpäin ja edelleen sosiaalisempaan suuntaan. Erilaiset yhteisöpalvelut alkoivat muotoutua tämän näennäisen tarpeen ympärille, mikä joudutti sosiaalisen median syntymistä entisestään. Pian myös yhteisöt alkoivat valjastaa käyttöönsä näitä palveluja, esimerkiksi yritykset markkinointiin, järjestöt vapaaehtoistyöhön, poliitikot politikointiin, opettajat opetukseen ja toimittajat journalismiin. Tämä on synnyttänyt myös uusia ammattialoja ja työtehtäviä. (Pönkä 2014, 9–10.)

Sosiaalisen median syntymiseen ovat vaikuttaneet internetin käyttäjien sosiaaliset pyrkimykset erilaisten esialustojen kautta jo pitkään, joten on vaikea määritellä sille mitään tiettyä alkuhetkeä. Suurimmat ideat sosiaalisen median kehittämisessä eivät yleensä lyöneet läpi heti ensimmäisten verkostopalvelujen kautta. Yleinen kehityskaari uusille ideoille on ollut, että niistä on muodostettu kopioita muihin samankaltaisiin palveluihin, jotka ovat saattaneet myöhemmin tuottaa maineikkaita palveluntarjoajia ja verkostoja. (Pönkä 2014, 13.)

Suuri ryntäys internetiin ja somemaailmaan tapahtui 2000-luvun alussa, kun kotitalouksien vaurastuminen, verkkoyhteyksien nopeuden kasvu ja (kamera)puhelimien yleistyminen joudutti kysyntää. Verkon suomat mahdollisuudet erilaisten ryhmien ja verkostojen kohtaamis- sekä keskustelupaikaksi loivat myös yrityksille houkuttelevia mahdollisuuksia alkaa investoimaan erilaisiin verkkopalvelubisneksiin. Ensimmäiset todella suosittu palvelut olivat Friendster ja Myspace vuonna 2003, mutta kuten mainitsinkin, nämäkin syrjäytyivät lopulta uusien samankaltaisten palveluiden tieltä. Näistä tunnetuin on Mark Zuckerbergin kehittämä Facebook, joka aloitti maailmanvalloituksensa vuonna 2006 avattuaan ovet kaikille yli 13-vuotta täyttäneille, joilla on toimiva sähköpostiosoite. Yhteisöpalveluna Facebook on urauurtava palvelu, jonka käyttäjämäärät ovat olleet jatkuvassa nousussa, vaikkakin kasvu on alun jälkeen tasaantunut huomattavasti ja palvelun käyttö on siirtynyt nuoremmilta käyttäjiltä vanhemmalle väestölle. Facebook vastaa kuitenkin vain osaan käyttäjien tarpeista, ja siksi sen rinnalle on syntynyt ja syntyy edelleen aiempaa profiloituvia palveluja. Youtube perustettiin vuonna 2005 ja on vakiinnuttanut paikkansa suosituimpana videoiden jakamisalustana. Twitter sai alkunsa vuonna 2006 tarjoten verkostoitunutta kanssakäymistä lyhyiden seinäkirjoitusten kautta. Pikaviestimiseen tarkoitetuista sovelluksista Whatsapp (perustettu 2009) on edelleen yksi suosituimmista. Kuvien jakamiseen erikoistuneista vielä käytössä olevista palveluista Flickr (2004)

oli yksi ensimmäisistä, mutta nykyään mainetta niittävät 2010 perustettu Instagram ja 2012 perustettu Pinterest. (Pönkä 2014, 14–18.)

Sosiaalisessa mediassa paljon puhuttava käänne on ollut algoritmien käyttöönotto sisältötarjonnassa. Algoritmillä yleensä kuvataan tiettyä ongelmaratkaisuketjua tai johonkin lopputulokseen tähtäävää prosessia (Wikipedia 2020). Sosiaalisessa mediassa algoritmit toimivat yksinkertaisuudessaan vaihtamalla näkyvän syötteen relevanssipainoitteiseksi kronologisuuden sijaan (Barnhart 2021). Relevanssiin taas vaikuttaa sisällön kiinnostavuus ja siihen reagointi. Jos julkaisee oman kuvan esimerkiksi Facebookissa nyt, se näkyy aluksi vain pienelle kaistaleelle muita käyttäjiä, mutta mikäli se saa huomiota tykkäyksillä ja kommentilla, sen levikki kasvaa nelinkertaiseksi (Aalto-yliopisto 2021). Algoritmien tarkat toimintaperiaatteet ovat salaisia, mutta tämä relevanssipainoitteisuus on nykyään nähtävissä suurimmalla osalla sosiaalisen median alustoista.

Sosiaalisen median algoritmit siis vaikuttavat siihen, mitä näemme ja mikä jää varjoon. Oma julkaisusisältö vaikuttaa vahvasti siihen, mitä meille mainostetaan (Seppälä 2020). Tämä muodostaa niin sanottuja yhteisökuplia tai kaikukammioita, joissa samanhenkiset ihmiset näkevät, jakavat ja tuottavat lähinnä toisilleen näkyvää sisältömateriaalia (Gariella, Gionis, Morales & Mathioudakis 2018, 1–2). Heli Hagfors (2019, 50–52) tutkii pro gradu -tutkielmassaan näiden kuplien yhteyksistä itsetuntoon ja yksinäisyyden kokemukseen ja korostaa näiden vaihtelevaa suhdetta verrattuna syihin liittyä sosiaaliseen mediaan. Tiedetään, että näillä asioilla on yhteyttä, mutta syy-seuraus suhdetta on vaikea todentaa.

Sosiaalisen median algoritmit voivat pahimmillaan myös ajaa piilorasismia tai horjuttaa demokratiaa polarisoimalla katsantokannat vastakkaisiin ryhmiin, jotka eivät pääse keskustelemaan keskenään (Leppälä 2021 ja Mäntylä 2018). Myös Harto Pönkä (2020) maalaa uhkakuvia: ”Pahimmillaan algoritmi voi tappaa luovuuden, kun emme enää kohta sisältöjä, jotka tuovat meille uusia tietoja ja näkökulmia.” Hannu-Pekka Ikaheimo taas rohkaisee Ylen haastattelussa (Sundman 2019) ottamaan selvää algoritmeista ja sosiaalisen median palveluista, koska todellisuudessa ihminen voi itse vaikuttaa siihen, miten teknologia vaikuttaa omaan elämään. Kuitenkin varsinkin nuorille tuntuu olevan itsestään selvää liittyä sosiaalisen median kanaviin ja yhteisöihin esimerkiksi sosiaalisen paineen vuoksi, jolloin tärkeä käsittelyvaihe voi jäädä tekemättä. Tämä vaikuttaa pitkällä juoksulla kykyyn tutustua uusiin ihmisiin ja ylipäätään sosiaaliseen kanssakäymiseen ”oikeassa maailmassa”, internetin ulkopuolella. Tutkimusten mukaan juuri nuorilla aikuisilla lisääntynyt sosiaalisen median käyttö on yhteydessä sosiaaliseen eristytymiseen ja

yksinäisyyden kokemukseen (Primack & et al. 2017). Instagram (2021) on viime aikoina kehittänyt palveluaan vastaamaan paremmin nuorison tarpeisiin, mutta parannusta on tehty lähinnä sen osalta, että tuntemattomilla aikuisilla olisi vaikeampaa ottaa yhteyttä nuoriin.

Sosiaalisen median algoritmeja on kritisoitu addiktion luomisesta pelkästään markkinointitarkoituksessa. Center for Humane Technology -järjestön eli CHT:n mukaan eettisesti toimiva media-alusta ei yritä addiktoida käyttäjiään vaan tärkeämpänä arvona on hyödyllisyys ja palvelut. Sosiaalisen median käyttäjiä CHT opastaa ilahduttavan konkreettisesti: poista sovelluksen ilmoitukset käytöstä, tue paikallista journalismia, seuraa omaa ruutu-aikaa ja suosi sovelluksia, jotka keräävät käyttäjistään vähemmän dataa. Tällaiset välittömät ja pitkäaikaiset muutokset sosiaalisen median käytössä voivat laajalla skaalalla aiheuttaa toivotun vastareaktion algoritmien ylivallalle. CHT:n pitkäaikaisena tavoitteena on myös somejättien sääntely sekä tuottaa yhteisön arvoja mukailevaa teknologiaa. (Auvinen 2021)

2.2 Instagram esittävän taiteen tekijöiden käytössä

Esittävään taiteeseen ja Instagramissa jakamiseen liittyy olennaisia samankaltaisuuksia. Esittävä taide pyrkii vaikuttamaan ja ottamaan kantaa, edellyttäen sosiaalisen kontaktin ja intention (Niemi 1995, 11). Taiteellisessa esityksessä käytetään usein oman identiteetin hälventävää maskeerausta, puvustusta, rekvisiittaa, valaistusta, äänimaisemaa ja muita näyttämöllisiä elementtejä, joilla luodaan realistisen tuntuisia maailmoja, joihin tekijät ja kokijat voivat upota. Jussi Pullinen (2019, 142–143) kuvaa internetissä esiintymistä kahtia jakautuneeksi: Instagramin suodattimet ja kuvanmuokkaustyökalut luovat parannellun, kaunistetun ja selkeän estetiikan maailman, jossa aina on mahdollista parantaa kuvakulmaa, maisemaa tai muutoin ulkoista olemusta. Toinen maailma pitää sisällään hetken vangitsemisen ja todistavan kuvan vaikutuksen, jossa tärkeitä ei ole tuotannon taso vaan tila ja paikka, jossa kuva on otettu. Laura Hallamaa (2021) väittää kolumnissaan, kuinka kuvalla todistaminen on jo historiaa ja kuvanjakopalveluiden päätehtävä on tuottaa valheellista ja muokattua todellisuutta, mikä vaikuttaa meihin riippumatta medialukutaidoistamme. Toisaalta voisi Baudrillardia (Kellner 2019) mukaillen sanoa, että nykyään kuvien tuottama todellisuus voi hyvinkin tuottaa suurempia merkityksiä ja olla ihmisille todempaa kuin ne aidot ja kosketettavissa olevat asiat, joista itse kuva otettiin. Reagoidessamme kuviin kokemuksemme todellisuudesta muuttuu paljon

nopeammin kuin ennen sosiaalista mediaa. Onko tämä missä määrin hyvä tai huono asia, jää nähtäväksi ja tulevien polvien tutkittavaksi.

Instagram voidaan nähdä yhtenä esittävän taiteen tilana, jossa taiteen tekeminen on toiminnan uudelleen esittämistä kuvien ja videoiden kautta, eli representaatiota. Perinteisesti representaation taiteet hyödyntävät erilaisia etäisyyttä luovia rajauskeinoja, esimerkiksi teatterin etunäyttämöä, elokuvan valkokangasta ja maalauksen kehyksiä. Tähän luetteloon voisi lisätä Instagramin kuvan ja videon muokkaukset, esimerkiksi rajaukset, suodattimet, videon nopeuden muutokset ja muut työkalut, jotka luovat illuusiovaikutelmaa ja fiktiota. Vaikka käyttäjä yleensä on tietoinen, kuinka hänen eläm्यkseensä on vaikutettu etäytävästi ja rajaavasti, on mediatilaan uppoutuminen yleensä silti vääjäämätöntä. (Tarkka 1995, 240.)

2.3 Instagram ammatillisessa viestinnässä

Instagram on yksi suosituimmista sosiaalisen median kuvapalveluista, ja esittävän taiteen ammattilaisista monet näkevät sen hyödyllisenä jakamisen, vaikuttamisen ja markkinoinnin paikkana. Instagram on helppo ottaa käyttöön, ja perusominaisuuksien oppiminen ei kestä kauaa. Palvelussa on mahdollista luoda yksityinen tai julkinen tili, jonka voi muuttaa yritys- tai ammattilaistiliksi. Tällöin voi paremmin seurata tykkäyksien ja omien julkaisujen vaikutuksia. (Komulainen 2018, 257.)

Oman osaamisen ja asiantuntijuuden jakaminen vaikuttaa oman brändin syntyyn, mikä voi liittyä oman osaamisen kehittymiseen mahdollisten keskustelujen ja vuorovaikutusten kautta (Kurvinen, Laine & Tolvanen 2017, 18). Asiantuntijuuden tehokkaaseen ja yleistajuiseen jakamiseen vaikuttaa aiheen kiinnostavuus ja ajankohtaisuus (Poutanen & Laaksonen 2019).

Ammattimainen sosiaalisen median käyttö vaatii kuitenkin aikaa ja paneutumista. Pelkästään sisällöntuottaminen on verrattain helppoa, ja siihen löytyy erilaisia tapoja, jotka vaihtelevat matalan kynnyksen tilannekuvista aina huippulaatuiseen videojulkaisuun. Jotta Instagramista voisi saada kaiken irti, asiantuntijat painottavat jatkuvuutta ja läsnäoloa (Siniaalto 2014, 12). Esittävän taiteen tekijä voi tehokkaasti hyödyntää näkyvyyttä lisääviä jakomahdollisuuksia, mutta lisääntyvä läsnäolo sosiaalisessa mediassa voi aiheuttaa haasteita ajan hallinnassa niille taiteilijoille, joiden työskentely koostuu

esimerkiksi suunnittelutyöstä, ohjelmiston harjoittelusta ja muusta taiteellisesta ”käsi-työstä”. Kaikki ylimääräinen aika sosiaalisessa mediassa on helposti pois muusta työstä.

2.4 Henkilökohtaisuus Instagramissa

Instagramin käyttäjät voivat valita joko yksityisen tai julkisen tilin, mikä tarkoittaa julkaisujen näkymistä joko vain omille seuraajille tai myös muulle yleisölle. Yksityisyysasetukset eivät kuitenkaan kata kaikkea, sillä jokaisen käyttäjän on tehtävä omat rajat liittyen julkaisuihin. Jonkun toisen luoma rajanveto voi olla toiselle rajanylitys, ja koska ei ole olemassa mitään yleistä säädöstä nettietiketistä, monet perustelevat rajanvetonsa itse (Vainikka, Noppari & Seppänen 2017, 123). Koska kyse on yleensä muustakin kuin omasta henkilökohtaisesta materiaalista, linkittyy omien rajojen luominen myös muiden asettamiin rajoihin. Näin ollen tärkeäksi nousee tietoisuus myös toisten yksityisyyteen liittyvistä asioista, olivat he sosiaalisen median käyttäjiä tai eivät. Suomessa yksityisyyttä ja viestintää suojaavat tietosuojalait, ja sovellettavat lait sosiaalisen median viestintäsuhteeseen ovat sananvapauslaki, tekijänoikeuslaki, vahingonkorvauslaki ja rikoslaki (Pesonen 2013, 69).

Oman elämän kuvaaminen ja siitä kertominen kuuluu olennaisena osana Instagramin ideaan sosiaalisen median alustana. Henkilökohtaisen materiaalin jakaminen tuo julkaisuihin aitouden tai autenttisuuden vaikutelman. Oman profiilin autenttisuus määrittyy ideaalin minän ja todellisen minän näyttämisestä sekä niiden vaihtelusta (Vainikka, Noppari & Seppänen 2017, 123). Autenttisuuden vaatimusta korostavat ja pitävät yllä yleisön reagointi tykkäämällä, kommentoimalla ja eteenpäin jakamalla, mitkä vaikuttavat myös julkaisujen näkyvyyteen ja uskottavuuteen (Maares, Banjac & Hanusch 2021). Taiteilijana henkilökohtaisuus nousee esille taiteellisen työnsä merkityksellisyyden hahmottamisessa, missä ainakin ammattilaisia puhuttelevat oman työnsä arvot sekä kannanottoaminen. Taiteen tekemiseen liittyy omien kokemusten ja tuntemuksien läpikäyntiä, joiden jakaminen sosiaalisessa mediassa voi tuntua aluksi kiusalliselta. Yleensä esiintyvä taiteilija nähdään lavalla taiteellisen prosessin loppuvaiheessa, jossa henkilökohtaisuus on prosessin myötä laajentunut jo osaksi esityksen ilmaisua. Sosiaalisessa mediassa jaetaan yleensä välittömämmin myös prosessin alkuvaiheita ja siksi vaatii taiteilijalta tavalista enemmän rohkeutta näyttää oman työnsä keskeneräisyys, koska se on monessa tapauksessa sidoksissa henkilökohtaiseen materiaaliin ja taideojen arvostukseen ylipäätään. Koen itse juuri taiteilijoiden olevan avainasemassa levittämässä avointa ja

rakentavaa keskustelua ajankohtaisista teemoista sosiaalisen median kautta, eikä pelkästään suoraan argumentoimalla, vaan herättelemällä, inspiroimalla ja tekemällä uusia tulkintoja (Taideyliopisto 2021).

2.5 Vuorovaikutteisuus Instagramissa

Esitys vaatii aina yleisön läsnäolon, jotta se voi toteutua, mutta saman läsnäolon vaikutuksesta se myös katoaa (Ojala 1995, 29). Verrattuna Instagramiin, jossa julkaisut jäävät omalle kanavalle eivätkä ilman poistamista katoa, voidaan katoamisen ilmiö liittää informaation paljouteen. Kun vastaavaa sisältöä on runsaasti tarjolla, katsoja voi välittömästi päättää, onko jokin kiinnostavaa vai ei. Mielenkiintoisimmat julkaisut vetävät yleisöä puoleensa ja saavat paljon tykkäyksiä sekä kommentteja, jotka ovat sosiaalisessa mediassa näkyvyyden kannalta olennaisia. Kuvataiteilijoiden suosituimpia julkaisuja tutkiva artikkeli (Kang, Chen & Kang 2019) tuo esiin, että mielenkiintoa herättävät kuvien ja videoiden välittämä informaatio, jossa yleensä voi olla yllättävä tai humoristinen näkökulma. Tärkeäksi nousee myös jakajan kirjoittama kuvateksti, jossa vuorovaikutusta haetaan suoralla kysymyksellä joko palautteen pyytämisen ("Mitä tykkäätte?"), uteliaisuuden herättämisen ("Mikä tämä on?") tai empatian keinoin. Taiteen kokijan rinnalle muodostuu tällöin käyttäjä, jolla on mahdollisuus vuorovaikuttaa taiteilijan työhön konkreettisesti (Ojala toim. 1995, 240).

Sosiaalisen median aikakaudella taiteen kokemiseen käytetystä ajasta on tullut mittari, jolla taidetta osaltaan myös rajoitetaan. Esityksellä on aina jokin kesto, joka määrittyy joko kyseessä olevan esityksen osien loppuun saattamisesta tai ennalta määrätystä ajasta (Ojanen 1995, 15–16). Instagramissa esimerkiksi videon pituus tavallisessa julkaisussa on rajattu 60 sekuntiin ja IGTV-julkaisuissa maksimissaan 10 minuuttiin. Todellinen videoiden katsominen eroaa näistä kestoista vielä huomattavasti, sillä monet käyttäjät eivät katso videoita alkua pidemmälle. Tämä selittyy sosiaalisen median lähinnä intuitioon perustuvasta reagoinnista ja nopeasta sekä helposta jakamisesta, mikä vaikuttaa suureen vaihtuvuuteen mediavirrassa ja täten myös pinnalliseen vertailuun: mikä on katsomisen arvoista (Kang, Chen & Kang 2019).

Perinteisesti esityksen harjoitusvaiheessa yleisön läsnäoloa vältetään, jotta voidaan säilyttää jonkinlainen salaisuus ja altistaa yleisö yllätykselle tai vuorovaikutukselle (Ojala 1995, 29). Instagramissa yleisön voi ajatella näkevän paitsi valmiin esityksen, myös esitystä edeltävät vaiheet kuten ideoiden synnyn, harjoittelun tai tunnelman kulisseista.

Nämä muodostavat oman esityksensä, mikä avaa yleisölle uuden puolen esiintyjän työstä. Tanssitaiteilijat Häyrynen ja Lommi kertoivat artikkelissa (Leino 2020), että sosiaalisen median välityksellä yleisökontakti voi olla paljon merkityksellisempi ja välittömämpi verrattuna perinteiseen yleisökeskusteluun. Tämä johtunee heidän mukaansa siitä, että esimerkiksi Instagramin avulla voi yhdestä taiteilijasta saada monipuolisemman ja arkisemman kuvan kuin yleensä. Freelancetaiteilija voi ilman sosiaalista mediaa helposti jäädä vain nimeksi käsiohjelmaan ja esitys ainoaksi kohtaamiseksi esiintyjän ja yleisön välillä.

3 TUTKIMUS ESITTÄVÄN TAITEEN AMMATTILAISTEN NÄKEMYKSISTÄ JA KOKEMUKSISTA INSTAGRAM-PROFIILIN KÄYTÖSTÄ

Toimintatutkimukseeni kuuluivat teemahaastattelut esittävän taiteen ammattilaisille. Haastatteluaineiston analysoimiseen käytin sisällönanalyysimenetelmää. Toimintatutkimukseeni kuului olennaisena osana myös oma kokeilujakso eli interventio Instagramissa.

3.1 Opinnäytetyöni lähtökohta ja prosessi

Opinnäytetyöni lähti liikkeelle aiheen hahmottuessa sen ympärille, että miten voisin kehittyä taiteilijana laajentaen toimintaympäristöäni ja mukautumaan paremmin digitalisoituvaan yhteiskuntaan. Olen pohtinut jo useita vuosia sosiaaliseen mediaan ja varsinkin Instagramiin tutustumista, koska en ole ollut aikasemmin ollut niiden kanssa juuri missään tekemisissä. Aihe on kuitenkin kiinnostava, sillä olen ollut aikeissa perustaa oman Instagram-tilin markkinoidakseni omaa musiikkiani sosiaalisessa mediassa. Opinnäytetyö tuli oivalliseen kohtaan tämän päätökseni kanssa, sillä se mahdollisti aiheen tutkimisen perustavanlaatuisesti samalla, kun loin Instagramin-profiilin.

Tutkimusmenetelmäksi muotoutui toimintatutkimus, koska tarkoituksena oli omalla toiminnalla pyrkiä muuttamaan vallitsevia käytäntöjä, eli tässä tapauksessa esittävän taiteilijan Instagramin käyttöä (ks. Kuula 2006). Yleensä toimintatutkimus tapahtuu yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa, mutta pienimuotoisimmillaan se on oman työn kehittämistä (Salonen, Eloranta, Hautala & Kinos 2017, 40).

Tutkijana minulla oli mielestäni hyvä tilanne lähteä tekemään toimintatutkimusta, koska sain kokea sosiaalisen median vaikutukset niin sanotusti puhtaalta pöydältä, sillä kokemusmaailmani oli rajattu vain satunnaisiin Facebook-päivityksiin. Päätin kerätä tietoa Instagramin toimintaperiaatteista, ja valmistauduin toimintatutkimukseen kuuluvaan interventioon, eli tässä tapauksessa omaan kokeilujaksooni vuoden 2021 alusta aina huhtikuun 2021 loppuun asti. Tavoitteenani oli löytää tapoja esittävälle taiteilijalle jakaa osaamistaan monipuolisesti ja kehittyä ammatillisessa viestinnässä. Pidin kokeilujakson ajan päiväkirjaa kokemistani asioista ja tuntemuksistani.

Oman kokemuksen lisäksi valitsin haastattelun sopivaksi aineistonkeruun menetelmäksi, koska tiesin ammattilaisten omaavan hyvin erilaisia katsantakantoja sosiaaliseen mediaan. Otin yhteyttä muutamiin kollegoihini, ja sain hyviä vinkkejä, että kuka sopisi haastateltavaksi. Etsin esittävän taiteen ammattilaisia, jotka ovat jollain tavalla mukana sosiaalisessa mediassa tai heillä on jokin erityislaatuinen suhde siihen. Löysin haastateltavat suhteellisen vaivattomasti ja heidän suhtautumisensa Instagramiin vaihtelivat päivittäisestä käytöstä henkilökohtaiseen boikottiin. Haastattelut toteutettiin helmi–maaliskuun 2021 aikana etänä Zoom-yhteydellä. Kokosin aineistosta ja kokeilujaksoni muistiinpanoista analysoimani päätelmät tähän raporttiin, jonka kirjoitin pääosin huhti-toukokuun 2021 aikana.

3.2 Teemahaastattelut

Käytin esittävän taiteen tekijöille puolistrukturoitua teemahaastattelua, koska näin olisi mahdollista kysyä myös lisäkysymyksiä käytävien teemojen sisällä (ks. Hyvärinen 2017). Haastattelemisen oli mielestäni suhteellisen haastavaa, koska en ollut tehnyt aikaisemmin haastattelututkimusta. Sain kuitenkin haastateltavilta palautetta jälkepäin tyhjentävistä kysymyksistä ja eteenpäin virtaavasta otteesta.

Haastattelukysymykset rakentuivat tutkimuskysymykseni ympärille: Miten Instagram sosiaalisen median alustana voi hyödyttää ja tuoda lisäarvoa esittävän taiteen tekijälle? Aloitin haastattelut tietoisesti esittelemällä tutkimuskysymykseni, jotta haastateltavalle tulisi suoraan mielikuvia juuri Instagramia ja esittävää taidetta yhdistävistä tekijöistä. Pyyksin haastateltavia myös aluksi lyhyesti esittelemään itsensä ja työnsä, jotta saan raporttiini persoonalliset esittelyt. Haastattelut kestivät noin puolitoista tuntia.

Alla näkyy käyttämäni haastattelurunko, jossa numeroituna ja lihavoituna on kahdeksan teemaa. Niiden alle listasin apukysymyksiä, joista osaa käytin sellaisenaan ja osaa muokkasin haastattelun aikana sopivampaan muotoon tai jätin kokonaan pois. Kysyin myös muutamassa haastattelussa joitakin ylimääräisiä kysymyksiä esimerkiksi medialukutaidon opettamisesta.

1. Sosiaalisen median alustat

Millainen on oma historiasi sosiaalisen median käyttäjänä?

Mikä on suosikkialustasi ja miksi?

Miksi käytät/et käytä Instagramia?

2. Esittävän taiteen jakaminen sosiaalisessa mediassa

Miten näet esittävän taiteen sosiaalisessa mediassa?

Millaisia mahdollisuuksia Instagram antaa esittävän taiteen tekijälle?

Miten koet voivasi vaikuttaa esittävän taiteen imagoon sosiaalisen median avulla?

Kuinka tiedottaminen ja markkinointi onnistuu sosiaalisessa mediassa?

3. Luovuuden ruokkiminen

Millainen mahdollisuus sosiaalisella medialla on auttaa luovan prosessin kanssa?

Millaista palautetta saat seuraajiltasi?

Koetko pitäväsi yllä molemminpuolista vuorovaikutusta ja/tai dialogia? Onko siitä hyötyä? Millaista?

Onko tärkeämpää julkaista sellaista mistä tiedät seuraajien pitävän vai sellaista, josta itse pidät? Miksi?

4. Sosiaalisen median luoma paine

Millaisia kokemuksia on aiheesta?

Mikä luo sitä eniten?

Mikä siihen auttaa?

5. Henkilökohtaisuus sosiaalisessa mediassa

Miten olet rajannut sosiaalista mediaasi?

Miksi se on tärkeää?

6. Sosiaalisen median hyödyt

Mistä sinä hyödyt eniten? Entä alasi?

Koetko sosiaalisen median lisänneen työmahdollisuuksiasi?

7. Sosiaalisen median vaarat

Kuinka luotettavana koet sosiaalisen median tällä hetkellä? Entä tulevaisuudessa?

8. Vapaa sana

Mitä neuvoja antaisit esittävän taiteen tekijälle sosiaalisessa mediassa toimimiseen?

Haastateltaviksi valikoin kuusi esittävän taiteen ammattilaista, joiden sukupuolijakauma oli kolme naista ja kolme miestä. Ikähaarukka haastatelluilla oli 25–34. Haastateltavat työskentelevät suurelta osin kansanperinteen alalla, mutta myös laaja-alaisesti esittävän taiteen kentällä. Tuon haastateltavat esiin heidän oikeilla nimillään, koska koin huomionarvoiseksi korostaa esittävän taiteilijan persoonallista kokemusta ja oman alansa läpinäkyvää edustamista. Toinen vaikuttava asia oli oman valmistumisajankohtani aikais-taminen, jonka vuoksi anonymiteetin muodostaminen olisi tässä tutkimuksessa vienyt aikaa. Seuraavaksi esittelen lyhyesti haastateltavat haastattelujärjestyksessä, ja on huomionarvoista, että vaikka kysymys oman ammatin kuvailemisesta oli kaikille sama, vastauksien eroavaisuuteen vaikuttaa vapaa tulkinta kysymyksen laajuudesta.

Riina Hosio, 32

Ammatiltaan Riina kertoo olevansa tanssitaiteilija ja koulutukseltaan tanssinopettaja (AMK) sekä tanssija (tanssialan perustutkinto). Taiteilijana hän sanoisi olevansa mieluummin kansantanssija kuin tanssitaiteilija. Riina työskentelee tällä hetkellä SKR:n myöntämällä henkilökohtaisella taideapurahalla.

Hanna Poikela, 34

Hanna on työskennellyt tanssinopettajana viimeiset yli 10 vuotta valmistuttuaan tanssinopettajaksi (AMK). Hän on tehnyt töitä eri-ikäisten harrastajien kanssa sekä ammattilaisprojekteja monitaiteellisissa työryhmissä. Hanna on saanut myös muutaman taideapurahan taidepedagogisiin kehittämishankkeisiin.

J-P Piirainen, 31

Ammatiltaan J-P on kansanmuusikko, säveltäjä ja musiikkialan freelancer. Hän toimii pääasiassa freelancetaiteilijana ja hyvin laaja-alaisesti musiikkikentällä mm. pedagogisena valmentajana, äänittäjänä, miksaajana ja tuottajana. Koulutukseltaan J-P on musiikin maisteri taideyliopisto Sibelius-Akatemiasta.

Lotta Terävä, 28

Koulutukseltaan Lotta on tanssinopettaja (YAMK) ja tällä hetkellä hän opiskelee liikunnan ja valmennuksen ammattitutkinto Rovaniemellä. Lotta on aikaisemmin suorittanut myös yrittäjän ammattitutkinnon. Opiskeluiden ohella hän työskentelee tanssinopettajana, tanssijana ja tekee iltapäiväkerhon ohjaajan sijaisuuksia sekä muita töitä.

Timo Salonen, 25

Timo on vastavalmistunut tanssinopettaja (AMK) ja tällä hetkellä hän tekee tanssinopetustöitä Oulussa. Timo vie kansantanssipohjalta omaa osaamistaan pidemmälle kohti muita lajeja kuten show-, baletti- ja nykytanssi.

Aapo-Matti Puhakka, 30

Koulutukseltaan Aapo-Matti on muusikko sekä toiselta asteelta että AMK-tasolta Helsingin Metropolia Ammattikorkeakoulusta. Hänen laaja-alainen esiintymistyönsä pitää sisällään niin keikka-, studio- ja bändimuusikon kuin näyttelijän töitä musiikaleissa ja teattereissa sekä mainoksissa. Lisäksi Aapo-Matti toimii myös säveltäjänä, sanottajana, musiikin tuottajana ja äänisuunnittelijana.

Tallensin haastattelut Zoom-palvelun avulla sekä videona että pelkästään äänitiedostona. Käytin litteroimisessa Microsoft Officen litterointipalvelua, joka muutti äänitiedostot suoraan tekstimuotoon. Palvelu oli toimiessaan hyvä, mutta Microsoftilla oli valitettavasti maailmanlaajuisia haasteita, jotka vaikuttivat kyseiseen palveluun. Loppujen lopuksi sain litteroinnit tehtyä ja siirryin analyysivaiheeseen.

Käytin sisällönanalyysia aineistoni analysointiin, jota varten rakensin vastaukset kokoavan Excel-taulukon haastattelukysymyksieni teemoilla. Tätä kutsutaan koodaukseksi, jota lähdin aineistolähtöisesti toteuttamaan etsien aineistosta itseäni kiinnostavia kohtia ja tutkimuksen aiheeseen liittyviä katkelmia (ks. Kallinen & Kinnunen 2021). Sisällönanalyysissa kuvaillaan sanallisen tekstin sisältöä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Sisällönanalyysi toimii nimenomaan laadullisessa tutkimuksessa, koska se korostaa sisällöllisiä ja laadullisia merkityksiä (Seitamaa-Hakkarainen 2021).

3.3 Interventiona oma kokeilujakso Instagramissa

Instagram tuntuu todella ahdistavalta, ku oon lukenut miten paljon aikaa se vie, mut eikös sen pitäis myös antaa sitä? Paljon mietin kans et mikä tekee musta just erikoisen, ehkä se löytyy siitä kun en yritä olla erikoinen. Teen vaan niitä asioita joista tykkään ja on vaan luontevia tai jotka kaipaa muutosta, mä kuitenkin teen melkeen joka päivä jotain luovaa ja jos tää saa mua tekemään ees vähän enemmän ni se olis vaan plussaa. Vitsi ku vois vaan nähdä enemmän ystäviä, olis ehkä helpompaa, tai sit vaan pitää itse satsata enemmän, tieto lisää ajatusta tuskasta, mut miks en ees vahingossa uskalla... Tekosyyt on loppu, nyt lähtee! (Mitja, 2.1.2021)

Aloitin kokeilujaksoni tammikuussa 2021 lataamalla Instagram-sovelluksen ja tekemällä ensimmäisen päivitykseni. Ylläoleva lainaus on päiväkirjastani juuri ennen sovelluksen asentamista. Olin tätä ennen käynyt samankaltaisia pitkiä taiteelliseen työhön liittyviä päänsisäisiä monologeja, jotka yrittivät torjua päätöstäni aloittaa kokeilujakso. Jälkeenpäin ajatellen itselle aiheuttamani ahdistus sosiaalisen median maailmasta tuntuu kaukaiselta, mutta tunnistan edelleen samoja ajatuskulkuja päivityksiä rakentaessani.

Käytin alustan tarjoamia ominaisuuksia monipuolisesti, mutta keskityin lähinnä tarinoihin(stories) ja syötejulkaisuihin(feed). Muutaman pidemmän IGTV-julkaisun tein, koska syötejulkaisuun voi laittaa vain minuutin mittaisen videon kerrallaan. Kokeilujaksoni aikana en kokeillut Instagram liveä, enkä Instagram Reels toimintoa.

Päiväkirjaaminen kuului olennaisena osana kokeilujaksooni, ja aluksi kirjoitin vähintään viikoittain kokemuksiani ylös. Kokeilujakson loppupuolella päiväkirjaaminen selvästi harventui, mikä selittyyneen oman julkaisutahdin vakiintumisella ja päällimmäisten tuntemusten tasautumisella. Kokeilujakso päättyi huhtikuun 2021 lopussa. Avaan omia kokemuksiani lisää seuraavissa luvussa.

4 NOLOISTA SELFIEISTÄ UHKAKUVIIN

Haastatteluiden tuloksia leimasi internetin kanssa kasvaneiden haastateltujen entistä enemmän tiedostavuuteen nojautuva suhtautuminen. Nuorempana ei mietitty niin tarkkaan, mitä jaetaan ja kenelle, mutta nykyään tiedostetaan, mihin kaikkeen sosiaalisen median avulla voi vaikuttaa ja millaisia uhkia se muodostaa. Ammattilaisten kokemukset ovat kuitenkin hyvin erilaisia, koska sosiaalisen median käytön lähtökohdat, taidelajit ja jopa työpaikkakunta vaikuttivat siihen, mihin teemahaastatteluissa keskityttiin. Vastaan myös itse asettamiini kysymyksiin kokeilujaksoni pohjalta ja nostan esiin osuvimpia lainauksia työpäiväkirjastani. Interventiona Instagramiin tutustuminen oli toimiva ja tutkiva asenne sulautui luontevasti persoonalliseen otteeseen käyttää palvelua.

4.1 Taiteen jakaminen Instagramissa

Esittävän taiteen jakamisessa visuaalisuus nousee tärkeäksi elementiksi, mikä on Instagramin yksi kulmakivi. Kuvien ja videoiden jakaminen ovat oivallinen tapa saada esittävät taiteet näyttäytymään paitsi huippulaadukkaina taltiointeina, hienoissa puitteissa ja jopa ”jalustalla”, mutta myös normalisoituna, rehellisenä ja rosoisena arkipäivän taiteilijuutena.

Tutkimusaineistoni mukaan esittävät taiteet näyttäytyvät Instagramissa vaihtelevasti riippuen haastateltavan omista mielenkiinnon kohteista. Jos verrataan julkaisuja ylipäätään, taidepainoitteiset julkaisut jäävät helpommin kulutettavan materiaalin jalkoihin auttamatta. Esimerkiksi naamakuvat eli selfiet, huumorijulkaisut eli meemit ja henkilökohtaiset avautumiset saavat keskimäärin enemmän huomiota kuin taiteilijan tuotokset. Aapo-Matti Puhakka kiteyttää: ”Niin tavallaan mä kuitenkin haluaisin, että se asia mitä mä teen, niin se olisi tärkeämpi kuin se että mä vaan oon.”

Itse koin taiteen jakamisen Instagramissa aluksi todella kiittämättömäksi työksi. Käytin paljon aikaa esimerkiksi soittovideon tekemiseen: harjoittelin biisin, järjestelin kuvaustilaa, pohdin mitä laitan päälle, kuvasin useita kertoja, mietiskelin filttäreitä, kirjoitin tekstit, googlasin hashtageja ja vihdoinkin julkaisin sen. Loppujen lopuksi nopeasti napattu kuva meidän kissastamme sai enemmän tykkäyksiä. Tämä ilmiö aiheutti myöhemmin tunteen, että haluaisin julkaista vähemmän ja vain silloin, kun on oikeasti aikaa. Julkaisin pitkään vain kahdesti viikossa soitto- ja tanssivideoita, mikä oli ihan toimiva systeemi, mutta

pidemmällä aikavälillä oma seinä alkoi näyttämään epäkiinnostavalta. Päätin sittemmin kokeilla ”määrä korvaa laadun” -tekniikkaa ja lyhensin postausväliäni huomattavasti. Tarkoitukseni oli julkaista kerran päivässä jotain itselle mielenkiintoista ja kirjoittaa lyhyt teksti mukaan. Kirjoitin tuloksista 1.4.2021:

”Joka päivä postailtu. Nyt oon tehny runoja aika nopealla ajatuksella, mut on niistäkin tykätty kun on ollu kuvia mukana. Välillä tuntuu, että mielenkiintoisten kuvien ottaminen tulee helposti, mutta joskus se on ihan tosi turhauttavaa. Luulin, että selfien ottaminen olis helppoa: Jokainen kuva näyttää passikuvalta.” Mitja

Instagramin julkaisukulttuuri vaikuttaa oman kokemukseni perusteella lähes poikkeuksetta todella rajaavalta. Sosiaalisen median algoritmit hallitsevat julkaisujen näkyvyyttä ratkaisevasti. Haastatteluissa nousi esille postauksien ja tarinoiden muuttuminen kuplaksi, jonka pääsääntöinen tarkoitus on tuoda nähtävälle itselle kiinnostavaa sisältöä. Instagramissa halutaan erottautua, joten kiinnitetään paljon huomiota siihen, miten jokin asia taltioidaan ja muokataan. Isojen kansainvälisten organisaatioiden tapa on tuottaa ilmiömäisiä, akrobaattisia ja moderneja julkaisuja, jotka henkivät yhteisöllisyyttä ja menestystä. Tämän tyyppiset julkaisut koetaan kuitenkin kaukaisiksi ja itseään toistaviksi. Huomattavasti enemmän mielenkiintoa nähdään arkisemmissa ja helposti lähestyttävissä matalan kynnyksen postauksissa, jotka osaltain ovat tai voivat olla markkinointia, mutta niissä korostuu välittömyys ja jopa rosoisuus. Taiteilija on myös ihminen, minkä näkeminen Instagramissa kiinnostaa ja antaa omanlaistaan sekä tärkeää näkyvyyttä taiteilijoista suurelle yleisölle.

Lisäksi haastatteluissa erottautuivat kiinnostavana hybridinä pääasiallisesti vain sosiaaliseen mediaan tuotetut taiteelliset julkaisut. Näiden julkaisujen ei oletetakaan elävän elämäänsä sosiaalisen median ulkopuolella, mikä osaltaan vaikuttaa lisäävästi ehostamis- ja muokkaamiskulttuuriin. Monella motiivina lienee laajamittaisen suosion, eli hypen aiheuttaminen viraaliuuden toivossa. Julkaisujen muokkaaminen mahdollisimman suurta seuraajamäärää miellyttäväksi aiheuttaa tilanteen, jossa tavoitteeksi muodostuu entistä enemmän siloiteltu pinta ja yksittäinen taidonnäyte, jonka katsoja pystyy ymmärtämään ja kokemaan välittömästi. Tätä ilmiötä vastaan esittävän taiteen tekijät painottavat kriittistä otetta ja kannanottokulttuurin lisäämistä, koska taiteen avulla voitaisiin nostaa esiin yhteiskunnallisia, ajankohtaisia ja vaikeitakin asioita. Usein tämä koetaan kuitenkin vaikeaksi, koska alusta nähdään lähtökohtaisesti seuraajien miellyttämishaluisena ja vuorovaikutus pintaraapaisuna.

Tärkeäksi arvoksi aineistosta nousee se, että itse pystyy seisomaan omien julkaisujen takana ja ikään kuin välittämään vähemmän seuraajien mielipiteestä. Kirjoitin interventioni aikana päiväkirjaani 3.2.2021: ”Täytyy välttää kaikkea vertailua muihin, koska siitä tulee suurin paha mieli. Teen ja jaan silloin kuin haluan ja sitä mitä haluan.” Koin interventioni aikana monta samanlaista tuntemusta vertaamisesta, mikä vaikutti itsetuntooni negatiivisesti.

4.2 Luovuuden ruokkiminen

Luovan toiminnan voi nähdä monella tavalla. Itse ajattelen, että jokaisella on omanlaisensa tapa päästä luovuutensa äärelle, mutta jonkinlainen tyhjyys ja tylsyys tuntuu yhdistyvän siihen. Jotta uusi tieto voi järjestäytyä aivoissa uudeksi ideaksi yhdistellen palasia olemassa olevasta informaatiosta, tarvitaan keskittymistä ja tilaa ajattelulle. Haastateltavien mukaan Instagram tarjoaa käyttäjilleen mielenkiintoista katsottavaa, jota mielellään jää seuraamaan, mutta silloin on vaikeaa tai mahdotonta keskittyä kunnolla muuhun, saatikka luoda uutta. Syötteen monipuolinen visuaalinen ja audiitiivinen anti vie aivoilta kapasiteettia, vaikka toisaalta toisten taiteilijoiden menetit voivat olla inspiroivia. On kuitenkin hyvin todennäköistä, että Instagram enemmänkin ylikuormittaa aivotyötä kuin antaisi tilaa, joten luovaan työskentelyyn innoittajana Instagram ei oikein näytä toimivan. Instagramissa videot ovat lyhyitä ja kuvat ovat pieniä, joten inspiraatiota kaivatta etsiytyy muille alustoille.

Jos taiteilija käyttää aikaansa runsaasti Instagram julkaisujen tekemiseen, mutta ei saa inspiraatiota samalla tavalla, herää kysymys, että mihin Instagramin julkaisusyötteen katselua tarvitsee vai onko se täysin turhaa. Summaan tätä ajatusta päiväkirjassani 9.2.2021, jolloin kävin läpi erilaisia haasteita julkaisujen tekemisessä: ”Oon siis periaatteessa ihan iloinen ja tyytyväinen, mut ei tunnu että kehittyisin mitenkään.” Luovuudessa toisaalta on vaikea kehittyä varsinaisesti, koska sitä on hankala tai mahdotonta mitata tarkasti. Nyt jälkikäteen ajattelen, että omat julkaisut ovat monipuolistuneet ja myös niiden luominen nopeutunut, kun ei tarvitse niin pitkään miettiä, mitä ja miten julkaisen. Silti tunne jonkinasteisesta hyödyttömyydestä ei tunnu katoavan mihinkään. Tykkäyksien ja satunnaisten kommenttien tuoman hetkellisen ilon jälkeen Instagramin suljettuani jää kuitenkin tunne, että mitä sitä nyt oikeasti tekisi elämällään. Ikään kuin ei koskaan tulisi valmista, eikä varmaan tulekaan.

Vuorovaikutuksen merkitys on yksi tärkeä kulminaatiopiste, mihin haastateltavat tarttuivat. Vaikka sen tärkeys tunnustettiin ja monia vaihtoehtoja sen rakentamiselle annettiin, hyvin harvassa tapauksessa vuorovaikutus Instagramissa oli kehittynyt molemminpuoliseksi inspiraation tai merkittävän keskustelun lähteeksi. Instagram tarjoaa mahdollisuuden julkaisuihin reagoimiseen ja kommentointiin. Kun miettii, ketkä ovat yleensä henkilökohtaisen tilin seuraajia, eli ketkä näkee suurimman osan julkaisuista, voidaan pohtia, ketä itse seuraa. Harvemmin seuraa niitä tilejä, joiden julkaisuja ei halua nähdä tai keitä ei tunne lainkaan, joten voidaan siis olettaa, että monella seuraajakunta rakentuu laajenemista kaveripiiristä. Vaikka ystävien mielipiteet ovat tärkeitä, moni haluaisi kommentointia juurikin kaukaisemmilta tutuilta tai tuntemattomilta, jotta keskustelun piiri laajenisi. Toisaalta nämä ihmiset harvemmin ottavat yhteyttä, koska kommentointi tuntemattoman kanssa tuntuu haastavalta, tietenkin riippuen yleisestä aktiivisuudesta Instagramista. Kommentoinnista näyttää puuttuvan myös kriittinen keskustelu, joka toisi syvyyttä dialogiin ja voisi auttaa taiteellisessa työskentelyssä.

4.3 Henkilökohtaisuus Instagramissa

Tutkimusaineistoni perusteella Instagramia käytetään joko ammattilaisprofiilina, henkilökohtaisena julkaisukanavana tai näiden yhdistelmänä. Monille rajoitukset siitä, mitä voi jakaa, tulevat luonnollisesta rajanvedosta, että mikä tuntuu itseltä hyvälle. Toisten asiasta puhuminen taas koetaan etiketin vastaiseksi, ja usein on pyrkimys, että kysytään lupa kuvattavilta etukäteen ennen jakamista. Jokaisen täytyy itse tehdä päätös olla tai olla olematta sosiaalisessa mediassa. On kuitenkin tilanteita, joissa tämä ei päde. Haastateltavat nostavat mahdollisia tilanteita, joissa henkilökohtaisuutta täytyy erityisesti ajatella. Pienet lapset eivät voi itse päättää, haluavatko näkyä sosiaalisessa mediassa. Nuorilta voi ja on hyväkin kysyä lupa, koska silloin samalla opettaa kysymisen tärkeyttä. Aikuisistakaan kaikki eivät halua olla tai näkyä sosiaalisessa mediassa, joten tämän huomioonottaminen on oletettavasti myös tärkeää.

Hyvin yksityiset asiat, joihin yleensä liittyy muitakin ihmisiä, ovat hankalia jakamispäätöksen kannalta. Toisaalta voi saada paljon tukea yhteisöltä ja näyttää ulospäin vaikeiden asioiden läpikäymisprosessia, mikä näyttää olevan lisääntymässä päin. Monet ovat saaneet rohkaisua omiin vaikeuksiensa kohtaamiseen sosiaalisen median kautta, kun asioista ja aihepiireistä on pystytty julkisesti puhumaan, eikä niitä ole lakaistu maton alle.

Haastatteluissa nousi esille myös jaetun henkilökohtaisen materiaalin tuottama keskustelu ja vuorovaikutus sekä sillä saatu näkyvyys. Kun käyttää tiliä ammattimaisena julkaisuväylänä omalle taiteelleen sekä henkilökohtaiselle elämälleen, nousee erityisen tärkeäksi omien arvojen tiedostaminen osana Instagram-identiteetin luomista. Arvotyöskentely liitettiin haastatteluissa myös henkilöbrändäykseen, mutta keskustelua aiheutti myös henkilöbrändi-sanana paha kaiku. Henkilöbrändin ei kuitenkaan tarvitse tarkoittaa itsensä muuttamista sellaiseksi persoonaksi, jota ei ole, vaan sen tarkoitus on korostaa niitä arvoja, jonka puolesta toimii ja mikä itseään puhuttelee.

Ihmiset reagoivat herkimmin arkisiin ja henkilökohtaisiin julkaisuihin, ja ne nähdään myös mielekiintoisimpina käyttäjälähtöisesti. Haastatteluissa tämä tuli esille tilanteissa, joissa kaukaisemmatkin tuttavat saattavat kommentoida henkilökohtaista julkaisua. Vastavasti vahvasti ammatilliset ja valtavirtagenreen kuulumattomat taiteelliset julkaisut koetaan vaikeasti lähestyttävänä, eivätkä ne saa niin paljon huomiota. Seuraajat voivat kokea henkilökohtaisella tilillä tehostetun markkinoinnin myös epäaitona ja jopa häiritsevänä. Tasapainon löytäminen markkinoinnin ja henkilökohtaisen materiaalin kanssa on haastavaa, mutta omista arvoista ponnistavalla toiminnalla sekä intuitioon pohjautuvalla ajatuksella voi löytää oman tavan olla sosiaalisessa mediassa.

4.4 Instagramin ammattimainen käyttö

Instagramin perusominaisuuksiin kuuluu oma seinä, jossa julkaistuista kuvista ja videoista muodostuu yksi kokonaisuus. Seinän voi nähdä portfoliomaisena työluettelona, muistojen virtana valokuva-albumin tapaan, taideteoksena itsessään tai vaikka kaikkina näistä. Koska visuaalisuus on tärkeää seinän muokkaamisessa, monet kokevat sen hankalaksi ja menevät mieluummin intuition pohjalta. Itse huomasin interventioni aikana, että liian samanlaiset postaukset peräkkäin saivat seinän näyttämään epäkiinnostavalta. Seinälle tehdyt markkinointikuvat ja videot antavat paljoudessaan todella kaupallisen kuvan artistista, ja silloin saattaa ajatella, että onkohan taiteilijalla esimerkiksi some-assistentti tekemässä geneerisiä julkaisuja.

Monet haastateltavista nostivat esiin myös sosiaalisen median algoritmit. Yleisesti ajatellaan, että sosiaalisen median algoritmit määrittävät sen, miten julkaisut saavat näkyvyyttä, eli myös sen mitä itse näkee. Algoritmien toiminta tiedostetaan yleisesti, mutta harvalla on konkreettista tietoa, miten ne tarkalleen toimivat. Suurin esiin tuotu hyöty tulee jakamisen tasaisuudesta, mikä tarkoittaa julkaisujen tekemistä esimerkiksi

päivittäin. Tasainen päivittäminen ruokkii algoritmia ja nostaa julkaisuja ylipäätään korkeammalle syötteessä, eli toisin sanoen isommalle yleisölle. Näin myös voidaan opettaa seuraajat tietynlaiseen rutiiniin, mikä voi parhaimmillaan aiheuttaa keskustelua ja saada ihmisiä reagoimaan julkaisuihin. Tämä koettiin aineistossa kuitenkin jatkuvaksi sosiaalisessa mediassa läsnäoloa vaativaksi työksi. Kirjoitin Instagramiin tuloni alkuvaiheessa 18.1.2021: ”Omien vahvuuksien esilletuonti arkisessa valossa antaa sellaista hyvää sosiaalista painetta, että nää tyypit odottaa, et tulis lisää matskua.”

Genren vaikutus nousi haastatteluissa esiin vahvasti, koska haastateltavani edustivat lähinnä marginaaligenrejä, joiden näkyvyys somessa ei ole lähtökohtaisesti kovin suurta, mutta toisaalta myöskään kilpailua ei ole niin paljoa. Suomalaisen kansanperinteen osalta olisi hienoa nähdä, jos syntyisi ”somejulkkis”, joka ajaisi koko kentän asiaa eteenpäin ja pystyisi hankkimaan mainostuloilla osan tienesteistään. Se vaatisi kuitenkin vahvan brändin, vankan fanipohjan ja ajan henkeen osuvan sisällön. Tällä hetkellä ei näytä olevan ketään niin aktiivista sosiaalisen median käyttäjää kansanperinteen alalla, kuka pystyisi sellaiseen kasvuun. Siihen, ettei tällaista kansanperinteen ”somejulkkista” ole vielä syntynyt, vaikuttaa aktiivisuuden lisäksi myös taiteilijoiden oma asenne kyseisen työn luonteesta ja alan tekijöiden oletetut reaktiot. Jos nostaisi itsensä sanansaattajan asemaan, se voisi suututtaa tiettyjä alan ihmisiä ja sitä voitaisiin arvostella ankarasti.

Toinen ristiriita nousee tietopohjaisen Instagram-kanavan luomisesta suomalaisen kansanperinteen jakamista varten. Nähdään, että parhaimmillaan Instagramin kautta ammattitaiteilijat voisivat tarjota asiantuntijuutta kehittävää ja kätevää sisältöä, joka kasvat-
taa oman yhteisön sivistystä. Toisaalta tunnistetaan, että väylänä Instagram pohjautuu nopeamman ja viihteellisemmän informaation jakamiseen, jolloin se ei olisi ainakaan paras tapa lisätä tietoa kansanperinteestä, vaan enemmänkin tietoisuutta siitä.

Opettajan asemasta ja vastuusta Instagramissa heräsi haastatteluissa mielenkiintoinen kysymys, että kannattaisiko ja miten tanssinopettajan olla Instagramissa. Jos kasvattajan näkökulmasta nuorien sosiaalisen median käyttö aiheuttaa heille ahdistusta, olisiko parempi ottaa itse selvää käytetyistä alustoista ja omalla esimerkillä vaikuttaa rakentavampaan ja mediakriittisempään käyttäytymiseen sosiaalisessa mediassa? Myös aikuisten ja varsinkin vanhusten mediakasvatus tunnistetaan huomiota vaativaksi toiminnaksi, koska ei ole välttämättä tietoa, mitä taitoja omataan jo ennestään ja sosiaalisen median etiketti voi olla hukassa.

Tutkimusaineistoni mukaan ammatillinen vuorovaikutus kollegoiden ja muiden alan ihmisten kanssa voisi Instagramin avulla olla laajempaa ja kansainvälisempää. Instagram mahdollistaisi eri lähtökohdista olevien taiteilijoiden reaaliaikaisen yhteydenpidon. Ratkaisuksi vuorovaikutuksen laajentamiseen muodostuu haastateltavien mukaan muiden käyttäjien aktivoiminen keskustelukulttuuriin, minkä kuitenkin koetaan vievän sisällöntuottajalta paljon aikaa. Monet taiteilijat haluaisivat kysyä enemmän kysymyksiä ja esittää vahvempia mielipiteitä, jotta vuorovaikutus kehittyisi kaksisuuntaiseksi. Toimiviksi ja mahdollisiksi metodeiksi nostettiin rakentavan palautteen tai avun pyytäminen taiteellisiin ratkaisuihin, osallistaminen luovaan toimintaan ja vertaistuki osana taiteellisen identiteetin rakentumista.

Kommentoinnit lisäävät julkaisujen aktiivisuutta, mikä ruokkii taas algoritmia entisestään. Haasteeksi vuorovaikutuksen lisäämiseen nousee pyrkimys olla julkisesti omaa mieltä poliittisesti, kanta-aottavasti tai tiedostavasti, eikä vain hiljaista enemmistöä. On myös vaikeaa ottaa asiantuntijan roolia Instagramissa, jos kokee, ettei ole tarpeeksi tietoa kyseisestä asiasta. Koen itse suurta hankaluutta ilmaista kantaani vahvasti asioihin, koska pelkään muiden kommentoijien reaktioita ja jonkun muun olevan parempi puhumaan asiasta. Olisi kuitenkin tärkeää kuulla mahdollisimman monia mielipiteitä ja eri taiteilijoiden kannanottoja, koska tällöin on helpompi luoda suuria linjoja. Sosiaalisen median synnyttämä kulttuuri tuntuu antavan liikaa arvoa yhdelle kommentille.

Instagram on ilmainen sovellus, eikä sen peruskäyttäminen ole maksullista. Palvelu rakentuu kuitenkin käyttäjille kuratoitujen mainosten esittämisestä, joita ohjaavat algoritmit. Omia julkaisuja voi haastateltavien mukaan markkinoida tehokkaasti ilman rahaa, mutta pienellä korvauksella Instagramista voi ostaa maksettuja mainoksia, joiden tarkoitus on löytää uusia omaan kohderyhmään kuuluvia käyttäjiä näkemään julkaisuja. Esittävän taiteen saralla maksettu mainostaminen ei ole kovin yleistä, ja monet ajattelevatkin pärjäävänsä markkinointisisältönsä jakamisen kanssa perusjulkaisuilla. Instagramissa markkinointiin vaikuttaa suuresti se, kuinka tiedostetusti palvelua haluaa alun perin käyttää myymiseen. Yrityspuolella esimerkiksi henkilöbrändäykseen ja ylipäätään markkinointiin sosiaalisessa mediassa olisi valtavasti ohjeita ja oppaita, mutta kaikki eivät ole nähneet niiden haltuunottoa tarpeelliseksi. Monelle haastatelluista taiteilijoista on tärkeämpää mennä intuitio edellä myös markkinoinnissa, koska oma kanava on sekoitus ammattilaisprofiilia ja henkilökohtaista profiilia. Instagram nähdään kevyempänä markkinoinnin keinona kuin esimerkiksi LinkedIn tai henkilökohtaiset nettisivut.

Muina Instagramin ammattimaiseen käyttöön liittyvinä asioina nähtiin tutkimusaineistossa johdonmukaisuus julkaisuissa, eli ulkoinen olemus pysyy jotakuinkin samana profiilissa vaikka laadullisesti julkaisujen taso vaihtelisikin. Kaikki ammattilaiset eivät kuitenkaan näe tärkeäksi tai haluakaan miettiä kanavansa visuaalista ilmettä sen syvemmin. Mieluummin pohjataan omaan improvisaatioon julkaisuissa kuin ennaltasuunniteltuun sisältöön.

Joo, ei hyvänen aika, jos pitäis niinku olla joku julkaisusuunnitelma ja joku niinku ammattivalokuvaajan tasoinen homma, että fiidi näyttää hyvältä ja harmooniselta ja joku tietty värimaailma ja tietty viestijäkoodisto millä minä tätä niinku hommailen, niin se ois mulle niinku aivan liikaa että mielummin niinku silleen improvisoiden että nyt tuntuisi kivalta laittaa jotain tällaista. (Hanna Poikela)

Toisaalta esimerkiksi julkaisusuunnitelmaa pidettiin joissain tapauksissa sosiaalisen median luomaa painetta vähentävänä tekijänä ja joillekin käyttäjille jopa pakollisena, koska muussa tapauksessa ei välttämättä tulisi intuitiivisesti julkaistua mitään pitkiin aikoihin.

Johdonmukaisuus liittyy vahvasti henkilöbrändäykseen, ja sen tarkoitus on viestittää pidemmän linjan jatkuvuutta kanavalla. Myös vuorovaikutus seuraajien kanssa ja asiakaslähtöisyys ainakin tanssin kentällä nostettiin esiin, koska sitä voisi Instagramin avulla käyttää tehokkaammin osana taiteellista suunnittelua ja prosessia.

4.5 Instagramin hyödyt

Instagram on haastateltujen mukaan nopean viestinnän väline, joka lisää näkyvyyttä omalle taiteelliselle toiminnalle ja ammattilaisprofiilille. Näkyvyys perustuu välittömyyteen ja laajentuneeseen sosiaaliseen piiriin, jonka omat seuraajat muodostavat. Algoritmeja ruokkimalla tai maksetulla mainoksella voi parantaa levikkiään niille, jotka eivät muuten näkisi julkaisuja. Näkyvyys koetaan merkittäväksi, mutta se nähdään lähinnä lisänä muulle verkostoitumiselle, joka on tehty muualla kuin sosiaalisen median alustoilla.

Lisääntynyt vuorovaikutus faneihin, yleisöön, muihin taiteilijoihin ja ammatillisiin yhteisöihin Instagramin avulla on nostettu tärkeäksi asiaksi sen monipuolisuuden vuoksi. Vuorovaikutuksella voidaan peilata omaa toimintaa ja saada konkreettista apua sekä mieli-pidettä taiteelliseen työhön, mutta siihen vaikuttaa vahvasti, kuinka sisällöntuottajana toimii ja tuottaa keskustelua herättävää materiaalia. Vuorovaikutuksen ylläpitäminen on myös luovuutta ja taiteellista työtä inspiroivaa toimintaa.

Et se on niinku se hienous siinä sosiaalisessa mediassa se kanssakäyminen niiden seuraajien kanssa, ja se on myös niin kuin tietyllä tavalla tosi inspiroivaa, et siinä mielessä mä otan ehkä pikkuisen takaisinpäin tuota, että koenko mä tai käytätkö mä millään tavalla sosiaalista mediaa inspiraation työkaluna, niin tai luovan työskentelyn työkaluna, niin joo se mua inspiroi, et mä saan käydä sitä keskustelua niitten mun seuraajien kanssa, et mitä minkälaista sisältöä ne esimerkiksi haluis. (J-P Piirainen)

Instagram nähdään myös tehokkaana vaikuttamisen keinona, jossa yhdistyvät omien missioiden toteuttaminen niin taiteessa kuin henkilökohtaisessakin elämässä. Marginaaligenren osalta koetaan tärkeäksi, että omaa alaa voi tuoda näkyväksi ja normalisoida sitä. Halutaan myös jakaa oman toiminnan tärkeitä arvoja, jotta saataisiin uusia harrastajia tai seuraajia toiminnan piiriin.

Haastatteluissa nousi esiin, että käyttäjälle Instagram tarjoaa nopeaa viihdettä ja informaatiota riippuen seuratuista profiileista ja algoritmin vaikutuksesta. Kulutettu mediavirta ei välttämättä herätä luovaa toimintaa samantien, mutta toisten taiteilijoiden toiminnan seuraaminen saattaa inspiroida omaa työskentelyä pidemmällä aikavälillä.

Suoraa työllistymistä sosiaalisen median avulla tapahtuu haastateltujen mukaan hyvin harvoin, mutta näkyvyyden lisääntymisen koetaan vaikuttavan hyvin todennäköisesti positiivisesti työllistymismahdollisuuksiin. Suoran työllistymisen vähäisyyteen voi vaikuttaa sekin, että puhutaan marginaaligenreistä ja Suomen sisällä, eli piirit ovat pienet. Näin ollen työnhankkimis- ja tarjoamistilanteissa hyödynnetään mieluummin lähempää kanssakäyntiä.

4.6 Instagramin haitat

Haastatelluista useimmat mainitsivat sosiaalisen median haittapuolina epäluotettavan informaation jakamisen, palveluntarjoajan vastuun pakoilun ja algoritmien vaikutusten arvaamattomuuden. Instagramin omistaja Facebook on suuri media-alan yritys muiden maailmalaaajuisten yritysten joukossa, mutta yhteistä näille sosiaalisen median jättiläisille on nopea kasvu ja kehitys, missä lainsäädäntö ei ole pysynyt mukana. Konkreettisesti tämä näkyy muuttuvissa maailmantilanteissa, esimerkiksi Yhdysvaltojen vaaleissa, joiden aikana nousi kriittisesti esiin sosiaaliseen median demokraattisuus. Sensuuria käytetään myös kyseenalaisesti ja ristiriitaisissa tilanteissa. Esimerkiksi kuvat naisoletettujen nänneistä ovat sellaista materiaalia, mikä poistuu hyvin nopeasti palvelusta, mutta sitä vastoin kansaakiihottavaa vihapuhetta katsotaan joissain tilanteissa läpi sormien.

Palveluntarjoajien vastuuta nostettiin haastatteluissa esiin, koska palvelujen käyttäjissä on paljon nuoria, jotka ovat vielä kehitysvaiheessa ja mediakriittisyys ei ole välttämättä vielä vaaditulla tasolla. Instagramin negatiivisia vaikutuksia mielenterveyteen on tutkittu paljon, mutta tulokset eivät kohtaa lainsäädännön kanssa, koska palvelut ovat saaneet jatkaa samalla tavalla.

Sosiaalisen median algoritmit tuovat silmiemme eteen sitä materiaalia, jota todennäköisesti klikkaamme ja tykkäämme. Tämän koetaan vaikuttaneen maailmankuvaamme rajaavasti, koska vain yhdentyypinen materiaali ja valmiiksi pureskeltu mielipide, jonka jo ennen katsomista pystyt allekirjoittamaan, ei tuo vaihtoehtoja tai aiheuta tärkeää keskustelua. Sosiaalinen media näyttäytyy ilmaisena, mutta tosiasiasa henkilöprofiilit, joita meistä tehdään, ovat myytäviä kauppatavaroita.

Haastatteluissa tulivat esiin myös sosiaalisessa mediassa yleistyneet valeuutiset sekä botit ja trollit, jotka ovat turhia käyttäjän kannalta ja myös pelottavia, koska ne vaikuttavat suuriin määriin ihmisiä. Tämän voisi nähdä turhana vuorovaikutuksena, koska niiden tarkoitus on lähinnä aiheuttaa mielipahaa ja kohuja, jotka luovat negatiivista ilmapiiriä. Toinen huolenaihe koski mahdollista epäedustavaa näkyvyyttä. Kontekstista irrotettu kuva voi aiheuttaa negatiivista julkisuutta ja jopa kohuja, riippuen julkaisijan seuraajamäärästä.

4.7 Somen luoma paine

Tutkimusaineistoni perusteella Instagram koetaan palveluna koukuttavaksi, mikä perustuu välittömään informaatiovirtaan ja sen kuluttamiseen. Sosiaalisen median algoritmeja kehittämällä palveluista voidaan tehdä entistä koukuttavampia. Puhelimeen suoraan tulevat ilmoitukset liimaavat naaman kiinni puhelimeen, ja ongelmaa esiintyy kaikilla ikäpolvilla. Joillekin Instagramin käyttö aiheuttaa pahojakin addiktio-oireita, joihin ei ole muuta lääkettä kuin sovelluksen poistaminen.

Henkilökohtainen mielipiteeni on, että omien julkaisujen ympärille muodostuu niin kutsuttu validiteetin hakemisverkosto, missä sisällöntuottaja hakee hyväksyntää valinnalleen ja saa mielihyvää tykkäyksistä sekä kommentteista, mutta samalla yrittää olla välittämättä niistä. Tämän huomasin konkreettisesti interventioni aikana, kun Instagram ilmoitti omaan julkaisuun tulevat reagoinnit suoraan puhelimeen, ja niiden kertymää oli pakko käydä katsomassa jatkuvasti. Samalla yleensä jäin katsomaan muuta virtaa ja

pohtimaan omia kuvia sekä vastasin satunnaisiin kommentteihin. Kyseinen ilmiö mainittiin myös muutamassa haastattelussa.

Instagram alustana suosii nopeaa jakamista ja suosittu jakamismuoto on tarinat (Stories), joissa ideana on kuvien sekä lyhyiden videoiden jakaminen ja jotka poistuvat näkyviltä 24 tunnin jälkeen. Haastatteluista ilmenee, että jatkuva julkaisutahti ja palvelun nopea kuluttaminen aiheuttaa painetta olla läsnä Instagramissa jatkuvasti. Hitaamman julkaisutahdin ajatellaan lisäävän laatua ja asiaa julkaisuihin, mutta se aiheuttaa myös painetta, koska mitä enemmän on aikaa edellisestä julkaisusta, sitä isommaksi kasvaa uuden julkaisun kynnyks. Laatu- ja nopeusvaatimukset näyttävät kuitenkin olevan täysin itse tuotettuja, sillä seuraajapuolelta asiaa ei koeta samalla tavalla. Vaikka ei julkaisisi-kaan aktiivisesti, seuraajat eivät näytä katoavan mihinkään, mikä todennäköisesti johtuu muun vastaavan informaation määrästä.

Sosiaalisen median palveluja käytetään laajasti, ja oman puhelimen kautta ajatteleekin herkästi vaikuttavansa koko omaan kenttään omilla julkaisuillaan. Lähempänä totuutta näyttäytyy haastatteluiden mukaan kuitenkin se, että oma vaikutusvalta on yllättävän pieni ja vastaavasti saadun informaation määrä myös vain murto-osa kaikesta, mitä tapahtuu. Paineita herää varsinkin silloin, kun omille vertaisilleen tapahtuu jotain hienoa ja mahtavaa, mistä jaetaan Instagramin avulla hyvää meininkiä, onnistumista ja menestystä.

Haastateltavat painottavat esittävien taiteiden yhtä ominaispiirrettä, että työ on monimuotoista ja vaihtelevaa. Välillä taiteilijalle tapahtuu paljon ja isolla mittakaavalla, mutta väliin mahtuu myös runsaasti hiljaista työntekoa, harjoittelua, vastoinkäymisiä ja taukoja luovasta työstä. Instagramiin julkaistaan harvemmin jälkimmäisiä asioita, mikä johtaa helposti yksipuoliseen kuvastoon ja suorituskulttuurin luomiseen sekä ylläpitämiseen. Kun Instagramin tarjoama kokemusmaailma muodostuu ympärillä tapahtuvista onnistumisista, upeista kohtaamisista ja yltiöpositiivisista asioista, voi oma arki tuntua mitättömältä ja pieneltä. Haastateltavista useat kokevat, että vertailua muihin tekee väistämättä, ja kyse on koko sosiaalisen median laajuisesta ongelmasta, jolta eivät säästy edes hankalasti vertailtavat asiat kuten esittävä taide.

Tutkimusaineistoni mukaan sosiaalinen media tuntuu nykypäivänä melko pakolliselta esittäväälle taiteilijalle, vaikka ei siellä lähtökohtaisesti haluaisikaan olla. Harvoille aktiivinen sosiaalisen median käyttö tulee helposti ja luonnostaan, joten taiteilijalle luo painetta tehdä julkaisuja vain sosiaalisessa mediassa näkymisen vuoksi. Tätä hankaloittaa

enenevissä määrin ylhäältäpäin tuleva tavoiteseuranta, mikä näkyy vahvasti ainakin musiikin alalla. Kun seuraajamääriä arvioidaan entistä korkeammalle, ei aloittelevat taiteilijat välttämättä keskity niin paljon taitojensa kehittämiseen, vaan koittavat mieluummin saada lisää seuraajia keinolla millä hyvänsä.

Muutamassa haastattelussa nousivat esiin lapset ja nuoret Instagramissa. He ovat otollisessa iässä ulkopuolisille vaikutuksille, ja vaikka lähtökohtaisesti yhä nuoremmat osaavat käyttää palveluja tehokkaasti, sosiaalisen median luoma paine ja jatkuva täydellisyyden tavoittelu iskee rajusti nuoriin ja vasta kehittyviin aivoihin. Koska muokkaamiskulttuuri synnyttää epärealistisen kuvan täydellisistä ihmisistä ja tilanteista eikä ole ketään kertomassa sen valheellisuudesta, on luonnollista pitää tätä tavoiteltavana totuutena. On myös vaikea määritellä, kenen vastuulla nämä asiat ovat, mutta ainakaan palveluntarjoajat eivät ole vielä tarttuneet näihin epäkohtiin. Jos lasten ja nuorten mielenterveyteen liittyviä negatiivisia muutoksia ei nosteta esille ja tiedosteta, ne eivät katoa.

Sosiaalisen median luomaa painetta on vaikea torjua, mutta haastatteluissa ilmeni, että Instagramin julkaisukulttuuriin voi vaikuttaa muun muassa omalla esimerkillä. Taiteilijoiden arki on mielenkiintoista katsottavaa lähtökohtaisesti, ja siihen voisi lisätä avoimuutta tuomalla esiin muitakin asioita kuin hyviä puolia ja positiivista ulosantia. On yleistä jakaa Instagramissa valmista tai hyvin pitkällä olevaa materiaalia, mutta keskeneräisyyden näyttäminen olisi myös kiinnostavaa. Samalla luodaan vastavoimaa täydellisyyden tavoittelulle sekä suorituspainaineille. Sosiaalisen median nopeaa tiedon jakamista voi vastustaa omaa julkaisutahtia harventamalla ja muiden julkaisujen katsomista vähentämällä. Kaikkea ei voi eikä tarvitsekaan nähdä.

Itse koen Instagramista muovautuneen minulle omanlaisensa rutiini, joka yhdistää viihdeellistä käyttöä ja ammattimaista julkaisua. Näistä tärkeämpi itselleni on tuo jälkimmäinen, joten panostan siihen enemmän. Näen ammattimaisuuden Instagramissa siinä, että tuon esille taiteilijuuttani sellaisena kuin se on. Pysin käyttämäni päivityksiini mahdollisimman vähän aikaa, ettei se vie itse taiteen tekemiseltä liikaa tilaa ja painoarvoa. Jokainen kokee hyvän tasapainon eri tavalla, ja siksi on mietittävä itse, mikä toiminnassa kuormittaa, ja pyrkiä vähentämään sitä.

4.8 Tulevaisuuden toiveet ja uhkakuvat

Sosiaalisen median palveluja päivitetään jatkuvasti, ja tuotetaan uusia sovelluksia korvaamaan vanhoja. Milloin tahansa saattaa nousta uusi hitti, jota suuri massa alkaa käyttää. Osa haastateltavista painottaa, että on tärkeämpää pysyä mieluummin mukana kehityksessä kuin jäädä siitä jälkeen.

Tutkimusaineistoni mukaan luottamus tulevaan koetaan epävarmaksi sosiaalisen median suhteen. Ennakointi on vaikeaa, kun ei tiedetä tarkasti, mihin suuntaan lainsäädäntö ja palveluntarjoajat kehittyvät. Instagramissa luotetaan siihen, mitä itse koetaan ja mihin pystytään itse vaikuttamaan, kuten seurattaviin profiileihin ja omiin julkaisuihin. Muut asiat jäävät lähinnä sokeasti luotettaviksi, joista suurimpana algoritmien käyttö ja näkyvyyden lisääntyminen. Koska ei pystytä selkeästi todentamaan, vaikuttaako sosiaalisessa mediassa näkyminen positiivisesti työllistymiseen, sitä ei nähdä tulevaisuudessa kovin merkittävänä kehityssuuntana ainakaan esittävän taiteen alalla.

Epävarmuus näkyy haastateltavien puheessa myös lisääntyvinä uhkakuvina, joista osa on jo nykypäivää. Sananvapaudella perusteltu ja huonoa käytöstä normalisoiva internetkiusaaminen, puhelimen kuunteluun perustuva mainostaminen ja tietoturvariskit ovat kaikki osa isoa ongelmaa, johon sosiaalinen media syyllistyy ja mitä se tuottaa. Vaikka oma Instagramin käyttö olisi vähäistä, niin on hyvä tiedostaa, millaista toimintaa tulee edustaneeksi ja millaisilla asioilla palveluntarjoajat ansaitsevat rahaa. Jokaisen täytyy vetää omat rajat sille, miten sosiaalista mediaa hyödyntää, mutta ilman vertailupohjaa se on hankalaa.

Tunnen itse ottavani tietoisien riskien joka kerta, kun avaan Instagramin. Siksi riskin, koska vaarojen karikko on olemassa. Siksi tietoisien, koska olen ottanut selvää, miten sen voi parhaiten kiertää.

5 LOPUKSI

5.1 Pohdintaa sosiaalisen median merkityksestä

Monelle meistä sosiaalisen median käyttö on alkanut jossain määrin sosiaalisesta paineesta ja kyseenalaisista selfiestä. Toteuttamissani teemahaastatteluluissa nousivat esiin Instagramin ehdottomina hyötyinä näkyvyyden lisääntyminen ja vuorovaikutteisuus. Instagram ohjaa näitä hyötyjä alustana tiettyyn suuntaan, ja käyttäjien luoma sosiaalisen median kulttuuri ja etiketti muovautuu omaan suuntaansa suhteessa mahdollisuuksiin. Vastapariksi kehkeytyy roima määrä haittoja, paineita ja tulevaisuuden uhkakuvia, jotka voivat johtaa jopa sosiaalisesta mediasta irtautumiseen. Kuitenkin täydellinen irtipäästäminen tuntuu jossain määrin mahdottomalta.

Kysyttäessä mielenkiintoa osallistua tutkimukseen, lähes kaikki haastateltavista sanoivat, että eivät ole tarpeeksi aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä tai etteivät itse osaa käyttää sosiaalista mediaa niin hyvin. Totuus on kuitenkin, että tietoa ja taitoa on runsaasti, mutta sitä ei ehkä itse tiedosteta tai sitten omaa käyttöä verrataan johonkin sosiaalisen median asiantuntijaan tai vaikuttajaan. Instagramiin saa upotettua vaikka koko päivän halutessaan, mutta se ei todellakaan ole tarpeen näkyvyyden ja vuorovaikutuksen lisäämiseksi.

Instagram on alustana yhtä monipuolinen kuin käyttäjänsä, ja sosiaalisessa yhteisössä oman luonteenpiirteet tuntuvat korostuvan. Jos ahdistuu helposti muiden mielipiteistä, tunne voi korostua sosiaalisen median palveluissa, ja mikäli on valmiiksi itsevarma persoona, Instagram voi olla yksi itsensäilmaisukanava lisää. Kriittinen ajattelu on tärkeää, koska vieläkö ei ole pystytty todistamaan kännyköiden olevan suoraan syy mielenterveyshaasteisiin. (Hagfors 2019, 18–19; Pullinen 2019, 154–155).

Tarvitseeko sosiaaliseen mediaan siis mennä? Jos se tuntuu luontevalta ja varsinkin jos liittymiseen on jokin sisäinen motiivi, kannattaa lähteä kokeilemaan. Kohtuullisella ja rajatullakin käytöllä Instagram voi lisätä näkyvyyttä ja vuorovaikutusta, mutta ilmeisesti sosiaalisen median kanavia varmasti pärjää. Riina Hosio kertoi haastattelussa pohtineensa työnohjaajansa kanssa, että tarvitseeko taiteilijan pelkästään ulostulon takia liittyä sosiaaliseen mediaan. Jos ulostulo tuo jonkun lisäarvon tekemiseen, eli sosiaalisen median voi nähdä esimerkiksi metodina tai työkaluna, niin tuo prosessi antaa ihan uudenlaisen lisäarvon taiteen jakamiselle, mutta pelkän ulostulon takia sinne ei tarvitse mennä.

5.2 Ollakko vai eikö olla?

Kokeilujaksoni loppupuolella tulin yhteen lopputulokseen Instagramista ja pohdin ammattilaistilin sekä henkilökohtaisen tilin suhdetta:

Some tuntuu siltä, että en oikeasti tiedä mitä lisäarvoa se antaa. Periaatteessa joo, mutta ilmankin pärjäis ja hoitais hommat. Varsinki tää henk. koht. tili tuntuu kuormittavalta, mut jos olis vaan ammattilaistili niin oisko se niin motivoivaa sisällöntuottamisen kannalta. (Mitja, 20.4.2021)

Olen kuitenkin päättänyt kokeilujakson jälkeen pysyä Instagramissa ja jatkaa kanavani kehittämistä, koska itselleni sisällön tuottaminen on motivoivaa ja olen löytänyt suhteellisen tasapainoisen suhteen palveluun. Mielestäni tiedostava asennoituminen sosiaalisen median palveluihin olisi jokaiselle tärkeää riippumatta siitä, onko itse mukana palveluissa.

Pohtiessani omaa lähtötasoani verrattuna nykyisiin taitoihini Instagramissa sanoisin olevani osaava peruskäyttäjä. Aluksi minulle oli tärkeää, että taitoni ja ammattilaisuuteni tulisi mahdollisimman hyvin esiin julkaisuissani, mutta nykyään ajattelen sen näkyvän sen verran mitä tarvitsee ja panostan omaan tyyliini. Yritän edelleen välttää oman Instagram-syötteen katselua, koska huomaan sen addiktoivan minua, kuten monia muitakin. Koen myös tämän tutkimuksen tekemisen ja tietoisesta Instagramin käytön tuoneen arvokasta kokemusta sosiaalisen median palveluista, joten pystyn esimerkiksi omassa opetuksessani tarttumaan paremmin sosiaalisesta mediasta nouseviin kysymyksiin sekä teemoihin. On helpompi ratkaista haasteita, kun ne on ensin tiedostettu (Toivoa ja toimintaa 2021).

LÄHTEET

Aalto-yliopisto 2021. Filttterikuplia ja algoritmeilla manipulointia. <https://someilmiot.informaatioverkostot.fi/osio/filtterikuplia-ja-algoritmeilla-manipulointia/> Viitattu 11.8.2021.

Auvinen, Miika 2021. Sosiaalisen median algoritmit manipuloivat käyttäjiä ja voivat vääristää ajattelua. <https://voima.fi/artikkeli/2021/sosiaalisen-median-algoritmit-manipuloivat-kayttajia-ja-voivat-vaaristaa-ajattelua/?cn-reloaded=1> Viitattu 11.8.2021.

Barnhart, Brent 2021. Everything you need to know about social media algorithms. <https://sprout-social.com/insights/social-media-algorithms/> Viitattu 11.8.2021.

DOMO 2019. Data never sleeps 7.0. <https://web-assets.domo.com/blog/wp-content/uploads/2019/07/data-never-sleeps-7-896kb.jpg> Viitattu 26.5.2021.

DOMO 2020. Data never sleeps 8.0. <https://web-assets.domo.com/blog/wp-content/uploads/2020/08/20-data-never-sleeps-8-final-01-Resize.jpg> Viitattu 26.5.2021.

Edwards, Jim 2014. PLANET SELFIE: We're Now Posting A Staggering 1.8 Billion Photos Every Day. <https://www.businessinsider.com/were-now-posting-a-staggering-1-8-billion-photos-to-social-media-every-day-2014-5?r=US&IR=T> Viitattu 28.5.2021.

Garimella, Kiran; Gionis, Aristides; Morales, Gianmarco De Francisci & Mathioudakis, Michael 2018. Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship. <https://arxiv.org/pdf/1801.01665.pdf> Viitattu 11.8.2021.

Hagfors, Heli 2019. Sosiaalisen median identiteettikuplat: Miten itsetunto ja yksinäisyys ovat yhteydessä identiteettikupliin sitoutumiseen? Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/105493/1555508473.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Viitattu 23.5.2021.

Hallamaa, Laura 2021. Laura Hallamaan kolumni: Viettelysten Instagram. <https://yle.fi/uutiset/3-11916361> Viitattu 24.5.2021.

Hyvärinen, Matti 2017. Haastattelun maailma. Teoksessa Tutkimushaastattelun käsikirja. toim. Hyvärinen, Matti; Nikander, Pirjo & Ruusuvoori, Johanna. Tampere: Vastapaino.

Instagram 2021. Continuing to Make Instagram Safer for the Youngest Members of Our Community. <https://about.instagram.com/blog/announcements/continuing-to-make-instagram-safer-for-the-youngest-members-of-our-community> Viitattu 30.5.2021.

Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina 2021. Etnografia. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonanalyysi/> Viitattu 28.5.2021.

Kang, Xin; Chen, Wenyin & Kang, Jian 2019. Art in the Age of Social Media: Interaction Behavior Analysis of Instagram Art Accounts. Informatics 2019, 6, 52. https://www.researchgate.net/publication/337838770_Art_in_the_Age_of_Social_Media_Interaction_Behavior_Analysis_of_Instagram_Art_Accounts Viitattu 25.5.2021.

Kellner, Douglas 2019. "Jean Baudrillard", The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2020 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <https://plato.stanford.edu/archives/win2020/entries/baudrillard/> Viitattu 31.5.2021.

Komulainen, Minna 2018. Menesty digimarkkinoilla. Helsinki: Kauppakamari.

Kurvinen, Jarkko; Laine, Tom & Tolvanen Ville 2017. Henkilöbrändi. Asiantuntijasta vaikuttajaksi. Helsinki: Alma Talent Oy.

Kuula, Arja, 2006. Toimintatutkimus. Luku 5.4. kokonaisuudesta Saaranen-Kauppinen, Anita ja Puusniekka, Anna, KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 28.5.2021.

Körkkö, Hilla 2021. Linkki biossa - Koronavuosi vei kuvataiteen sosiaaliseen mediaan. Neljä alan asiantuntijaa kertoo, onko pakon sanelemassa muutoksessa kenties jotain hyvääkin. <https://www.hs.fi/nyt/art-2000008003839.html> 5.7.2021.

Leino, Anni 2020. Miten tanssitaide taipuu digitaalisille alustoille ja sosiaaliseen mediaan? Tanssija Natasha Lommin ja Elina Häyrysen projekti perustuu kokeilulle, luovuudelle ja leikille <https://www.danceinfo.fi/artikkelit/miten-tanssitaide-taipuu-digitaalisille-alustoille-ja-sosiaaliseen-mediaan-tanssija-natasha-lommin-ja-elina-hayrysen-projekti-perustuu-kokeilulle-luovuudelle-ja-leikille/> Viitattu 26.5.2021.

Leppälä, Samuli 2021. Twitterin kohuttu algoritmi osoittautui juuri niin pahaksi kuin pelättiin. <https://www.tivi.fi/uutiset/twitterin-kohuttu-algoritmi-osoittautui-juuri-niin-pahaksi-kuin-pelattiin/bbc1561e-b3e2-44cb-a6b1-5ce464bdd588> Viitattu 11.8.2021.

Maares, Phoebe; Banjac, Sandra; Hanusch, Folker 2021. The labour of visual authenticity on social media: Exploring producers' and audiences' perceptions on Instagram. Julkaisussa: Poetics (Amsterdam) 2021-02, Vol.84, p.101502 <https://www.sciencedirect.com.ezproxy.turkuamk.fi/science/article/pii/S0304422X2030245X?via%3Dihub> Viitattu 26.5.2021.

Mäntylä, Juha-Matti 2018. Kyllä, algoritmit uhkaavat demokratiaa – Valta luisuu some-miljardööreille. <https://yle.fi/uutiset/3-10041316> Viitattu 11.8.2021.

Niemi, Irmeli. 1995. Kallioluolista kadunkulmaan, Esittäminen – osa ihmisenä olemista. Teoksessa Esiintyjä – taiteen tulkki ja tekijä, toim. Raija Ojala. Porvoo: WSOY, 11-30.

Pesonen, Pirkko 2013. Sosiaalisen median lait. Helsinki: Kauppakamari.

Poutanen, Petro & Laaksonen, Salla-Maaria 2019. Faktat nettiin! Asiantuntijaviestintä sosiaalisessa mediassa. Helsinki: Gaudeamus.

Primack, Brian; Shensa, Ariel; Sidani, Jaime; Whaite, Erin; Lin, Liu; Rosen, Daniel; Colditz, Jason; Radovic, Ana & Miller, Elizabeth 2017. Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. American Journal of Preventive Medicine, 53(1), 1–8. [https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797\(17\)30016-8/fulltext](https://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(17)30016-8/fulltext) Viitattu 26.5.2021.

Pullinen, Jussi 2019. Mitä meille tapahtui? Näin internet ja sosiaalinen media muuttivat elämämme. Riika: Livonia Print.

Pönkä, Harto 2020. Algoritmit ja kuplat – Voiko somesta enää löytää kultajyviä. Powerpoint-esitys. <https://www.slideshare.net/hponka/algoritmit-ja-kuplat-voiko-somesta-en-lyt-kultajyvi> Viitattu 24.5.2021.

Pönkä, Harto 2014. Sosiaalisen median käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. Sisällönanalyysi. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html Viitattu 28.5.2021.

Salonen, Kari; Eloranta, Sini; Hautala, Tiina & Kinos, Sirpa 2017. Kehittämistoiminta ja kehittämisen menetelmiä ammatillisessa korkeakoulussa. Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 108. <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166494.pdf> Viitattu 31.5.2021.

- Seitamaa-Hakkarainen, Piritta. 2021. Kvalitatiivinen sisällönanalyysi. <https://metodix.fi/2014/05/19/seitamaa-hakkarainen-kvalitatiivinen-sisallon-analyysi/> Viitattu 28.5.2021.
- Seppälä, Piritta 2020. Algoritmit sosiaalisessa mediassa. <https://viestintapiritta.fi/blogi/algoritmit-sosiaalisessa-mediassa/> viitattu 25.5.2021.
- Siniaalto, Marika 2014. Sosiaalisen median menestysreseptit. Helsinki: Kauppakamari.
- Sundman, Robert 2019. Sosiaalisen median palvelut tietävät meistä paljon, ja siksi algoritmien ymmärtämisen tulisi olla "kansalaistaito". <https://yle.fi/uutiset/3-10867375> Viitattu 26.5.2021.
- Suomen virallinen tilasto (SVT) 2020. Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=2341-8699. Helsinki: Tilastokeskus. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/sutivi/index.html> Viitattu: 29.5.2021.
- Taideyliopisto 2021. Hiljainen tieto ja algoritmien valta – taiteellinen tutkimus lisää ymmärrystä katveeseen jäävistä asioista. https://www.uniarts.fi/artikkelit/ilmiot/hiljainen-tieto-ja-algoritmien-valta-taiteellinen-tutkimus-lisaa-ymmarrysta-katveeseen-jaavista-asi-oista/?fbclid=IwAR1XCsumjtktm9RdqFkHMuSbAHnPqXU_cg8BfnYKdiIdKI7Rp9_5Ej1_YLI Viitattu 11.8.2021.
- Tarkka, Minna (1995) Median vanha ja uusi kohde. Teoksessa Esiintyjä - taiteen tulkki ja tekijä. Toim. Raija Ojala. WSOY: Porvoo: s. 233-245.
- Toivoa ja toimintaa 2021. Netissä voi vaikuttaa monella tavalla. https://toivoajatoimintaa.fi/netti-vaikuttaminen/#Lahteita_ja_lisalukemista Viitattu 31.5.2021.
- Vainikka, Eliisa & Noppari, Elina & Seppänen, Janne 2017. Exploring tactics of public intimacy on Instagram. <https://www.participations.org/Volume%2014/Issue%2017/7.pdf> Viitattu 25.5.2021.
- Valtari, Minna 2020. Sosiaalinen media Suomessa: Selkeää kasvua vuonna 2020. <https://lmsomeco.fi/oppaat/sosiaalinen-media-suomessa/> Viitattu 12.4.2021.
- Wikipedia 2021. Algoritmi. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Algoritmi> Viitattu 11.8.2021.