

Terveysvaikuttaja Maria Nordinin somesisältöjen affektiivinen dynamiikka

Salla Jokinen

Pro gradu -tutkielma

Kulttuurien tutkimuksen tutkinto-ohjelma, folkloristiikka

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Maaliskuu 2024

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck –järjestelmällä

Pro gradu -tutkielma

Kulttuurien tutkimuksen tutkinto-ohjelma, folkloristiikka

Salla Jokinen

Terveysvaikuttaja Maria Nordinin somesisältöjen affektiivinen dynamiikka

Sivumäärät: 65 sivua

Tutkielmassa tarkastellaan terveysvaikuttaja Maria Nordinin Instagram-tilin sisältöjen affektiivista dynamiikkaa sekä Nordinin roolia vernakulaarina eli kansanomaisena auktoriteettina. Tutkimuksen aineistona toimii marianordin.freetoheal -Instagram-tilin 60 suosituinta feed-julkaisua vuodelta 2022. Tutkimuksessani selvitetään, millaiset affektiiviset tekijät vaikuttavat Nordinin sisältöjen suosioon hänen yleisönsä keskuudessa, ja mitkä sisällöt toimivat parhaiten. Tavoitteenani on osoittaa, millaisin tavoin Maria Nordin hyödyntää affektiivista dynamiikkaa julkaisuissaan ja vernakulaarin auktoriteetin roolissaan.

Sosiaalinen media on muuttanut asiantuntijuuden roolia ja muokannut kokemustamme maailmasta. Sosiaalisen median kokemusasiantuntijat ovat haastaneet tutkitun tiedon tarjoten itseopittuja ratkaisuja ongelmiin. Tunneperoiset, omaan henkilökohtaiseen elämään kytkeytyneet julkaisut leviävät helposti ja saavuttavat paljon näkyvyyttä. Tunteilla onkin merkittävä rooli sosiaalisen median julkaisuissa ja niitä hyödynnetään myös tietoisesti. Analyysini perusteella vernakulaarin auktoriteetin affektiivisessa ilmaisussa juuri henkilökohtaisen elämän jakaminen oli keskeistä. Omakohtaiset kokemukset, yksityiselämän avaaminen ja läheisten ihmissuhteiden esittely herättivät yleisössä paljon reagoiteja.

Jatkotutkimuksen osalta olisi mahdollista esimerkiksi vertailla heikoiten menestyneimmissä julkaisuissa ja suosituimmista julkaisuista esiintyvää affektiivisuutta sekä tarkastella kommenttisisältöjä lähemmin. Myös affektiivisuuden tutkiminen vaikuttajan näkökulmasta olisi kiinnostavaa. Esimerkiksi haastattelututkimuksen avulla olisi mahdollista selvittää sosiaalisen median vaikuttajien motiiveja somejulkaisujen taustalla. Lisäksi kaivattaisiin laajempaa jatkotutkimusta siitä, millainen yhteys on vernakulaarilla auktoriteetilla ja affektiivisuudella.

Avainsanat: sosiaalinen media, sosiaalisen median vaikuttaja, affektiivisuus, vernakulaari auktoriteetti

Sisällysluettelo

1	Johdanto	4
1.1	Tutkimuksen tausta ja tutkimuskysymykset	6
1.2	Aiempi tutkimus	7
1.3	Sosiaalinen media tutkimuskohteena	11
2	Teoria ja taustaa	15
2.1	Vernakulaari auktoriteetti ja vernakulaari rekisteri	15
2.2	Mitä on affektiivisuus?	18
2.3	Affektiivisuus sosiaalisessa mediassa	19
2.4	Kokemusasiantuntijuus ja kertomusten voima	22
2.5	Sosiaalisen median käyttäjien aktiivisuus ja osallisuus	26
3	Tutkimusaineisto ja -menetelmät	28
3.1	Multimodaalisten aineistojen tutkiminen	30
3.2	Tutkimusetiikka	31
4	Affektiiviset keinot Maria Nordinin somesisällöissä	34
4.1	Minä, perhe ja parisuhde	34
4.2	Terveys ja hyvinvointi	40
4.3	Maria mediassa	47
4.4	Rituaalit ja henkisyys	50
4.5	Vernakulaarin auktoriteetin affektiivinen dynamiikka	53
5	Johtopäätökset	57
	Lähteet	59

1 Johdanto

Maria Nordin on henkilökohtaisen terveyden kohentamiseen keskittyneen Free to Heal -verkkokurssin kehittäjä ja koulutukseltaan arkkitehti. Nordinin terveysaiheisten sisältöjen jakaminen perustuu kokemusasiantuntijuuteen sekä itseoppineisuuteen. Maria Nordin on tullut tutuksi myös muusikko Reino Nordinin puolisona pariskunnan osallistuttua Iholla-televisiosarjaan ja esiinnyttyä julkisuudessa yhdessä. Maria Nordinin puoliso ja perhe esiintyvät myös marianordin.freetoheal -Instagram-tilin sisällöissä säännöllisesti. Maria Nordin päivittääkin Free to Heal -kurssinsa markkinointiin keskittyvää Instagram-tiliä hyvin henkilökohtaisella otteella. Perheen lisäksi esillä on paljon omakohtaisia kokemuksia ja hetkiä arjesta.

Pro gradu -tutkielmani kohteena on Maria Nordinin ylläpitämän marianordin.freetoheal -Instagram-tilin sisällöt. Tutkimuksessani selvitän, millaisista *affektiivisista* tekijöistä rakentuu Nordinin sisältöjen suosio oman yleisönsä keskuudessa, ja millaiset sisällöt ylipäättään toimivat hänen tilillään parhaiten. Tutkimukseni piirtää esiin Nordinin suosion sosiaalisen median vaikuttajana ja osoittaa, minkälaista affektiivista dynamiikkaa hän hyödyntää julkaisuissaan. Opinnäytetyö sijoittuu folkloristiseen tutkimukseen ja sen keskiössä on affektiivisuuden ohella *vernakulaarin auktoriteetin* käsite. Vernakulaari auktoriteetti on henkilö tai yhteisö, jolla on itse opittua kokemusta, tietoa tai taitoa sekä vaikutusvaltaa ja arvostusta oman yleisönsä edessä.

Marianordin.freetoheal -Instagram-tilillä oli vuoden 2023 lopulla noin 35 400 seuraajaa. Nordin päivittää Instagram-tiliään aktiivisesti ja on vuorovaikutuksessa seuraajiensa kanssa lähes päivittäin. Instagram-tilillä julkaistujen sisältöjen teemoina ovat yleensä terveyteen ja hyvinvointiin kytkeytyvät aiheet sekä Nordinin henkilökohtainen elämä. Lisäksi tilillä nostetaan esiin Free to Heal -kurssin ostaneiden asiakkaiden palautteita, yhteiskunnallisia kannanottoja, omien liitännäisprojektien mainoksia sekä mietelauseita. Tutkimukseni aineistoksi valitsin marianordin.freetoheal -tilin 60 suosituinta julkaisua vuodelta 2022. Suosion mittarina käytin julkaisujen keräämiä reagointeja eli tykkäyksiä ja kommentteja.

Free to Heal -verkkokurssi ja Maria Nordinin sosiaalisen median sisällöt ovat saaneet osakseen paljon julkista kritiikkiä. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto asetti vuonna 2019 Nordinille kurssin harhaanjohtavasta markkinoinnista johtuen 100 000 euron uhkasakon, joka

hallinto-oikeudessa kuitenkin myöhemmin kumottiin (Blom 2021). Lisäksi Nordinin Instagram-tilin julkaisuja on nostettu esiin perinteisessä mediassa ja niistä on syntynyt kohuja. Yhtenä esimerkkinä mediakohusta on tapaus, jossa Maria Nordin ei vienyt kissaansa eläinlääkäriin kyynpureman jälkeen. Aihe synnytti valtavan kommenttiröyöpyn ja tapauksesta kirjoitti heinäkuussa 2020 muun muassa *Iltalehti*, joka nosti jutussaan esiin eläinlääkäriin näkemyksen siitä, kuinka kyynpuremaksi joutunutta kissaa tulisi hoitaa (Sipinen & Tuominen 2020).

Nordin markkinoi Free to Heal -kurssia seuraavalla tavalla:

Laita stoppi kärsimyksellesi. Monenlaisia oireita on mahdollisuus lievittää tietoisilla menetelmillä. Uskon, että olet tällä sivulla koska kärsit jostain elämäsi rajoittavasta oireesta. Haluan kertoa sinulle sen, että vaikka tilanne tuntuisi kuinka hankalalta tahansa, on olemassa ulospääsy. Olen päässyt auttamaan jo tuhansia ihmisiä, jotka ovat olleet vastaavassa tai tukalammassa tilanteessa kuin sinä. Et ole yksin. Monilla asiakkaillani on ollut helpottavaa huomata, että sinussa on jo sisäänrakennettuna kaikki tarvittava voima, mitä tarvitset lievittääksesi näitä rajoittavia oireita tai parhaimmassa tapauksessa päästä niistä jopa kokonaan eroon. Kyseessä ei ole mikään vippaskonsti, sillä kehittämäni menetelmä perustuu vankasti tieteellisesti tutkittuihin metodeihin. Tuhansien autettujen asiakkaiden lisäksi tiedän henkilökohtaisesti hyvin, miltä elämää rajoittavat oireet tuntuvat. (Free to Heal 2023)

Free to Heal -verkkokurssin markkinointi on vahvasti liitoksissa Nordinin omaan henkilöbrändiin. Kurssin mainoksissa on usein Maria Nordinin oma kuva ja myös sosiaalisessa mediassa Maria esiintyy omilla kasvoillaan kertoen avoimesti omista kokemuksistaan, arjestaan ja ajatuksistaan. Instagramin lisäksi Maria Nordin tuottaa sisältöjä Facebookiin, X-sovellukseen (alun perin Twitter) ja YouTubeen sekä päivittää verkkosivuillaan olevaa blogia. Myös TikTokista löytyy käyttäjä nimimerkillä marianordin_freetoheal, mutta tililtä löytyi vuoden 2023 lopulla ainoastaan kaksi videota. Nordin on ottanut haltuun useita sosiaalisen median kanavia, mutta eniten seuraajia hänellä on Instagramissa, ja tästä johtuen halusin tutkia juuri siellä tapahtuvaa sisällöntuotantoa. Olisi ollut mielenkiintoista tutkia Nordinin sisältöjä laajemminkin eri alustoilla, mutta aiheen rajaamisen vuoksi päätin keskittyä vain Instagramista löytyvään aineistoon.

Tutkimuksessani tarkastelen marianordin.freetoheal -Instagram-tilin suosituimpia sisältöjä affektiivisesta näkökulmasta käsin, sillä sosiaalisen median julkaisuissa tunteilla on keskeinen rooli. Tunnereaktiot aina ärtymyksestä sympatiaan kuuluvat sosiaalisen median kohtaamisiin ja vaikuttavat samalla sisältöjen saamaan näkyvyyteen. Affektista on viime vuosikymmenien aikana muodostunut kulttuurintutkimuksessa keskeinen tarkastelun kohde, jonka avulla kulttuurisia käytäntöjä voidaan tutkia tunteiden ja aistimusten tasolla. (Hynnä & Lehto 2018, 3–4.) Affektin käsite on osoittautunut oivalliseksi työkaluksi verkottuneen viestinnän ja siinä vaikuttavien voimien sekä niiden suhteiden tutkimiseen (Rantasila 2018, 30).

1.1 Tutkimuksen tausta ja tutkimuskysymykset

Olen seurannut Maria Nordinin esiintymistä sosiaalisessa mediassa jo useamman vuoden ja noteerannut hänen verkkokurssinsa kasvaneen suosion. Olen kiinnostunut etenkin Free to Heal -verkkokurssin markkinoinnista sosiaalisen median sisällöntuotannon avulla sekä Maria Nordinin asemasta vernakulaarina auktoriteettina. Nordinin oman yleisön keskuudessa palautekurssista on lähes yksinomaan positiivista, kun taas monilla muilla foorumeilla kurssi kerää runsastakin kritiikkiä. Aihe kiinnostaa myös siinä mielessä, että sosiaalisen median vaikuttajien asemaa auktoriteetteina on alettu vasta hiljattain tiedostaa, mutta syväluotaavampaa tarkastelua syistä tiettyjen mielipidevaikuttajien suosioon ei ole ainakaan Suomessa juuri tehty. Haluan tutkimuksellani piirtää esiin niitä ominaisuuksia, jotka vernakulaarin auktoriteetin roolissa tekevät suurimman vaikutuksen yleisöön, ja kuinka affektiivisuus vaikuttaa sosiaalisen median sisältöjen menestykseen.

Olen keväällä 2022 tehnyt myös kandidaatin tutkielmani Maria Nordinin sosiaalisen median sisällöistä. Kandidaatin tutkielmassani kävi ilmi, että affektiivisuus on Nordinin kohdalla usein se olennainen elementti, joka tekee somepostauksista erityisen suosittuja (Jokinen 2022). Pro gradu -tutkielmani tavoitteena onkin hyödyntää kandidaatin tutkielmani tuloksia ja tarkastella Maria Nordinin suosituimpien julkaisujen affektiivisiä piirteitä sekä selvittää, millaisilla keinoilla hän affektiivisuutta toteuttaa vernakulaarin auktoriteetin roolissa. Tutkimus havainnollistaa, millaisista affektiivisistä tekijöistä Nordinin sisältöjen suosio muodostuu ja millaiset sisällöt menestyvät kaikkein parhaiten. Somekulttuurin tutkiminen on kiinnostanut opintojeni alusta lähtien ja oli luonnollista valita myös pro gradu -tutkielmani aihe sosiaalisen median parista.

Olen työskennellyt sekä perinteisen markkinoinnin että vaikuttajamarkkinoinnin parissa, ja tästä syystä kiinnostunut orgaanisen sisällöntuotannon avulla toteutettavasta yleisön sitouttamisesta ja henkilöbrändin voimallisuudesta. Henkilöbrändiä tai markkinoinnin työkaluja en tässä tutkimuksessa ensisijaisesti käsittele, mutta uskon, että tutkielmani tuloksista voisi olla hyötyä myös markkinoinnin kentällä. Tutkielmani tavoitteena on osoittaa, millaisilla erilaisilla tavoilla sosiaalisen median vaikuttaja voi hyödyntää affektiivisuutta ja miten harkittua arkiseltakin tuntuva sisältö saattaa olla. Folkloristiikan näkökulmasta kiinnostavaa on myös se, kuinka tärkeää vernakulaarille auktoriteetille on vertaisuuden tunteen säilyttäminen ja institutionaalista viestinnästä erottuva tyyli.

1.2 Aiempi tutkimus

Viestintätieteet ja mediatutkimus hallitsivat pitkään digitaalisilla alustoilla tapahtuvan vuorovaikutuksen tutkimusta, mutta 2000-luvulla aihe on noussut monien muidenkin tieteenalojen tutkimuksen keskiöön. Verkosta on tullut niin keskeinen osa erilaisia ilmiöitä, ettei sosiaalisen median tutkimusta voi eristää omaksi tutkimusalueekseen, vaan se liittyy olennaisesti monen eri tieteenalalan tutkimuskohteisiin. (Laaksonen ym. 2013, 17–18.)

Folkloristiikassa sosiaalisen median tutkimus on keskittynyt paljon yhteisöihin, osallistumiseen ja ilmiöiden leviämiseen. Sosiaalisen median vaikuttajien tutkiminen vernakulaarin auktoriteetin eli kansanomaisen auktoriteetin näkökulmasta on kuitenkin vielä toistaiseksi ollut suhteellisen vähäistä. Sen sijaan esimerkiksi kauppatieteilijät ovat tutkineet sosiaalisen median vaikuttajia runsaasti. Oman tutkielmani taustalla onkin vaikutteita myös markkinointiin, mediatutkimukseen ja viestintätieteisiin kytkeytyvistä näkökulmista. Tässä alaluvussa esittelen tarkemmin folkloristiikan tutkimuksia, jotka ovat samankaltaisen teoriaperustan vuoksi hyödyllisiä oman tutkielmani kannalta. Lisäksi esittelen oman tutkielmani aiheeseen kytkeytyviä tutkimuksia sosiaaliseen mediaan sekä affektiivisuuteen liittyen.

Folkloristi Robert Glenn Howard on nostanut esiin vernakulaarin auktoriteetin käsitettä ja tarkastellut sitä laajasti folkloristisesta näkökulmasta. Tässä tutkielmassa olen hyödyntänyt Howardin teoksia “The Vernacular Web of Participatory Media” (2008), “Vernacular Authority: Critically Engaging ‘Tradition’” (2013) sekä “Vernacular Authority Speaks for the Glock: Heterogeneous Volition in an Institutional Proverb” (2019). Howard nostaa esiin vernakulaarin auktoriteetin monet muodot ja vernakulaarien auktoriteettien näkökulmien

ristiriitaisuuden suhteessa institutionaalisiin toimijoihin. Howard käsittelee myös vernakulaarin hybridisyyden käsitettä, jolla tarkoitetaan sitä, kuinka vernakulaarin eli kansanomaisen kulttuurin raja saattaa hämärtyä sen yhdistyessä esimerkiksi institutionaalisiin alustoihin tai kaupallisuuteen.

Folkloristiikan tutkija Kaarina Koski ja digitaalisen kulttuurin tutkija Riikka Turtiainen puolestaan ovat kirjoittaneet vernakulaarin auktoriteetin käsitteen rinnastumista sosiaalisen median vaikuttajiin. Artikkelissa ”Vernakulaari verkossa. Vertaisuuden ilmaisemisen digitaaliset ulottuvuudet” (2020) Koski ja Turtiainen käsittelevät muun muassa vernakulaaria rekisteriä, jonka puitteissa vernakulaari auktoriteetti, kuten sosiaalisen median vaikuttaja toimii. Vernakulaariin rekisteriin voidaan lukea esimerkiksi viestintätavat ja käyttäytymismallit. Kosken ja Turtiaisen artikkeli asettuu lähimmäksi omaa tutkielmaani kotimaisen folkloristisen tutkimuksen kentällä. Oman tutkielmani keskiössä on kuitenkin myös affektiivisuuden käsite, jonka avulla tarkastellaan sosiaalisen median sisältöjen suosion rakentumista.

Kaarina Koski on ollut toimittamassa myös teosta *Kansanperinne 2.0* (2023) yhdessä folkloristi Tuomas Hovin kanssa. Kirja kokoaa yhteen näkökulmia 2000-luvun vernakulaarista kulttuurista ja nykykulttuurin ilmiöistä. Etenkin Kaarina Kosken oma artikkeli ”Johdatus 2000-luvun omaehtoisen kulttuurin tarkasteluun” tarjosi paljon hyödyllistä lähdeaineistoa tutkimustani varten. Artikkelissa tarkastellaan muun muassa digitaalisen ympäristön suhdetta vernakulaariin ja vernakulaareihin auktoriteetteihin.

Tunteita ja niiden kulttuurisia vaikutuksia tutkinut kulttuurintutkija Sara Ahmed on kirjoittanut affektiivisuutta käsittelevät teoksen *Tunteiden kulttuuripolitiikka* (2018). Ahmed korostaa, kuinka tunteilla rakennetaan kansalaisuutta ja yhteenkuuluvuutta, mutta niitä saatetaan myös käyttää apuna ulossulkemisessa – tunteet ovat keskeisessä roolissa vedettäessä rajoja meidän ja muiden välille (Ahmed 2018, 17–18). Affektiivisuuden luonne rajanvetäjänä ja erottelijana on oleellinen myös oman tutkielmani tulosten valossa. Lisäksi Ahmedin kirjoittamaa artikkelia ”Creating Disturbance. Feminism, happiness and affective differences” (2010) olen hyödyntänyt tutkielmassani lähdeaineistona.

Mediatutkija Susanna Paasonen sen sijaan on tutkimuksissaan käsitellyt affektiivisuuden ja sosiaalisen median välisiä suhteita, mistä johtuen Paasonen tuotanto on omalle

tutkimukselleni varsin hyödyllistä lähdeaineistoa. Esimerkiksi Paasosen artikkelissa ”Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit” (2018) tuodaan esiin sosiaalisen median luonnetta affektiivisten kerrostumien muodostajana. Näkökulmia sosiaalisen median ja emootioiden suhteisiin tarjoaa myös psykologiaa tutkinut Ellis Darren artikkelissaan ”Social Media, Emoticons and Process by Darren Ellis” (2018) sekä viestinnän tutkija Zizi Papacharissi teoksessaan *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics* (2015).

Affektiivisuutta kulttuurien tutkimuksessa käsittelee etnologian tutkijoiden Jenni Rinteen, Anna Kajanderin ja Riina Haanpään toimittama kirja *Affektit ja tunteet kulttuurien tutkimuksessa*. Tästä teoksesta olen hyödyntänyt kulttuurin- ja sukupuolentutkija Tuija Saresman artikkelia ”Vihan sfäärit: valkoisten heteromiesten affektiivinen mobilisaatio sosiaalisessa mediassa.” (2010) sekä etnologi Maja Povrazanovic Frykmanin artikkelia ”Aistimuistot ja affektiivinen jatkuvuus humanitaarisen avun esineissä.” (2010). Kirjassa lähestytään affektiivisuuden käsitettä useasta eri näkökulmasta käsin ja teos tarjoaa nimenomaan kulttuurien tutkimuksellisia lähestymistapoja affektiivisuuteen.

Sosiaalisen median omaehtoista julkaisukulttuuria on tutkineet mediatutkijat Kaisu Hynnä ja Mari Lehto. Heidän artikkelinsa ”Affektiivinen some. #Lupanäkyä – kehopositiiviset selfiet affektiivisena käytäntönä.” (2018) antoi näkökulmaa erityisesti selfieiden affektiivisen luonteen tarkasteluun. Tästä artikkelista oli paljon hyötyä, sillä Maria Nordinin Instagram-sisällöissä selfiet ja omakuvat ovat vahvasti edustettuina. Aihetta sivuttiin ohuesti myös joissakin muissa lähdekirjallisuuteni teoksissa.

Viestintätieteilijä Salla-Maaria Laaksonen on kirjoittanut sosiaalisen median tutkimuksesta sekä metatasolla että yksittäisiin teemoihin paneutuen. Laaksonen, Janne Matikan ja Minttu Tikan toimittama teos *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* (2013) kokoaa yhteen sosiaalisen median ominaispiirteitä tutkimuskohteena. Laaksonen tutkimus ”Pahastumista vai politiikkaa: Sosiaalisen median kohut affektiivisessä keskustelukulttuurissa” (2018) sen sijaan käsittelee sosiaalisessa mediassa syntyneiden kohujen affektiivista luonnetta. Kohauttavat sosiaalisen median sisällöt nivoutuvat oman tutkielmani aihepiiriin ja tarjoavat näkökulman sosiaalisen median affektiiviseen viestintätyyliin. Lisäksi Salla-Maaria Laaksonen on kirjoittanut yhdessä viestinnän tutkija Petro Poutasen kanssa teoksen *Faktat nettiin! Asiantuntijaviestintä sosiaalisessa mediassa*

(2019), jossa käsitellään sosiaalisen median kokemusasiantuntijoiden uutta asemaa auktoriteettina sekä tieteen popularisoinnin mahdollisuuksia sosiaalisen median alustoilla.

Viestinnän tutkijoiden Eliisa Vainikan, Elina Nopparin ja Janne Seppäsen “Exploring Tactics of Public Intimacy on Instagram” (2017) käsittelee sosiaalisessa mediassa esiteltyjen sisältöjen tuottamisen taustalla olevaa taktiikkaa, jolla pyritään aitouden ilmentämiseen. Artikkelissa tarkastellaan keinoja, joita Instagramin käyttäjät omaksuvat tuottaessaan kuvia sosiaaliseen mediaan. Lisäksi lähdekirjallisuudestani löytyy Eliisa Vainikalta artikkeli ”Naisvihan tunneyhteisö: Anonyymisti esitettyä verkkovihaa Ylilaudan ihmissuhdekeskusteluissa.” (2019). Artikkelin ei kuitenkaan kytkeydy kovin tiiviisti oman tutkimukseni aihepiiriin, vaikka käsitteleekin affektiivisuuden ja sosiaalisen median välistä yhteyttä.

Tutkimukseni kannalta merkittävä on myös mediatutkija José Van Dijckin ja digitaalisen kulttuurin tutkija Thomas Poellin tutkimus algoritmien toiminnasta ja vaikutuksesta sosiaalisessa mediassa. Algoritmit vaikuttavat siihen, millaista sisältöä kukin käyttäjä saa eteensä ja millaiset julkaisut nousevat suosituiksi. Van Dijckin ja Poellin *Understanding social media logic* (2013) avaa hyvin niitä lainalaisuuksia, joita sosiaalisessa mediassa hyödynnetään. Lisäksi mediatutkijat Taina Bucher ja Anne Helmond ovat tutkineet sosiaalisen median affordansseja eli toimintamahdollisuuksia, jotka luovat raamit sille, millä tavoin sosiaalisessa mediassa voi toimia. Bucherin ja Helmondin ”The affordances of social media platforms” (2017) käsittelee monipuolisesti sosiaalisen median alustoilla tapahtuvaa toimintaa affordanssien kautta.

Brändiyhteisöistä sosiaalisessa mediassa ovat kirjoittaneet brändimarkkinointia tutkineet Melissa Clark, Hulda Black ja Kimberly Judon artikkelissaan “Brand community integration and satisfaction with social media sites: a comparative study.” (2017), kun taas sosiaalisen median viestintästrategioita, sitoutumista ja tulevaisuuden suuntia käsittelee Rebecca Dolanin, Jodie Conduitin, John Fahyn ja Steve Goodmanin artikkeli “Social media: communication strategies, engagement and future research directions.” (2017). Sosiaalisen median tutkijat Rebecca Dolan ja Jodie Conduit ja John Fahy ovat olleet kirjoittamassa myös artikkelia “Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content” (2019) yhdessä Catherine Frethey-Benthamin kanssa.

Sosiaalisen median tarinankerronnan ulottuvuuksia käsittelee narratologian tutkijoiden Maria Mäkelän, Samuli Björnisen, Ville Hämäläisen, Laura Karttusen, Matias Nurmisen, Juha Raipolan ja Tytti Rantasen toimittama teos *Kertomuksen vaarat. Kriittisiä ääniä tarinataloudessa*. (2020). Olen hyödyntänyt kyseisestä kirjasta oman tutkielmani lähdeaineistona Maria Mäkelän artikkelia ”Viraali eksemplum eli opettavainen kokemuskertomus” sekä Juha Raipolan artikkelia ”Kertomus päivässä pitää lääkärin loitolla”. Artikkelit lähestyvät tarinoiden roolia sosiaalisessa mediassa etenkin viestintätieteen ja narratologian näkökulmista.

1.3 Sosiaalinen media tutkimuskohteena

Tutkittaessa sosiaalista mediaa on otettava huomioon ympäristön omat erityispiirteet. Sen lisäksi, että sosiaalinen media on jatkuvassa liikkeessä ja sisältö on usein multimodaalista, on jokaisella sosiaalisen median alustalla myös oma infrastruktuurinsa, joka määrittää, millaisilla ehdoilla alustalla voi toimia. Esimerkiksi Instagramissa videoiden pituus on säänneltyä, kuvakarusellin kuvien määrä on säänneltyä, kuvatekstien merkkimäärä on säänneltyä ja vuorovaikuttamisen keinot ovat säänneltyjä. Kullakin sosiaalisen median alustalla on siis omat toimintamahdollisuutensa ja näitä toimintamahdollisuuksia voidaan nimittää *affordansseiksi* (Bucher & Helmond 2017, 236).

Sosiaalisen median luonteeseen liittyy sisällön luominen ja jakaminen sekä vuorovaikuttaminen muiden käyttäjien kanssa. Sovellusten tarjoamat toimintamahdollisuudet kuitenkin muokkaantuvat jatkuvasti ja uusia ominaisuuksia saattaa tulla nopeallakin tahdilla. Koska sosiaalinen media on alati muuttuva tutkimuskenttä, on aiheellista kuvailla, millainen ympäristö se on tutkimuksen tekohetkellä. Havainnollistaakseni Instagramin toimintamahdollisuuksia vuonna 2022-2023, käyn lyhyesti läpi Instagramin affordansseja ja erityispiirteitä. Koska tutkimukseni kohdentuu Maria Nordinin Instagram-tilin sisältöihin, kiinnitän huomioni vain Instagramiin liittyviin ominaisuuksiin.

Instagram on kuvien ja videoiden julkaisemiseen painottunut sosiaalisen median palvelu, joka julkaistiin vuonna 2010. Vuonna 2012 Meta osti Instagramin, ja tällä hetkellä Instagram on yksi suosituimmista sosiaalisen median sivustoista. (Eudaimonia 2017.) Statistan tilastojen mukaan vuonna 2023 Suomen kolmanneksi käytetyin sosiaalisen median alusta oli Instagram. Instagramin edellä olivat vain WhatsApp ja Facebook. Sosiaalista mediaa käyttää Suomessa

arviolta 80,4 prosenttia väestöstä. Eniten sosiaalisessa mediassa aikaansa viettävät 16-44-vuotiaat. (Statista 2023.) Instagram luokitellaan niin sanotuksi mikroblogiksi, jonka kautta käyttäjät jakavat omia sisältöjään ja ovat vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa (Turban ym. 2016, 83).

Instagramin affordanssit ovat ominaisuuksia, jotka vaikuttavat alustan toiminnallisuuteen ja saavutettavuuteen. Affordanssit luovat sosiaalisen median ympäristöille tietyntylaisia mahdollisuuksia tai rajoitteita, ja ne voivat olla luonteeltaan teknisiä, sosiaalisia tai kommunikatiivisia. Affordanssit siis muodostavat kehykset viestintäkäytännöille ja vuorovaikutukselle sosiaalisessa mediassa. Esimerkiksi Instagramissa tykkääminen tai kommentointi ovat vuorovaikutteisia affordansseja, jotka alusta mahdollistaa. Toimintaa sosiaalisessa mediassa voidaan paremmin hahmottaa, kun huomioidaan, millaisilla keinoilla teknologia sitä muovaa ja miten teknologiaa hyödynnetään. (Bucher & Helmond 2017, 236–239.)

Sosiaalisen median alustat voidaan nähdä ympäristöinä, jotka koostuvat reiteistä ja ominaisuuksista. Kunkin sosiaalisen median sovelluksen oma infrastruktuuri määrittää sen, millaisten ominaisuuksien puitteissa siellä voi toimia. (Bucher & Helmond 2017, 243–244.) Näin ollen onkin oleellista huomioida Instagramia tutkittaessa sille ominaiset affordanssit. Omassa tutkimuksessani Instagramin affordansseista seuraajien tykkäys- ja kommentointimahdollisuus sekä sisältöjen toteutustavat ovat keskiössä. Instagramiin voi julkaista sekä kuvia että videoita. Jokaisen julkaisun alla on paikka myös kuvatekstille, jonka merkkimäärä on rajoitettu. Instagramissa voi julkaista sisältöä sekä feediin, joka näkyy kokonaisuudessaan henkilön profiiliin mentäessä tai stories-toimintamahdollisuuden avulla. Stories-postaukset ovat näkyvillä julkaisuhetkestä 24 tuntia eteenpäin ja kyseisiin päivityksiin pääsee henkilön profiilikuvaa klikkaamalla. Näitä postauksia ei voi ulkopuolinen taho tarkastella enää jälkeenpäin samalla tavoin kuin feed-postauksia. Instagram-tilin ylläpitäjä voi kuitenkin tallentaa stories-postauksia oman profiilinsa ”kohokohtiin”, josta seuraajat voivat katsoa niitä jälkeenpäin. Uutena ominaisuutena Instagramiin tuli vuoden 2022 lopulla mahdollisuus lisätä myös musiikkia feedin kuvajulkaisuihin. Aiemmin tämä oli mahdollista vain videoissa ja stories-postauksissa. Lisäksi Instagramissa on nykyään mahdollisuus halutessaan piilottaa julkaisujen tykkäysmäärät. Maria Nordin ei ole näin toiminut ja tutkimukseni toteuttaminen tällaisenaan ei olisikaan onnistunut, mikäli Nordinin tykkäysluvut eivät olisi julkisia.

Vuorovaikuttaminen Instagramissa tapahtuu tykkäillen, kommentoiden tai yksityisviestejä lähettäen. Lisäksi muiden tilien julkaisuja voi jakaa oman tilin stories-postauksissa tai lähettää eteenpäin haluamalleen henkilölle. Kommunikaatio Instagramissa on yleensä lyhyttä ja nopeaa. Tykkäysreagointi on yleisesti ottaen suosittumpaa kuin kommentointi, ja kommenttien sekä yksityisviestien merkkimäärä on rajattu. Instagramin yksityisviestien puolella voi lähettää myös ääniviestejä, mutta julkaisujen kommenttiosiossa ääniviestit eivät ole mahdollisia. Käyttäjät voivat tallentaa muiden käyttäjien postauksia omiin henkilökohtaisiin kansioihin, joista ne ovat löydettävissä helposti myöhemmin, jos näihin haluaa vielä palata.

Omassa tutkimuksessani tarkastelen marianordin.freetoheal -Instagram-tilin sisältöjä ulkopuolelta käsin, eikä yksityisviestejä, julkaisujen tallennuksia tai jakoja huomioida. Yleisön kommentit ja tykkäykset edustavat tutkimuksessani yleisön sitoutuneisuutta ja toimivat mittarina julkaisujen suosiolle. Kommentit ja tykkäykset vaikuttavat julkaisujen keräämään näkyvyyteen, mutta Instagramissa hyödynnetään myös sisältöjen näkyvyyttä ohjaavia algoritmeja. Algoritmit ovat koodattuja ohjeita, joiden sisältöjä itse käyttäjät voivat korkeintaan arvailla. Algoritmien toimintaa hallinnoi sovelluksen omistaja eli Meta. Algoritmien ohjelmoitavuuden avulla on mahdollista vaikuttaa siihen, millaiset julkaisut parhaiten aktivoituvat näkymään yleisölle. Patentoidut algoritmit pidetään tarkoituksella salassa. (Van Dijck & Poell 2013, 2–3.)

Sosiaalisen median sisältöjen ohjelmoitavuutta on kritisoitu siksi, että algoritmit ovat alkaneet hallita mediaympäristöjä. Sosiaalisen median sisällöt tulevat eteemme algoritmisen arvioinnin perusteella. Käyttäjän oma toiminta kuitenkin vaikuttaa siihen, mitä algoritmi suosittelee. Esimerkiksi ajankäyttö tietynlaisten sisältöjen parissa sekä reagoinnit tietynlaisiin sisältöihin vaikuttavat siihen, mitä algoritmi kullekin käyttäjälle tarjoilee. Tietyn julkaisun tehostettu näkyvyys perustuu arvioiden mukaan algoritmien eriyttämään arvoon, mutta myös käyttäjien omaan toimintaan. Omia kiinnostuksenkohteita tai arvoja tukevien julkaisujen suosiota voi edesauttaa reagoimalla kyseisiin postauksiin. Sosiaalisen median alustojen omistajat pyrkivät aktiivisesti lisäämään sovellusten suosiota, joten algoritmeja säädellään hyvin käyttäjälähtöisesti. (Van Dijck & Poell 2013, 4–7.) Seuraajille halutaan siis tarjolla miellyttäviä sisältöjä, mutta toisaalta tämä voi aiheuttaa tietynlaista kuplautumista, jossa oman maailmankatsomuksen tai kiinnostuksenkohteiden ulkopuoliset sisällöt eivät tule nähdyiksi.

Algoritmit ja uutismediat tuottavat myös ”väärää tietoa” tekemällä todellisista, mutta marginaalisista ilmiöistä suurempia kuin ne ovat. Esimerkiksi muutamien käyttäjien alulle panema rasistinen liikehdintä saattaa alkaa näyttää merkittävältä trendiltä, kun media uutisoi aiheesta uudelleen ja uudelleen, ja kun siihen kytkeytyvä aihetunniste siirtyy entistä laajempaan käyttöön myös sosiaalisessa mediassa. Aihetunnisteita saatetaan käyttää myös ironisessa mielessä, mutta median huomiotaloudessa kyseenalaistavat kommentit levittävät samalla alkuperäistäkin näkökulmaa. Julkaisujen siirtyessä kanavasta toiseen, saattaa äänensävykin jäädä piiloon tai ymmärtämättä. Erityisesti tunteita herättävät uutiset ja huhut leviävät tehokkaasti, sillä tyrmistys ja pöyristys keräävät klikkauksia. (Koski 2023, 31.)

Sosiaalinen media ei ole ensisijaisesti tiedon, vaan kokemusten jakamiseen keskittynyt alusta. Algoritmit tukevat mahdollisimman voimakkaita tunnereaktioita herättäviä postauksia, mikä vaikuttaa myös siihen, millaisia kokemuksia kaikkein innokkaimmin jaetaan. (Mäkelä 2020, 45–46.) Affektiivisesti latautuneet postaukset ovat ainakin tällä hetkellä algoritmien mieleen. Onnistuneina pidetyt julkaisut keräävät paljon reagointoja ja niitä myös uudelleen jaetaan eteenpäin. Laajaa näkyvyyttä ei saavuteta hillityllä verbaliikalla tai vaatimattomilla kuvasisällöillä. Jotta postaus menee viraaliksi tai saavuttaa poikkeuksellisen paljon näkyvyyttä, on siinä oltava jotakin erityistä. Sosiaalisessa mediassa suosiota mitataan nimenomaan saadulla huomiolla, eikä välttämättä sisällöllisellä laadulla tai todenmukaisuudella.

Instagramia käytetään pääasiallisesti vapaa-ajan viihdykkeenä, inspiraation lähteenä ja vuorovaikuttamisen välineenä (Voorveld ym. 2018, 45). Käyttäjät voivat halutessaan olla vuorovaikutuksessa keskenään tykkäämällä ja kommentoimalla julkaisuja, jakamalla julkaisuja eteenpäin sekä lähettämällä toisilleen yksityisviestejä. Instagramia käytetään useammin päivän aikana kuin monia muita sovelluksia ja käyttäjät ovat sitoutuneempia kuin monissa muissa kanavissa (Clark ym. 2017, 45). Statistan tutkimuksen mukaan suomalaisista Instagramin käyttäjistä 34%:a käyttää sovellusta päivittäin (Statista 2023).

2 Teoria ja taustaa

Sosiaalista mediaa on viime vuosina tutkittu paljon, mutta sosiaalisen median sisältöjen suosion rakentumista ei suomalaisessa tutkimuksessa ole järkeä paljon käsitelty – ainakaan kulttuurien tutkimuksellisesta näkökulmasta. Myös vernakulaarin auktoriteetin käsite on folkloristisessa tutkimuskentässä jäänyt vielä toistaiseksi melko vähälle huomiolle. Koska sosiaalisen median vaikuttajilla eli tämän päivän vernakulaareilla auktoriteeteilla on paljon vaikutusvaltaa, on myös tutkimuksen kohdentaminen näihin teemoihin tarpeellista.

Sosiaalisessa mediassa esillä olevan kokemusasiantuntijuuden on sanottu jopa haastaneen tutkitun tiedon, ja jotta voitaisiin paremmin ymmärtää, miksi sosiaalisen median sisältöjä kulutetaan tällä hetkellä runsaasti, on hyvä selvittää, mitkä tekijät sosiaalisen median vaikuttajien ja kokemusasiantuntijoiden viestinnässä eniten viehättävät.

Tiedon hankkimisen tavat ovat muuttuneet merkittävästi etenkin nuoremman sukupolven keskuudessa. On arvioitu, että tulevaisuudessa tiedonhaku siirtyy entistä enemmän sosiaaliseen mediaan. Googlen sijaan tietoa saatetaan etsiä esimerkiksi TikTokista tai Instagramista. (STT 2023.) Siksi onkin hyvin tärkeää, että sosiaalisessa mediassa paljon suosiota nauttivien hahmojen vaikuttavuutta tutkitaan. Sosiaalisen median koukuttavuutta on selitetty sisältöjen affektiivisuudella sekä samaistuttavuudella, ja juuri näihin tekijöihin suuntaan huomion omassa tutkimuksessani.

2.1 Vernakulaari auktoriteetti ja vernakulaari rekisteri

Sosiaalisen median alustat ja digitaalisen ympäristön kehittyminen ovat luoneet uusia mahdollisuuksia omaehtoiselle ilmaisukulttuurille, joka kytkeytyy folkloristisessa tutkimuksessa vernakulaarin käsitteeseen. Vernakulaari nähdään instituutioiden ulkopuolisena, valtakulttuuriin nähden alisteisena tai marginaalisena kulttuurina. (Koski & Turtiainen 2020, 85.) Vernakulaarilla auktoriteetilla puolestaan tarkoitetaan tahoja, jolla on vertaisryhmän tai suuren yleisön tunnustamaa arvovaltaa ilman instituutioperustaa. Tällaisia voivat olla yhteisön arvostamat perinteen taitajat, kuten kätevät leipurit tai vernakulaarien käytäntöjen ja ilmaisumuotojen taitajat, kuten lahjakkaat kertojat tai digitaalisten kuvien muokkaajat. Vernakulaarilla auktoriteetilla on ennen kaikkea arvovaltaa ja uskottavuutta oman yleisönsä edessä. (Koski & Turtiainen 2020, 93.) Vernakulaari auktoriteetti voi myös olla yksittäinen henkilö, joka on saavuttanut kansanomaista suosiota esimerkiksi sosiaalisessa

mediassa. Vernakulaarin auktoriteetin edustamat asiat ja esiintuodut näkökulmat ovat toisinaan räikeässäkin ristiriidassa institutionaalisen auktoriteetin kanssa, ja institutionaalisten auktoriteettien saattaakin olla hyvin vaikea kumota ja ymmärtää vernakulaarien auktoriteettien esittämiä näkemyksiä. (Howard 2013, 72–77.)

Vernakulaari auktoriteetti saattaa kuitenkin käyttää hyödykseen institutionaalisesti tuotettuja aineistoja ja alustoja. Omaa näkemystä tukevista tutkimustuloksista tai asiantuntijalausunnoista voidaan esittää valikoituja lainauksia omien kertomusten yhteydessä. Näin toimimalla luodaan kuvaa annetun informaation pätevyydestä, ja perustellaan omalla kokemuksella hankittua tietoa ja taitoa tieteessä todennettuja tuloksia apuna käyttäen. Tutkimustiedot saatetaan kuitenkin irrottaa kontekstistaan tai käyttää niitä väärinymmärrettävillä tavoilla. (Jokinen 2021.)

Vernakulaari auktoriteetti on yksi meistä, osa yhteisöä. Vernakulaarin auktoriteetin asemassa oleellista onkin tietynlaisen autenttisuuden kokemuksen luominen sekä samaistuttavuus. Omaehtoiselle kulttuurille on tyypillistä, että haetaan tunnustusta oman yhteisön parissa esimerkiksi kokemuksia, palautteita ja vertaismielipiteitä jakamalla. Vertaisuus korostuu toiminnassa monin tavoin ja myös irrallisuutta instituutioista saatetaan tietoisesti nostaa esiin. (Koski & Turtiainen 2020, 93–94.) Maria Nordin käyttää usein me-sanaa julkaisujensa yhteydessä viitaten omaan yleisöönsä. Lisäksi Nordinilla on tapana jakaa säännöllisesti kurssilaistensa palautteita ja kokemuksia Instagram-tilillään. Tällaiset sisällöt ovat omiaan luomaan Nordinin verkkokurssin ympärille tunteita yhteisöllisyydestä. Oman arjen kokemukset ja hetket henkilökohtaisesta elämästä puolestaan lisäävät samaistuttavuuden tunnetta.

Tutkimuksessani käytän vernakulaarin auktoriteetin rinnalla käsitettä somevaikuttaja. Somevaikuttajilla tarkoitetaan digitaalisen kentän aktiivisia toimijoita, jotka ovat tyypillisiä esimerkkejä nykypäivän vernakulaareista auktoriteeteista. Somevaikuttaja on sosiaalisessa mediassa esillä oleva persoona tai yhteisö, joka on kerännyt suuren sitoutuneen seuraajakunnan. Vernakulaarilla auktoriteetilla on mahdollisuus vaikuttaa oman seuraajakuntansa mielipiteisiin ja asenteisiin. Sosiaalisen median kautta vakiintuneen aseman saavuttaneet roolimallit nauttivat arvostusta yleisönsä keskuudessa ja heidän suosionsa voidaan nähdä perustuvan nimenomaan autenttisuuteen ja luotettavuuteen. (Koski & Turtiainen 2020, 95.)

Vernakulaarin auktoriteetin käsitteeseen liittyy olennaisesti myös vernakulaarit verkostot, jotka koostuvat samanmielisten muodostamista kuplista. Vernakulaarien verkostojen suhteet toisiinsa vernakulaareihin verkostoihin tai institutionaalisiin toimijoihin voivat olla jännitteisiä. Internet on tehnyt yksilöiden verkostoitumisesta itse valittujen arvojen ja sisältöjen pohjalta erittäin helppoa. (Koski & Turtiainen 2020, 94.) Sosiaalisen median alustat luovat mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa samoja ajatuksia jakavien henkilöiden kanssa maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Verkon välityksellä on helppo löytää samanhenkisiä ihmisiä, ja jakaa ajatuksia omaa maailmankatsomusta mukailevissa yhteisöissä. Maria Nordin on onnistunut keräämään kehittämänsä menetelmän ympärille aktiivisen ja laajan yhteisön, jolla vaikuttaa olevan yhteiset näkemykset terveydestä ja hyvinvoinnista. Marianordin.freetoheal -tilin seuraajakunnassa Free to Heal -kurssin agendalle on omistauduttu ja palautteissa sekä kommentteissa toivotaan, että kaikki saisivat tietää menetelmästä vaivoistaan parantuakseen. (Jokinen 2022.)

Vernakulaareja auktoriteetteja ja vernakulaareja verkostoja tutkinut folkloristi Robert Glenn Howard on tuonut esiin, että etenkin digitaalisissa ympäristöissä vernakulaari ja institutionaalinen sekoittuvat toisiinsa monella tapaa. Vernakulaarilla on hänen mukaansa aina kiinteä yhteys institutionaaliseen tahoon esimerkiksi ammattimaisesti tuotettujen järjestelmien, tuotteiden, arvojen tai toimintojen kautta. Teknologiat, jotka luovat ilmaisualustat vernakulaareille auktoriteeteille, ovat tyypillisesti laitosten tuottamia, ylläpitämiä ja rahoittamia. Useimmat sosiaalisen median alustoista ja palveluista ovat kaupallisia. Vaikka sovellusten käyttö olisi täysin ilmaista, on taustalla voittoa tavoittelevia yrityksiä, jotka hyödyntävät mainontaa tai käyttäjien tallentamia tietoja markkinointitarkoituksiin. Onkin alettu puhua vernakulaarista hybridisyydestä, johon sekoittuu ominaisuuksia institutionaalisesta ja vernakulaarista kulttuurista. (Howard 2008, 492–497.) Esimerkiksi Maria Nordin tuo ajatuksiaan esiin Instagram-tilillään, joka on Metan ylläpitämä alusta ja näin ollen kaupallinen palvelin. Lisäksi Nordin pyrkii Instagram-tilillään markkinoimaan omaa kurssiaan, jonka myynnillä hän on tehnyt menestyksekkästä tulosta. Howardin mukaan puhdasta vernakulaariutta ei olekaan olemassa, vaan hybridisyys voi olla eriasteista (Howard 2008, 498–499).

Sosiaalisen median välityksellä tunnustetun asemansa saavuttaneet mielipidevaikuttajat nauttivat arvostusta oman yleisönsä keskuudessa, sillä he hallitsevat verkkoyhteisön jäseniin

vetoavat, tietyille verkkokulttuurin osa-alueelle tyypilliset ilmaisutavat eli vernakulaarin rekisterin. (Koski & Turtianinen 2020, 95.) Vernakulaarin rekisterin on todettu toimivan tehokkaasti esimerkiksi populistisessa retoriikassa, jossa poliitikot käyttävät kansanomaisia sanontoja tai internetin alakulttuurin suosimia emojeita. Kun kulttuuria tuottava yksilö noudattaa yhteisön tunteita ja hyväksymiä ilmaisun- ja toimintatapoja, hyödyntää hän samalla niiden vernakulaaria auktoriteettia, jonka voidaan nähdä olevan toistumien legimoimaa. (Koski 2023, 17.) Tässä tutkimuksessa selvitän, millainen vernakulaari rekisteri marianordin.freetoheal -Instagram-tilin suosituimpien julkaisujen takaa löytyy. Lisäksi nostan esiin sisällöllisiä piirteitä, jotka vahvistavat Maria Nordinin asemaa vernakulaarina auktoriteettina.

2.2 Mitä on affektiivisuus?

Affekti on kehollinen intensiteetti, joka syntyy ja elää kohtaamisissa maailman kanssa sekä muovaa meitä ja tapojamme olla yhteydessä muihin ihmisiin. Tunneintensiteetin ja emotion (yksilön sisäistetty ja tulkittu tunnetila tai ympäristöä koskeva arvostelma) raja on hyvin häilyvä ja niiden voidaankin nähdä olevan osittain päällekkäisiä. (Paasonen 2014, 24.) Affektia ja tunnetta voidaan teorian tasolla käsitellä erillisinä asioina, mutta arjen kokemuksissa ne sekoittuvat toisiinsa jatkuvassa vuorovaikutuksessa. Affektiivisuus on vuoropuhelua kehojen, kuvien, tekstien, ajatusten, muistojen ja opittujen asioiden välillä. (Ahmed 2010.) Viime vuosikymmenien aikana affekteista on tullut kulttuurintutkimuksessa keskeinen tarkastelun kohde, jonka kautta kulttuurisia käytäntöjä on voitu analysoida tunteiden ja aistimusten näkökulmasta. Affektin käsite on osoittautunut erinomaisesti työkaluksi etenkin verkottuneen viestinnän ja siinä vaikuttavien voimien ja niiden suhteiden tutkimiseen (Rantasila 2018, 30.)

Omassa tutkielmassani tunteita tarkastellaan tekstin ja kuvien kautta. Pyrin löytämään affektiivisia piirteitä niin visuaalisesta kuin verbaalisestakin sisällöstä. Esimerkiksi kielikuvilla on ratkaiseva merkitys tekstien tunteellisuuden rakentumisessa. Tekstien emotionaalisuus on keino kuvata tekstien ”liikkumista” eli aikaan saatuja vaikutuksia. Tunteellisuutta teksteissä voi tutkia siltä kannalta, miten tunteita nimetään ja esitetään teksteissä. (Ahmed 2018, 25–26.) Esimerkiksi kipua kuvatessa käytetään usein mielikuvia. Kivun kuvailua lukiessa tulee verrattua, muisteltua ja etsittyä omakohtaisia kokemuksia aiheesta. Mielikuvat sanojen taustalla luovat ennakkomääritelmiä. Affektiivisuutta

tavoiteltaessa kipua kuvailevalla ilmaisulla onkin oltava yhteys kipua kokevaan ruumiiseen. (Ahmed 2018, 31–34.)

Affekteissa on loppujen lopuksi kyse suhteista maailmaan. Kokemuksen tasolla ne koskevat myös tietoisien ja tiedostamattomien muistojen, tuntemusten, traumojen ja halujen kehollisista arkistoja, jotka suuntaavat kohtaamisiamme ihmisten, objektien, ympäristöjen, arvojen ja ajatusten kanssa. (Paasonen 2017, 42.) Affektiivisessä kokemuksessa kehon tila muuttuu toisenlaiseen tilaan, joka on aiempaan verrattuna joko voimakkaampi tai heikompi. Tämä muutos ruumiillisessa tilassa tapahtuu yleensä suhteessa johonkin, joka vaikuttaa. Vaikutus voi liittyä aineellisuuteen, olla toinen fyysinen ihmiskeho tai esimerkiksi massatapahtumien jaettu tunnelma. Se voi myös olla jokin laajempi idea tai ideologia, jolla on affektiivista voimaa. (Rinne ym. 2020, 10.)

2.3 Affektiivisuus sosiaalisessa mediassa

Sosiaalisessa mediassa affektinen kielenkäyttö korostuu (Koskinen 2014, 142). Affektiset ilmaukset kuvastavat muun muassa puhujan tunnetiloja ja asenteita (Tieteen termipankki 2023). Affektiivisuus ja sosiaalinen media ovat kietoutuneet toisiinsa tiiviisti ja sosiaalisen median suosituimmat julkaisut ovat usein nimenomaan tunnepitoisia, sillä ne herättävät empatiaa, kiintymystä, raivoa sekä kiivaita keskusteluja. Suosiolla viitataan tässä tapauksessa julkaisujen kerryttämiin reagointeihin ja jakoihin. Reagoinnit ja jaot puolestaan lisäävät entisestään julkaisun huomioarvoa, mikä tekee affektiivisesta viestintätyylistä jopa tavoiteltavan asian. Verkkoalustoilla käytyjen keskustelujen tunnedyneamiikoissa on kyse paitsi viestittävästä asioista, näkökulmista ja niiden välisistä eroista, myös erilaisten kirjoitus- ja tulkintakonventioiden kohtaamisista, merkityksiä ohjailevien eleiden ja äänenpainojen poissaolosta sekä keskustelun teknisten alustojen ominaispiirteistä. Nettikeskusteluissa syntyy samanmielisten ryhmien lisäksi myös erimieltä olevien välisiä konflikteja. (Paasonen 2017, 43.)

On alettu puhua tahmeasta verkkosisällöstä, jonka avulla käyttäjiä ja seuraajia houkutellaan pysymään kyseisellä sivustolla, palaamaan sinne yhä uudelleen ja jakamaan edelleen huomionsa vanginnutta sisältöä. Tahmeus toimii kilpailuvalttina netin huomiotaloudessa, jossa tavoitellaan mahdollisimman useita silmäpareja omille julkaisuille. Mitä enemmän jaettu sisältö kiertää, sitä korkeampi affektiivinen arvo sillä on, ja sitä tahmeammaksi se

muodostuu. Sama pätee myös tosin päin, mitä tahmeampi sisältö on, eli mitä herkemmin affektit kiinnittyvät siihen, sitä enemmän se kiertää. Tahmea sisältö on siis päällystetty affektiivisilla kerrostumilla. (Paasonen 2014, 25.)

Nettikeskustelujen tunneintensiteetin roihahtavat hetkessä liekkeihin, mutta myös hiipuvat nopeasti, mikäli uudet huomion vangitsevat ja vastaamaan provosoivat viestit eivät pidä yllä niiden poltetta. (Paasonen 2014, 37). Yksittäiset kansalaiset voivat nousta julkisiksi toimijoiksi ja mielipidevaikuttajiksi verkkojulkisuudessa, esimerkiksi terveysaiheiden tai poliittisten kysymysten tiimoilta. Perinteinen media on mahdollista ohittaa, eikä verkkojulkisuus noudata samoja pelisääntöjä kuin mihin perinteisen median puolella on totuttu. (Vainikka 2019, 1.) Sosiaalisen median alustoilla on täysin omat pelisääntönsä, joiden puitteissa toimimisen hallitsevat somen mielipidevaikuttajat, kuten Maria Nordin.

Nopean tunneintensiteetin etsintä ohjaa ihmisten liikkeitä heidän selatessa sosiaalista mediaa. Ällistyttäviä kuvia lupaavia uutislinkkejä klikataan toivoen, että jokin niistä koskettaa. Uteliaisuus, kiinnostus, huvittuneisuus, häpeä, ilo, kiintymys ja ärtymys sekä riitelevät keskenään että nivoutuvat yhteen. (Paasonen 2014, 27.) Yleisö tuntuu hamuavan nimenomaan affektiivisiä verkkosisältöjä. Affektiiviset somesisällöt antavat mahdollisuuden kokea jotakin erityistä ja saavat janoamaan samaa intensiteettiä lisää. Affektiivinen intensiteetti herättää kokijoissaan yhteisöllisyyden ja identiteetin rakentumisen kokemuksia, mikä tekee sisällöistä yleisölle merkityksellisiä. (Papacharissi, 127–129.) Digitaalinen viestintä on mahdollistanut sen, että fyysisesti kaukana olevat tapahtumat tulevat affektiivisesti lähelle. Tästä johtuen tunneintensiteetti on voimakas tekijä verkkoyleisöjen rakentajana ja yhdistäjänä. Tunteen voidaan ajatella olevan se tekijä, joka pitää keskustelevat ihmiset yhdessä ja keskustelun yllä. (Laaksonen & Paasonen 2018, 6.)

Nettialustojen ja sovellusten algoritmit, käyttöliittymäsuunnittelu ja tietoarkkitehtuuri säätelevät voimakkaasti sitä, mitä keskusteluja me näemme ja mitkä ovat mahdollisuudet olla vuorovaikutuksessa toistemme kanssa. Ovatko viestintätyylit monipuolisia vai onko mahdollisuus käyttää vain yhtä viestintäformaattia, kuten tekstiä tai kuvia? (Paasonen 2017, 43.) Sovellusten tarjoamilla affordansseilla eli toimintojen mahdollisuuksilla on suuri merkitys sen suhteen, millaisia keskusteluja kullakin alustalla syntyy ja millä tavoin yleisön tunteisiin on mahdollista vaikuttaa.

Sosiaalisen median on esitetty vaikuttavan kohujen lisääntyneeseen määrään ja yleistymiseen. Kohut ovat äkillisesti nousevia puheenaiheita, joiden lähtölaukauksena on tapahtuma, joka koetaan moraalisten normien tai koodien rikkomisena. (Laaksonen & Pöyry 2018, 2–3.) Maria Nordin on somepäivityksillään aiheuttanut useitakin kohuiksi luokiteltavia keskusteluja. Moni mediassa esillä ollut kohu Maria Nordinin näkemyksiä koskien onkin saanut alkunsa hänen Instagram-tilinsä julkaisuista. Esimerkiksi tapaus, jossa Maria Nordin ei vienyt kissaansa eläinlääkäriin kyynpureman jälkeen nousi julkiseksi kohuksi Nordinin Instagram-tilille tehdyn päivityksen johdosta (Sipinen & Tuominen 2020). Laaksonen ja Pöyry tuovat esiin, kuinka kohuilla on usein vaikutusta myös ympäröivään yhteiskuntaan. Kohuista on tullut kauhukuva, jota viranomaiset, yritykset ja yksilöt pyrkivät välttämään. (Laaksonen & Pöyry 2018, 3.) Kohujen välttely ei kuitenkaan välttämättä ulotu somevaikuttajiin, sillä heille kohut saattavat olla hyvä tapa saada sisällöilleen enemmän huomiota. Institutionaaliselle toimijalle mediakohu voi olla vakava isku, kun taas vernakulaari auktoriteetti, kuten Maria Nordin, saattaa hyötyä kohujen aiheuttamasta julkisuudesta ja edustamiensa näkökulmien esiin pääsemisestä.

Sosiaalisesta mediasta on tullut kiinteä osa arkeamme ja merkittävä areena mielipidevaikuttamiselle. Sosiaalisen median viehäytys perustuukin nimenomaan vuorovaikutukseen ja keskusteluun – ääneen pääsevät halutessaan kaikki. Demokratisoivan ideaalitulanteen kääntöpuoli kuitenkin on Tuija Saresman mukaan se, että kun perinteisen median portinvartijat eivät valvo nettikeskusteluita, ruma keskustelutyylit ja asiattomat kommentit valtaavat alaa. Viestintäympäristön teknologisen murroksen myötä netistä on tullut säätelemätön julkisen keskustelun tila, joka mahdollistaa sensuroimattoman keskustelun ja tarjoaa areenan faktoista irtautuville keskusteluille, poliittiselle ja ideologiselle polarisaatiolle. (Saresma 2020, 202.)

Verkossa käydyt keskustelut ovat hyvin usein luonteeltaan affektiivisia. Ideologiset kamppailut voivat johtaa asenteiden ja mielipiteiden polarisoitumiseen. Puhutaan niin sanotusta kuplautumisesta, jolla viitataan netin taipumukseen muodostaa yhden asian ympärille rakentuvia affektiivisia yhteisöjä tai ”kaikukammioita”. Näiden sisällä samanmieliset kaiuttavat toisilleen yhtä mielipidettä. (Saresma 2020, 202.)

Polarisoituneisuutta lisää entisestään se, että somevaikuttajat voivat halutessaan estää mielipiteiden vaihdon tai erilaisten näkökulmien esiintuonin yleisönsä toimesta. Instagram-tilin ylläpitäjä voi halutessaan poistaa kommentteja tai estää henkilöitä, joiden ei halua

näkevän julkaisujaan. Tämä toiminto on affordanssi, jolla on merkitystä mielipiteiden polarisoitumisessa.

Yksi tapa ilmaista tunnetiloja sosiaalisessa mediassa on emojiit. Emojiit saivat alkunsa 1900-luvun lopulla, kun näppäimistöjen merkeistä alettiin rakentaa tunnetta ilmaisevia kasvoja eli hymiöitä, jotka auttavat tekstin ”äänensävyä” tulkinnassa. Laitevalmistajat kehittivät sittemmin hymiöistä pieniä kuvia, joita löytyy mobiililaitteiden tekstivalikoista. Emojien valikoima kasvaa jatkuvasti ja näin ollen myös muokkaa vernakulaareja diskursseja. Emojien tulkinta on kuitenkin hyvin kulttuurisidonnaista. Kuvat toimivat metaforina, joiden merkitys voi olla symbolinen ja kohdettaan kuvaava tai itse kontekstiin liittyvä. Esimerkiksi popcorn-emoji viittaa kuvan mukaisesti popcornin syömiseen tai vaihtoehtoisesti tapahtumien seuraamiseen viihteenä niihin osallistumatta. (Koski & Turtiainen, 95.) Popcorn-emojiä käytetään usein sosiaalisessa mediassa esimerkiksi silloin, kun jotakin kohahduttavaa on tapahtunut ja tapahtuman etenemistä odotetaan mielenkiinnolla.

Ian Tuckerin mukaan affektiivisuus määrittelee kokemuksen sekä yksilölliseksi että sosiaaliseksi. Näitä kahta ei hänen mukaansa voi erottaa, sillä kaikki elämä on lopulta sosiaalista. Digitaalinen maailma on täynnä affektiivisuuden kokemuksia, jotka muovaavat meitä yksilöinä. (Tucker, 38–40.) Sosiaalisessa mediassa koetut affektiiviset elämykset eivät siis välttämättä ole vain hetkellisiä kokemuksia, vaan asioita, jotka vaikuttavat jopa omaan maailmankatsomukseemme ja identiteettiimme. Affektiivisuus saatetaan toisinaan ajatella ohimeneväksi tunnereaktioksi huomioimatta sitä, kuinka pitkäkestoisesti ja moniulotteisesti tunnetason kokemukset voivat vaikuttaa. Tästä johtuen sosiaalisen median affektiivisuuden tutkiminen on hyödyllistä ja tärkeää.

2.4 Kokemusasiatuntijuus ja kertomusten voima

Sosiaalisen median sisältöjen määrät ovat viime vuosina kasvaneet räjähdysmäisesti ja uudet teknologiat ovat mahdollistaneet sen, että kuka tahansa asemasta riippumatta voi halutessaan ryhtyä julkaisemaan tietoa tai mielipiteitä. Samaan aikaan tutkimuksen määrä on kasvanut ja uusia tutkimuksia sekä akateemisia artikkeleja syntyy nopealla vauhdilla. (Poutanen & Laaksonen 2019, 13–14.) On kuitenkin tarpeellista pohtia myös sitä, että mikä saatavilla olevasta informaatiosta kiinnostaa yleisöä kaikkein eniten ja mistä syystä? Millaisiin julkaisuihin ihmiset kiinnittävät informaatiotulvan keskellä huomionsa?

Vaikka akateemisen tutkimuksen määrä on nousussa, suuri osa julkaisuista jää kuitenkin lukematta ja hyödyntämättä. Tutkimuksen vaikuttavuuden ja hyödynnettävyyden voidaan katsoa olevan riippuvaista siitä, kuinka laajalle tutkimustulokset tai niiden synnyttämät uudet ideat leviävät. (Poutanen & Laaksonen 2019, 22–23.) Sosiaalinen media alustana mahdollistaa uusia kanavia myös tutkimustiedon näkyvyyden edistämiseksi, mutta tätä ei aina hyödynnetä. Asiantuntijoita tarvittaisiin myös verkossa, sillä muuttunut moniääninen julkisuus useine julkaisijoineen aiheuttaa myös vahingollisia lieveilmiöitä. Informaatiota on saatavilla entistä enemmän, mutta sen todenperäisyyden tarkistaminen on aiempaa haastavampaa. Nykyjulkisuutta onkin alettu kutsua totuudenjälkeiseksi ajaksi juuri tästä johtuen. (Poutanen & Laaksonen 2019, 23.)

Tieteellisen tiedon tuottajat on ikään kuin haastettu sosiaalisen median kokemusasiantuntijoiden toimesta. Itsensä onnistuneesti brändänneet henkilöt ovat ilman muodollista pätevyyttä asettuneet roolimalleiksi esimerkiksi terveyskäyttäytymisen saralla. Kun tähän yhtälöön lisätään se seikka, että ihmisillä on taipumusta valita verkon tietotulvasta juuri omia ennakkoluuloja tukevaa informaatiota ja hakeutua ensisijaisesti samanmielisten seuraan, on ymmärrettävää, että asiantuntijuus on murroksessa. Aikamme julkisuus kaipaa asiantuntijoita ja heidän tuottamia sisältöjä myös sosiaaliseen mediaan. (Poutanen & Laaksonen 2019, 23.) Sosiaalisen median alustoilla suurimmasta näkyvyydestä ja vaikuttavuudesta nauttivat aivan muut tahot kuin asiantuntijat ja tutkimustiedon tuottajat. Tästä johtuen on alettu kaivata entistä enemmän tutkimustiedon popularisointia sekä tieteen tekemistä helposti lähestyttävämmäksi. Nämä tavoitteet eivät toteudu itsestään, vaan vaativat asiantuntijatahojen jalkautumista sosiaaliseen mediaan, ja tieteellisen tiedon paketoimista aiempaa houkuttelevampaan muotoon. (Jokinen 2021.) Valtaisa informaatiotulva pakottaa suuntaamaan huomiota ja rajaamaan omaa keskittymistä. Tämä ei kuitenkaan välttämättä tapahdu tietoisien ajattelun tuloksena, vaan luettavaksi päätyvät ne sisällöt, jotka onnistuvat eniten miellyttämään syystä tai toisesta. Ja näin ollen algoritmit oppivat tarjoamaan samanlaista sisältöä jatkossakin.

Sosiaalisen median aikakaudella kertomuksia terveydestä ja hyvinvoinnista tuottavat itseoppineet vaikuttajat. Kauppatavaraksi on tullut kokemuksen kautta hankittu kertomus siitä, kuinka hyvinvointi voidaan ottaa haltuun. Sairaus- ja terveyskertomusten ympärille on muodostunut merkittävä hyvinvointibisnes, jossa yksilön kokemuskertomuksia hyödynnetään

markkinoinnillisiin tarkoituksiin. Sosiaalinen media antaa toiminta-alustan itseoppineille terveysvaikuttajille, joiden vaikutusvalta perustuu koulutuksellisen asiantuntijuuden sijasta kokemustietoon, valikoidusti esitettyihin tutkimustuloksiin sekä arkiuskomuksiin. (Raipola 2020, 255–256.) Vernakulaareissa verkostoissa voimistuvat vaihtoehtoiset näkemykset terveydestä ulottuvat aina erilaisista ruokavalioista vaihtoehtohoitoihin. Kaikkein kiistanalaisin asema on uskomuksilla ja näkemyksillä, jotka kyseenalaistavat institutionaalisia käytäntöjä sekä tieteeseen perustuvaa maailmankuvaa. Omilla aiheelle suunnatuilla kanavillaan nämä näkemykset saavat hyväksyntää ja kannustusta, mutta niiden ulkopuolella käytännöt ja uskomukset saattavat aiheuttaa kovaakin kritiikkiä. (Koski 2023, 27.)

Maria Nordin on hyvä esimerkki itseoppineesta vaikuttajasta, jonka tarkoitus on ottaa hyvinvointi haltuun ja sitä kautta kehittää omaa liiketoimintaansa. Nordin on koulutukseltaan arkkitehti ja perustaa oman asiantuntijuutensa pääsääntöisesti omiin kokemuksiinsa. Omien kokemusten ohella Nordin käyttää rajatusti tutkimustuloksia, jotka vahvistavat hänen omia näkemyksiään terveydestä ja hyvinvoinnista. Terveysaiheen tiimoilta luodaan sosiaalisessa mediassa instituutioita haastavia vastakertomuksia, joissa virallinen terveydenhoitojärjestelmä saattaa näyttäytyä tehottomana sekä myös kyvyttömänä hyväksymään järjestelmän ulkopuolisia näkemyksiä. Hyvinvointialan itseoppineet somevaikuttajat saattavatkin tarjota vaihtoehtoisia malleja tiedekeskeiselle ajattelulle. Tieteellinen ajattelu voidaan nähdä kykenemättömänä mukautumaan inhimilliseen kokemukseen. Sosiaalisen median hyvinvointigurujen elämäntarinoihin saatetaan liittää tarinallisia salaliittoteorioita, joissa ”itsekkäät ja rahanahneet” instituutiot hallitsevat politiikkaa ja mediakenttää. (Raipola 2020, 256–257.) Keväällä 2022 valmistuneessa kandidaatintutkielmassani yhtenä tutkimustuloksena nousi esiin nimenomaan vastakkainasetteluun kytkeytyvä teema, jota Nordin säännöllisesti tuo sisällöissään esiin. Tällä onkin usein affektiivinen vaikutus hänen yleisössään ja julkaisut, joissa lääketieteellistä auktoriteettia kyseenalaistetaan, keräävät usein erityisen paljon reagoineja (tykkäyksiä ja kommentteja). (Jokinen 2022.)

Terveysneuvoja ja -vinkkejä ei enää etsitä ainoastaan lääketieteen piiristä, vaan sosiaalinen media on yhä suuremmassa roolissa terveyteen liittyvän tiedon välittäjänä. Anna-Maria Mäki-Kuutti arvioi, että terveydestä on tullut yhä kiinteämpi osa ihmisten identiteetin rakentamista. Tämä puolestaan on haastanut perinteisten auktoriteettien ja tiedontuottajien merkityksen terveysviestinnässä. (Mäki-Kuutti 2013, 16.) Maria Nordin näyttäytyy julkisuudessa nimenomaan perinteisten auktoriteettien ja perinteisen terveystiedon haastajana. Myös

Nordinin sosiaalisen median sisällöt noudattelevat erilaisia kaavoja kuin tyypillinen asiantuntijaviestintä.

Populaarimedialla, johon myös sosiaalinen media lukeutuu, on huomattava rooli ihmisten arkisessa merkitysten, kokemusten ja yhteisöllisyyden tuotannossa, mutta tiettyjen valtasuhteiden puitteissa. Populaarin voima on affektiivisuudessa, jolla ihmiset kiinnittyvät joihinkin ilmiöihin ja sijoittavat niihin energiaansa. Kyse on mentaalisista ja materiaalisista panostuksista, jotka kytkeytyvät myös taloudellisiin ja ideologisiin rakenteisiin. Affektit liimautuvat sellaisiin objekteihin, jotka antavat toivoa ja tulevaisuudenuskoa, mutta eivät kuitenkaan välttämättä paranna yksilön hyvinvointia. Näitä objekteja voivat olla esimerkiksi itsensä kehittämisterapiat, dieetit tai muut vinkit ”parempaan elämään”. (Mäki-Kuutti 2013, 18.)

Sosiaalisen median julkaisuissa faktoja ei aina ole tarkistettu, vaan kirjoittajan oma kokemus saa suurimman roolin. Henkilökohtaisista kertomuksista saattaa tulla viraaleja ilmiöitä, kun yleisö reagoi niihin voimakkaasti. Voimakas reagointi aiheuttaa tykkäyksiä, kommentteja ja jakoja, mikä taas viestii sosiaalisen median algoritmeille kyseisen sisällön olevan toimivaa. (Mäkelä 2020, 41.) Tämä toimintaketju onkin yksi niistä tekijöistä, joka vaikuttaa vernakulaarien auktoriteettien suosioon sosiaalisessa mediassa. Erottuminen, kontroversiaali viestintätapa ja jopa provosointi ovat usein toimivia keinoja näkyvyyden saamiseksi.

Viestintätyyli sosiaalisessa mediassa voi olla luonteeltaan kvantifioivaa, sillä verkkotoiminnoille on tyypillistä tykkäysten, seuraajien, jakojen ja näyttökertojen määrä. Tykkäykset ja kommentit ovat omiaan vahvistamaan tiettyyn asemaan hakeutumista ja vertaisvaikutuksia. (Männikko 2021, 399.) Sosiaalisen median käyttäjät suuntaavat sisältönsä toteutustapoja yleisön reagointeihin perustuen. Paljon huomiota saavat sisältötyypit toistuvat julkaisuissa jatkossakin, mutta ne sisällöt, jotka eivät reagoitien valossa ole toimineet, jätetään sivuun. Tällä tavoin myös vernakulaari auktoriteetti voi oppia vaikutusmahdollisuuksistaan suhteessa omaan seuraajakuntansa ja luoda suunnitellusti sisältöä, jonka tietää resonoivan omassa yleisössään.

2.5 Sosiaalisen median käyttäjien aktiivisuus ja osallisuus

Verkkoyleisöjä kuvaava termi ”käyttäjä” on sävyiltään instrumentaalinen, mutta pitää sisällään jonkin asteisen oletuksen aktiivisuudesta. Käyttäjien toiminta sosiaalisen median alustoilla voi olla esimerkiksi hakemista, klikkaamista, kommentointia, kirjautumista tai kuvien julkaisemista. Käyttäjä on kuitenkin edes jollakin tasolla aktiivinen myös silloin, kun hän ”vain katselee”, sillä samanaikaisesti hän myös vastaanottaa ja lähettää dataa. (Paasonen 2013, 35–37.) Käyttäjien osallistumisen taso ja aktiivisuus voivat siis vaihdella paljonkin, mutta jo pelkkä hiljainen seuraaminen ja selailu on sisältöjen kuluttamista, jossa data siirtyy eteenpäin.

Ihmisten tavat käyttää sosiaalista mediaa vaihtelevat aktiivisuuden lisäksi myös vuorovaikuttamisen suhteen. Jo pelkkä käsite sosiaalisen media pitää sisällään ajatuksen jonkinlaisesta vuoropuhelusta tai yhteisöllisyydestä. Sosiaalisessa mediassa odotetaan yleisön aktiivista osallistumista eri tavoin kuin perinteisen median piirissä. Tutkimusnäyttö suomalaisen yleisön osallistumisen määrästä on kuitenkin niukkaa, mutta on arvioitu, että vain pieni osa osallistuu ja keskustelee aktiivisesti sosiaalisessa mediassa (Matikainen 2012, 141–151). Janne Matikainen on tutkinut sosiaalisen median käyttöä Suomessa, ja hänen vuonna 2009 julkaistun tutkimuksensa mukaan suomalaisista verkkokäyttäjistä suurin osa ei tuota verkkoon mitään sisältöä. Eniten tuotetaan keskustelupuheenvuoroja ja valokuvia. (Matikainen 2009, 36–37.) Aikaa on kuitenkin kulunut vuodesta 2009, ja nykyisin sosiaalinen media on kiinteämpi osa yhä useamman arkea. Esimerkiksi Statistan tilastoista selviää, että vuonna 2023 suosituin aktiviteetti sosiaalisessa mediassa oli muiden julkaisuista tykkääminen ja toiseksi suosituin aktiviteetti yksityisviestin lähettäminen. Kuvan tai videon julkaiseminen oli sijalla viisi ja sitä teki 40% vastaajista. (Statista 2023.)

Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa vaihtelee käyttäjäkohtaisesti. Sisältöjen pelkkää kuluttamista pidetään passiivisena toimintana, osallistumista kohtuullisen aktiivisena toimintana ja luomista erittäin aktiivisena toimintana. Sisältöjen kuluttamisena voidaan pitää julkaisujen katselua ilman reagointia. Osallistumisessa käyttäjän toiminnasta jää jälki. Esimerkkeinä osallistumisesta voidaan pitää tykkäyksiä tai jakoja. Sisällön luominen sosiaalisessa mediassa puolestaan nähdään erittäin aktiivisena toimintana, jossa käyttäjät vapaaehtoisesti aloittavat sisällön tuottamisen sosiaalisen median kanaviin esimerkiksi kommentoimalla julkaisuja tai tekemällä omia päivityksiä. (Dolan ym. 2019, 2017.)

Yleisön osallistumisesta puolestaan käytetään käsitettä *sitoutuminen*, jolla viitataan yleisön kommentointitiheyteen, tykkäysmääriin ja postausten uudelleen jakamiseen. Osallistuminen ja julkaisujen saavuttama näkyvyys kietoutuvat toisiinsa tiiviisti sosiaalisessa mediassa. Tietyn julkaisun ansaitsema näkyvyys perustuu osittain seuraajien aikaisemmin osoittamaan kiinnostukseen tilin julkaisuja kohtaan. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että sosiaalisessa mediassa julkaistut päivitykset nousevat paremmin esille käyttäjien uutisvirrassa, jos algoritmi on todennut ne kiinnostaviksi perustuen siihen, onko yleisö aiemmin jollain tavalla (esim. kommentoimalla, tykkäämällä, tallentamalla tai jakamalla) osoittanut sisällön olleen kiinnostavaa. Näin ollen vuorovaikutus ja näkyvyys ovat tiiviisti liitoksissa toisiinsa ja vaikuttavat yhdessä julkaisujen saavuttamaan yleisömäärään. (Venlinen 2013, 38–39.)

Sosiaalisen median käyttäjien osallistumisinnostus sekä sitoutuneisuus seuraajan roolissa kuvastavat kohteena olevien sisältöjen vaikuttavuutta. Tunteita ja mielipiteitä herättäviin julkaisuihin reagoidaan herkemmin, joten voidaan ajatella, että affektiivisuus on sosiaalisen median vaikuttajalle keino saada sitoutuneita seuraajia ja lisätä yleisön aktiivisuutta.

Sosiaalisen median vaikuttajan asemaan päästäkseen on kuitenkin onnistuttava keräämään runsaasti käyttäjiä yleisökseen ja houkuteltava heitä osallistumaan, sillä juuri osallistuminen vaikuttaa merkittävästi siihen, kuinka suosituiksi julkaisut nousevat (Van Dijck & Poell 2013, 4–7).

3 Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimusaineistonani toimii vuonna 2022 julkaistut postaukset marianordin.freetoheal - Instagram-tilillä, mutta itse tutkimus toteutettiin vuoden 2023 aikana. Tällä hetkellä Instagram on kuva- ja videopainotteinen sovellus, joka on luokiteltu Suomen kolmanneksi suosituimmaksi sosiaalisen median sovellukseksi (Statista 2023). Tutkittavaksi aineistoksi valitsin marianordin.freetoheal -tilin vuoden 2022 suosituimpia feed-julkaisuja 60 kappaletta. En halunnut ottaa tarkasteluun kaikkein tuoreimpia sisältöjä, sillä niiden suosio saattaa vielä vaihdella, mutta vanhemmissa julkaisuissa reagointimäärät eivät yleensä enää merkittävästi muutu. Lisäksi ajattelen, että kokonaiselta vuodelta kootut julkaisut edustavat hyvin marianordin.freetoheal -tilin sisällöntuotannon kokonaiskuvaa. Maria Nordin julkaisi vuonna 2022 tilillään yhteensä 300 feed-postausta, joten 60 julkaisua on 25%:a kaikista kyseisen vuoden julkaisuista, ja edustaa hyvin sitä, millainen sisältö tilillä parhaiten menestyy.

Yksi tärkeimmistä kriteereistä onnistuneessa tutkimuksessa on aiheen rajaaminen. Kvalitatiivinen tutkimus edellyttää kuitenkin joustavuutta, sillä aineiston laajuutta ei voi samalla tavoin ennakoida kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Aihetta saattaa joutua tarkentamaan tai jopa suuntaamaan uudelleen aineiston keruun yhteydessä. (Hirsjärvi ym. 2019, 81.) Olin alun perin ajatellut tutkimukselleni hieman pienempää aineistoa, mutta tutkimustulokset olisivat saattaneet jäädä turhan suppeiksi löydettyjen teemojen ja affektiivisten piirteiden osalta. Itse aiheen rajaamisessa olen pyrkinyt pysymään tiukkana, jotta analyysini vastaa tutkimuskysymyksiin mahdollisimman selkeästi.

Aloitin aineiston keräämisen listaamalla Excel-taulukkoon kaikki marianordin.freetoheal -tilin julkaisut vuodelta 2022. Merkitsin taulukkoon myös julkaisuajankohdan, jotta postauksia on helppo palata tarkastelemaan myöhemmin. Lisäksi lisäsin taulukkoon jokaisen julkaisun keräämät tykkäys- ja kommenttimäärät, jotta saan selville, mitkä julkaisut olivat reagoitien valossa kaikkein suosituimpia. Tämän jälkeen otin suosituimmista julkaisuista kuvakaappaukset, jotta ne ovat tallessa, vaikka tilin sisältöjä myöhemmin poistettaisiin näkyvistä. Kun suosituimmat julkaisut olivat selvillä, lähdin sisällönanalyysin avulla tutkimaan sisältöjä lähemmin. Käytin apuna myös teemoittelua erotellakseni eri aiheita suosituimpien julkaisujen keskuudesta.

Laadullisen otteen avulla muodostin tulkintoja aineistosta ja selvitin, millaisia affekteja ja merkityksiä suosituimpien julkaisujen taustalla on. Tarkastelin erikseen sekä kuva- että tekstisisältöjä huomioiden kuitenkin, että sosiaalisessa mediassa näitä kahta ei voi suoraan erottaa toisistaan, vaan kuva- ja tekstisisällöt muodostavat yhdessä lopullisen kokonaisuuden. Listasin Nordinin käyttämiä affektiivisiä keinoja ja lopuksi tarkastelin systemaattisesti, mitä kaikkia affektiivisiä piirteitä kustakin julkaisusta löytyy.

Tutkimusmenetelmäni perustuu verkkoaineiston laadulliseen sisällönanalyysiin, jonka perusteella hahmotan erilaisia tekijöitä, jotka Nordinin Instagram-tilin sisällöissä hänen seuraajiaan kiinnostavat. Tarkastelen sisällönanalyysin avulla sekä kuva- että tekstisisältöjä, sillä Instagram-julkaisuissa nämä kaksi kietoutuvat tiiviisti yhteen. Lisäksi huomioin mahdolliset auditiiviset elementit. Pyrin tunnistamaan sisällöistä affektiivisiä piirteitä, jotka selittävät julkaisujen suosiota. Sisällönanalyysin avulla voidaan muodostaa kokonaiskuva jäsentämällä sisältöjä erilaisiin luokkiin. Sisällön erittelyä on käytetty runsaasti etenkin mediatutkimuksessa, jossa sen avulla on tutkittu erilaisia viestejä ja viestintää. (Hakala & Vesa 2013, 216, 218–222.)

Laadullisessa sisällönanalyysissä pyritään ymmärtämään tiettyä ilmiötä ja asettamaan se asianmukaiseen kontekstiin. Menetelmällä voidaan analysoida dokumentteja systemaattisesti ja objektiivisesti. Dokumentti voi tarkoittaa esimerkiksi kirjaa, haastattelua, puhetta, päiväkirjaa tai raporttia. Tutkimuksen aineisto kuvaa tutkittavaa ilmiötä, ja analyysin on tarkoitus auttaa muodostamaan sanallinen esitys tutkittavasta ilmiöstä. Sisällönanalyysillä pyritään järjestämään aineisto tiiviimpään muotoon, jossa sen sisältämää informaatiota ei kadoteta. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 117–118.)

Sosiaalisen median tutkimusmenetelmät eivät aina ole täysin yksiselitteisiä tai suoraviivaisia. Tapauksissa, joissa menetelmät eivät noudata tutkimuksen perinteisiä kaavoja, voidaan puhua *sotkuisista metodeista (messy methods)*. Sotkuisia metodeja ei voida johtaa suoraan tietystä perinteestä tai tieteenalasta. Sosiaalista mediaa tutkittaessa onkin usein hyväksyttävä, että lopputulos jättää joitakin yksityiskohtia auki. Kun sosiaalisessa mediassa julkaistua aineistoa tallennetaan tutkimuskäyttöön, aineistossa olevia yhteyksiä katkeaa. Kuvakaappaukset muuttavat verkkosivut staattisiksi kuviksi ja linkit, ääni sekä liikkuva kuva katoavat. (Paasonen 2013, 34–46.)

Oma tutkimukseni on toteutettu täysin sen tiedon varassa, mitä ulkopuolinen tarkastelija voi havaita. Julkaisujen todellisia näyttökertoja ei tässä tutkimuksessa huomioida, vaan julkaisujen saavuttaman suosion mittareina käytetään ainoastaan yleisön antamia reagoiteja ja osallistumista. Tutkimukseni pyrkii hahmottamaan ensisijaisesti sisältöjen affektiivisia piirteitä, ja näin ollen yleisön reagoinnit ovat paras mittari affektiivisuuden analysointiin.

3.1 Multimodaalisten aineistojen tutkiminen

Tutkimusaineistoni koostuu Instagram-sovelluksessa julkaistuista postauksista, joissa on sekä kuvaa että tekstiä. Suurin osa aineistostani on still-kuvia, mutta joukosta löytyy myös muutamia videoita, joissa on liikkuvaa kuvaa sekä ääntä. Sosiaalisen median julkaisuja tutkittaessa kuvaa ja tekstiä ei voi ongelmattomasti erottaa toisinaan, vaan ne muodostavat yhdessä omanlaisensa kokonaisuuden. Sisällönanalyysi menetelmänä sopii sekä kuvien että tekstien analysointiin, joten sen valinta menetelmäksi oli helppoa. Sisällönanalyysi mahdollistaa teksteissä ja kuvajoukoissa toistuvien tyylien, teemojen ja elementtien erittelyn tehden näkyväksi toiston. Toiston havaitseminen puolestaan helpottaa aineiston luokittelua. (Paasonen 2013, 40.) Kun aineisto on järjestelty, on sen analysointikin vaivattomampaa.

Sosiaalisessa mediassa ja verkossa yksittäiset elementit yhdistyvät tekstien, kuvien ja äänen koosteiksi. Tutkimusaineiston koostaminen ja sen analysointi johtavat aineiston uudelleen materialisoitumiseen, jossa jotkin yhteydet saattavat katketa ja toiset rakentua uudelleen. Analyysissä tallenteista nostetaan esiin joitakin elementtejä ja osa yksityiskohdista jää vähemmälle huomiolle tai unohtuvat jopa kokonaan. Median materiaalisuuden, kulttuuristen muotojen ja teknologisten erityispiirteiden välisten yhteyksien huomioiminen tarkoittaa menetelmällisesti sitä, ettei mediaan kohdistuvaa sisällönanalyysiä voi erottaa median toimintatavoista, vaikkakin median toimintatapoja saattaa olla hankala eritellä muuten kuin tiettyjen aineistojen ja sisältöjen kautta. Tärkeää on, että tutkija osaa reflektoida sekä tutkittavaa mediaa ja sen erityispiirteitä että omia tutkimuksellisia valintojaan. (Paasonen 2013, 46.) Julkaisut sosiaalisessa mediassa eivät siis ole vain kontekstistaan irrotettavia kuvia ja tekstejä, vaan nimenomaan sisältöjä kyseisellä alustalla. Sosiaalisen median sovelluksissa on oma toimintakulttuurinsa, joka tulee huomioida tutkimusta toteutettaessa.

Sosiaalisesta mediasta kerätyn aineiston kokoaminen ei aina ole yksinkertaista, sillä haasteita luo esimerkiksi verkkoyhteisöihin sisälle pääseminen sekä aineiston moninaisuus. Erilaisista

sisällöistä käytetään tutkimuksessa usein termiä teksti, mutta se ei välttämättä riittävästi ota huomioon kuvan ja tekstin yhteen kietoutunutta suhdetta sosiaalisessa mediassa, jossa multimodaalisuus korostuu, kun teksti, kuvat, grafiikka, liike, äänet ja puhe yhdistyvät. Tutkijalla onkin merkittävä rooli siinä, kuinka hän tutkimusaineistonsa muodostaa ja kuinka hän yhdistää sen erilaisiin teoreettisiin viitekehyksiin. (Paasonen 2013, 38–46.)

Sosiaalinen media ja verkkoympäristöt tutkimuskohteina vaativat tutkijalta myös kykyä soveltaa erilaisia aineiston keruu- ja analyysitapoja. Tekninen osaaminen yksinään ei riitä, vaan lisäksi on osattava arvioida kriittisesti uudenlaisten välineiden ja keinojen mahdollisuuksia sekä haasteita. Verkkoaineistot saattavat vaikuttaa helpolta tutkimuskohteelta, sillä pääsy käsiksi verkkoaineistoihin on varsin vaivatonta. Ongelmia saattaa kuitenkin tulla vastaan, kun tutkija ryhtyy keräämään, tallentamaan ja analysoimaan aineistoa. (Laaksonen ym. 2013, 24–26.) Multimodaalinen aineisto saattaa tarkoittaa tutkijalle sitä, ettei kaikki aineisto ole samassa muodossa, eikä sen esittäminen tutkimustuloksia julkaistaessa ole välttämättä tekijänoikeudellisista syistä edes mahdollista.

3.2 Tutkimusetiikka

Tutkielmani keskiössä on julkisuudenhenkilön tuottamat sisällöt sosiaalisessa mediassa, joten ennen tutkimusprosessin aloittamista oli punnittava, onko yhteen tiettyyn henkilöähahmoon kytkeytyvä tutkimus eettisesti ongelmallinen. Maria.nordin.freetoheal -Instagram-tili henkilöityy vahvasti Maria Nordinin ympärille, mutta tutkimus kohdentuu ainoastaan sosiaalisen median sisältöihin. Lisäksi sosiaalisen median vaikuttajien vaikuttavuuden arviointi tutkimusmielessä on tarpeellista. Tutkimukseni keskittyy ainoastaan Nordinin viestintään ja sen muotoihin, eikä tarkoitus ole analysoida häntä tai hänen verkkokurssiaan missään muussa mielessä.

Sosiaalinen media ilmiönä on yhä nuori suhteessa muihin mediamuotoihin. Siksi sosiaalisen median hyödyntämiseen kohdistuvien tutkimuseettisten näkökohtien arviointi on ollut haasteellista vähäisen kokemuksen sekä rajallisen tutkimustiedon johdosta. Sosiaalisen median tutkimiseen ja eettisten kysymysten pohtimiseen vaikuttaa kuitenkin myös se seikka, että sosiaalinen media on jatkuvassa liikkeessä ja kehittyy uusiin muotoihinsa varsin vauhdikkaasti. (Terkamo-Moisio ym. 2016, 141.) Esimerkiksi Instagram sovelluksena on muuttunut vuosien saatossa valtavasti, eikä kymmenen vuotta sitten tehdyt tarkastelut

välttämättä enää vastaa tämän päivän todellisuutta. Sovellusten ominaisuudet muuttuvat ja kehittyvät kovalla vauhdilla, ja tutkimuksen eettisten ja metodologisten tekijöiden on pysyttävä tahdissa mukana.

Kenties yksi kaikkein oleellisimmista eettisistä kysymyksistä sosiaalista mediaa tutkittaessa on se, onko tutkittava aineisto yksityistä vai julkista tai suljettua vai avointa. Mikäli tutkimusaineistona käytetään sosiaalisessa mediassa julkaistuja tekstejä, kuvia tai muita käyttäjien tuottamia materiaaleja, tulee tutkijan huomioida, onko aineistojen tarkastelua rajoitettu esimerkiksi yksityisyysasetuksilla. Sosiaalisen median käyttäjä voi pitää tuottamaansa materiaalia yksityisenä, vaikka tiedostaakin toimivansa julkisella alustalla. Tästä johtuen raja yksityisen ja julkisen välillä voi olla häilyvä ja vaikeasti määriteltävä. Käytettävän materiaalin luonteen arvioinnissa voidaan tukeutua sen saatavuuteen sekä sosiaalisiin normeihin. (Terkamo-Moisio ym. 2016, 141–142.) Omassa tutkimuksessani tarkastelen Instagram-tiliä, jonka tavoitteena on myös markkinoida verkkokurssia. Tilillä on kymmeniä tuhansia seuraajia, joten se on selkeästi tulkittavissa julkiseksi ympäristöksi. Lisäksi monet mediat ovat nostaneet marianordin.freetoheal -Instagram-tilin sisältöjä omille alustoilleen noudattaessaan samalla journalistisia eettisiä ohjeita.

Tutkimuksen etiikkaa pohdittaessa tulee huomioida myös se, että Maria Nordinin Instagram-tilillä esiintyy hänen itsensä lisäksi kolmansia osapuolia, kuten hänen perheenjäseniään ja ystäviään. Pyrin jättämään kolmannet osapuolet tutkielmani ulkopuolelle, vaikka nämä tiedot olisivatkin löydettävissä Nordin omista sisällöistä tai muualta mediasta. Vain Maria Nordinin julkisuudesta tuttu muusikkopuoliso Reino Nordin esiintyy tutkimuksessani omalla nimellään. Muissa tapauksissa ainoastaan mainitsen, mikäli kuvissa esiintyy muitakin henkilöitä. Toimin tällä tavalla siitä syystä, etteivät Maria Nordinin ystävät tai lapset ole osa tutkimusta, eikä heidän nimensä tai muut henkilökohtaiset tiedot ole merkityksellisiä tämän tutkimuksen kannalta.

Mikäli tutkimuksessa käytetään sosiaalisen median julkisia aineistoja, ei yleensä ole tarvetta pyytää erikseen aineiston tuottajan suostumusta, ellei aihe ole erityisen sensitiivinen. Sosiaalisen median kontekstissa teknisesti julkisella aineistolla tarkoitetaan kaikkien saataville julkaistuja päivityksiä. Selkeästi yksityistä aineistoa ovat esimerkiksi tutkijalle luottamuksellisesti lähetetyt viestit tai viestit suljetuissa ryhmissä. (Kosonen ym. 2018, 119.)

Oma tutkimuskohteeni on julkinen Instagram-tili ja myös tilin ylläpitäjä on julkisuuden henkilö, joten aineisto on tutkimusmielessä avointa.

4 Affektiiviset keinot Maria Nordinin somesisällöissä

Marianordin.freetoheal -Instagram-tilin julkaisujen sisällöissä toistuivat säännöllisesti samat aihepiirit ja kaikkein suosituimmista postauksista tunnistin neljä pääteemaa, jotka olivat 1. minä, perhe ja parisuhde, 2. terveys ja hyvinvointi, 3. median rooli ja vaikutus sekä 4. rituaalit. Teemoista ylivoimaisesti suosituin oli henkilökohtaiseen elämään, perheeseen ja parisuhteeseen liittyvä aihepiiri. Samasta julkaisusta saattoi löytää useampaankin eri teemaan liittyviä piirteitä ja löydetty teemat olivat osittain limittäisiä. Jokaisessa suosituissa julkaisuissa näkyi affektiivisuus tavalla tai toisella. Omaan elämään liittyvät kokemukset, tunteet ja läheisyys korostuivat lähes kaikissa postauksissa. Somekulttuurissa tunteilla on keskeinen sija ja niiden avulla saadaan myös sitoutettua yleisöä. Mitä vahvemman tunnereaktion saa julkaisuunsa vangittua, sitä suositumpi siitä todennäköisesti tulee.

4.1 Minä, perhe ja parisuhde

Marianordin.freetoheal -Instagram-tilillä vuoden 2022 suosituin postaus oli tammikuun 12. päivä tehty julkaisu, jossa kerrottiin tuoreesta raskaudesta. Kuvassa on Marian ylävartalon siluetti ja kädet mahan päällä. Tekstissä Maria tuo ilmi kiitollisuuttaan raskaudesta ja postauksen lopussa on vielä alekoodi hänen omalle Birth to Heal -kurssilleen.

Henkilökohtaiseen elämään ja perheeseen liittyvät julkaisut olivat kaikki erittäin suosittuja ja niiden yhteyteen liitettiin toisinaan verkkokurssien tai oheistuotteiden mainoksia. Kuitenkin liian selkeät mainokset tai pelkkiin alekoodeihin keskittyneet julkaisut menestyivät heikosti. Verkkokurssin markkinoinnin näkökulmasta eniten huomiota saavutettiin julkaisuilla, jotka eivät täysin keskittyneet vain tarjouksiin, vaan ympärillä oli elementtejä henkilökohtaisesta elämästä.

Marian puolison Reino Nordinin esiintyminen julkaisuissa aiheutti joka kerta paljon reagoiteja. Maria Nordinin oma henkilöbrändi saa vahvistusta, kun siihen liitetään pala muusikkona tunnetun aviomiehen julkisuuskuva. Maria Nordinin asema vernakulaarina auktoriteettina kerää lisää uskottavuutta, kun julkisuudesta tuttu henkilö on osa hänen perhettään. Lisäksi henkilökohtaisen elämän kokemukset, parisuhteen ja perheen esiintuominen sekä hetket aidosta arjesta tekevät Mariasta helposti samaistuttavan hahmon. Samaistuttavuus onkin yksi vernakulaarin auktoriteetin tunnusmerkeistä. Koski ja Turtiainen arvioivat, että sosiaalisessa mediassa kiinnostutaan nimenomaan mielenkiintoisista

persoonista, omakohtaisista kokemuksista ja autenttisesta arjesta. Vernakulaari auktoriteetti ei myöskään saa menettää samaistuttavuuttaan, sillä vertaisuuden tunteen ylläpitäminen on tärkeää, mikäli haluaa säilyttää asemansa. (Koski & Turtiainen 2020, 98.)

Maria Nordin nivoo taidokkaasti oman henkilökohtaisen elämänsä osaksi verkkokurssinsa markkinointia, ja onnistuu sitouttamaan seuraajia julkaisuihinsa, mikä tuo verkkokurssille ja hänen henkilöbrändilleen entistä enemmän huomiota. Marianordin.freetoheal -tilillä on runsaasti selfieitä, joissa myös perheenjäsenet ovat mukana, ja ne korostuivat myös suosituimpien julkaisujen listalla. Selfie-tuotanto voidaan nähdä affektiivisena käytäntönä eli toimintana, jossa ruumiin liikkeet kytkeytyvät toisteisuudessaan tietynlaisiin tuntemuksiin. Affektiivisissa käytännöissä ruumiilliset reaktiot, tunteet, sosiaaliset suhteet ja henkilökohtaiset tarinat niputtuvat affektiivisiksi kaavoiksi, joissa niitä voi olla vaikea erottaa toisistaan. Nämä kaavat ja käytännöt ohjaavat toimintaamme sosiaalisessa elämässä suuntiin, joissa kielteisiä tuntemuksia herättäneitä toimintoja vältetään ja myönteisiä tuntemuksia herättäneitä toimintoja toistetaan yhä uudelleen. (Hynnä & Lehto 2018, 66–67.) Selfie-kuvat Mariasta itsestään tai hänestä ja perheestään olivat vuonna 2022 erittäin suosittuja kuvasisältöjen muotoja marianordin.freetoheal -tilillä. Somevaikuttajien selfieiden voidaan nähdä edustavan vernakulaaria valtakurssin vastaisina yleisen mielipiteen muokkaajina. Julkisessa keskustelussa selfieitä on toisinaan pidetty turhamaisena ja jopa narsistisena sukupolvi-ilmiönä. Vernakulaarien genrejen, kuten selfien, sekä muiden digitaalisten ilmaisutapojen ja -alustojen taitava käyttö eli vernakulaarin rekisterin hallitseminen tarjoaa somevaikuttajille väylän nimenomaan vastakulttuuriseen valtaanpääsyyn. (Koski & Turtiainen 2020, 101.)

Nordin käyttää etenkin henkilökohtaiseen elämäänsä liittyvien postausten kuvateksteissä emoji-merkkejä. Emojit ovat yleinen keino ilmaista tunteita sosiaalisessa mediassa tai muissa vapaamuotoisissa verkkoympäristöissä. Hymiöitä ja emoji-merkkejä käytetään vähentämään viestien monimutkaisuutta. Tavallisia lauseita täydennetään emoji-avulla, sillä ne toisinaan auttavat tunteiden selittämisessä. (Ellis 2018, 23.) Emojit ovatkin tapa korostaa affektiivisuutta ja vahvistaa tunneilmaisuja. Esimerkiksi vihainen emoji kantaa ottavan postauksen lopussa pitää huolen, ettei sanoman tunnepitoisuus jää lukijalta huomaamatta.

Hetket henkilökohtaisessa elämässä olivat marianordin.freetoheal -tilin ylivoimaisesti menestynein teema suosituimpien julkaisujen keskuudessa. Peräti 35 postausta 60:sta

suosituimmasta julkaisusta oli omaan elämään, perheeseen tai parisuhteeseen liittyviä. Henkilökohtainen elämä näkyi myös muissa teemoissa, mutta 35 julkaisua luokittelin ensisijaisesti vain omaan elämään ja arkeen liittyviksi. Tässä teemassa korostui paljon myös raskausaikaan sekä imetykseen liittyvät sisällöt. Omista kokemuksista kerrottiin avoimesti ja tunnepitoisesti.

Helmikuun 5. päivänä 2022 julkaistussa postauksessa on hymyilevä Maria bikineissä uima-altaan reunalla ja kuvakarusellin toisessa kuvassa on mustavalkoinen lähikuva puoliso Reino Nordinin kasvoista. Kuvatekstiin on kirjoitettu:

The beauty you see in me is a reflection of you.

-Rumi

Aww, oltiin niin suloisia.

Nyt mulla on iso maha, sama villapaita ja -housut viikosta toiseen ja Reinolla jättimäinen parta.

Kauneutta näen silti. (Nordin 2022)

Yllä esitetyn julkaisun keskeinen teema on rakkaus ja parisuhde. Samaistuttava tarina kertoo parisuhteen molempien osapuolten muuttuneesta ulkomuodosta ja kauneuden näkemisestä arkisissa asioissa. Parisuhde esitetään marinordin.freetoheal -tilillä positiivisessa valossa ja julkaisut ovat usein tunteiden täyteisellä verbaliikalla varustettuja. Parisuhde ja sen esittäminen ovat varsin keskeisessä roolissa marianordin.freetoheal -tilin sisällöissä ja ehkä juuri siitä syystä, että yleisö reagoi näihin päivityksiin aktiivisesti.

Jos sosiaalisessa mediassa haluaa saada näkyvyyttä, on tekstiin laitettava mukaan tunnetta. Instagramin kaltaisilla sosiaalisen median alustoilla merkkimäärältään rajoitetut kommenttimahdollisuudet ohjaavat käyttäjiä reagoimaan sisältöihin ennen kaikkea tykkäyksien, jakojen ja tunnekonsensusta ilmaisevien lyhyiden tekstireaktioiden tai emojienvälityksellä. Sosiaalisessa mediassa ”informaation” jakaminen on siis alisteista yhteisöä sitoville affekteille. Tietyn päivityksen nouseminen viraaliksi riippuu hyvin pitkälti siitä,

antaako se aineksia affektiivisen konsensuksen luomiseksi samanmielisten välillä. (Mäkelä ym., 108.)

Maaliskuun 7. päivänä 2022 julkaistun postauksen kuvakarusellin ensimmäisessä kuvassa Maria on alastomana polviseisonnassa sängyllä ja hän pitelee sängyllä istuvan puolisonsa päätä. Toisessa kuvassa on kuva pariskunnasta sekä vastasyntyneestä lapsesta. Kolmas kuva on kuvakaappaus tekstistä, jossa kerrotaan universumin rakkaudesta seuraavin sanoin:

Katso naista joka avaa tien taivaalle
 tulla maan päälle
 naista joka kytkee rintansa esiäitiensä
 sisäiseen tietoon ja suostuu eläväksi
 ravinnoksi hitaasti kasvavalle ihmeelle
 Katso hänen hikisiä kasvojaan hetkenä
 jona ruumiin kipu katoaa elämän ylittäessä
 todellisuuksien välisen ohuen verhon
 tuona ajattomana kohtana
 kun jumalan käsi laskeutuu syntyvän ja synnyttäjän sydämelle
 yhdistäen ne ikuisesti toisiinsa
 hetkenä jona äiti ja lapsi syleilevät toisiaan
 jälleennäkemisen hymy huulillaan
 kun he saavat olla hetken täydellisesti läsnä
 samassa ruumissa
 kumpikin synnyttämässä itseään
 tämä pyhä hiljaisuus
 syöksee koko maailmankaikkeuden
 viisauden vesiputoksen voimalla
 kehon ja mielen läpi ja vapauttaa sielun sen
 kiertolaisuudesta
 tuona hetkenä universumi vavahtaa
 puhtaasta rakkaudesta (Nordin 2022)

Kuvat sekä kuvakarusellin viimeisen kuvan teksti ovat erittäin voimakkaalla affektiivisellä intensiteetillä varustettuja. Mustavalkoiset kuvat autenttisista kotisyntytyshetkistä ovat eeterisiä ja sensuelleja. Kuvatekstiin on kirjoitettu tulevan synnytyksen odottamisesta ja

lopussa on vielä Birth to Heal -verkkokurssin mainos, jonka markkinointi saa uutta virettä affektiivisestä kerronnasta. Kuvateksti kokonaisuudessaan on kirjoitettu seuraavasti:

Tuleva neljäs synnytys on jo unissani. Luottamus elämään ei ole koskaan ollut näin suurta.

Kolmas synnytykseni oli ensimmäinen kotisynnytykseni. Se oli upea, elämän mullistava kokemus. Ensimmäisessä kuvassa Reino on juuri kuiskannut korvaani, että olen vahva ja vauvan pää on jo syntynyt. Hymyilen.

Synnyttämällä rakkaudella ja luottamuksella luodaan Uusi Maa.

Upea runo on Minna Linkolan. Tilasin samalta sivulta Maarita Rantamaan kirjan, MaaDonnat, ystävän suosituksesta. Lisää runoja ja MaaDonna www.sieluntie.fi/kohdunkantaja

PS. Mun työkalut synnytykseen ja raskauteen jaan Birth to Heal -kurssilla. Näytän siinä, miten Free to Heal -menetelmää voi käyttää raskauteen ja synnytykseen.

Opetan myös hypnosynnytyksen menetelmän. Kurssi sisältää luentoja kaikista tärkeistä aiheista sekä useita rentoutus- ja mielikuvaharjoitusäänitteitä.

Koodilla BTHPOIS30 saat -30% tämän viikon loppuun asti.

Voimallat raskauteen ja synnytykseen saa myös yksittäisinä. (Kuuluu myös BTH-pakettiin)

Löydät molemmat täältä: www.freetoheal.org/store

PPS. Synnytykskokemuksistani kerron enemmän @vapaasynnytyssuomi -podcastissa. Se löytyy Spotifysta. (Nordin 2022)

Intiimit henkilökohtaiset kokemukset ja hetket on edellä esitettyssä julkaisussa saatu valjastettua markkinoinnin välineiksi. Julkaisussa on vahva henkilökohtainen tarina, uushenkisyyteen liittyviä piirteitä sekä ulkopuolisen yrityksen suosittelua ja oman yrityksen markkinointia. Synnytykskokemuksesta kertominen sekä postauksen kuvasisällöt ovat affektiivisesti latautuneita. Synnytyksestä muistellaan upeana, positiivisten tunteiden sävyttämänä kokemuksena. Ruumillisilla muistoilla on sensorisia ja affektiivisia

ulottuvuuksia, ja niistä on löydettävissä selitys kertomuksen affektiiviselle intensiteetille. Kokemukset ovat kertojan psykologisesti prosessoimia, mistä johtuen affektien laatu on kuitenkin voinut muuttua. (Frykman 2020, 45.)

Yllä esitetystä julkaisusta on läsnä puolison kosketus, voimakas tunneilmaisuus, onnen tunteet ja ruumiilliset kokemukset. Synnytyskokemuksen elämyksellisyys näkyy sekä kuvissa että tekstissä. Julkaisuun on saatu naulittua useita poikkeuksellisen voimakkaita affektiivisiä elementtejä. Alastomuus, läheisyys, onnelliset kasvot ja tavallisesti yksityisenä pidetyn tapahtuman esittäminen kuvin ja sanoin luovat äärimmäisen sensitiivisen tunnelman. Synnytyskokemuksen pyhyttä julistava runo ja Marian omat ajatukset synnytyksestä korostavat tapahtuman ainutlaatuisuutta. Lisäksi julkaisussa tuodaan nykyisin hyvin harvinaista kotisyntytystä uudenlaiseen valoon.

Affektiivisesti latautuneet tekstit järjestävät ihmisiä yksilöinä ja ryhmien jäseninä kiertäessään julkisuudessa. Tekstit liikuttavat tai aikaansaavat vaikutuksia. Teksteissä performoidaan erilaisia tunteita, mutta ne vaikuttavat vasta nimettäessä ja kohdistuessaan johonkin. Julkiset tunteet eivät siis ole vain yksilöllisten tunteiden muunnelmia, vaan ne kiteytyvät laajasti jaetuiksi tunnerakenteiksi, jotka strukturoivat kokemuksiamme. (Saresma 2020, 209–120.) Marianordin.freetoheal -tilin suosituimmat henkilökohtaiseen elämään kytkeytyvät julkaisut ovat rakennettu hyvin pitkälti tunne-elämän kokemuksia sanoittaen tai sensitiivisiä kuvia jakaen. Tunteita esitetään avoimesti ja yleisö päästetään lähelle niin kuvien kuin tekstienkin kautta. Maria Nordinin henkilöahmo ei jää seuraajalle etäiseksi, vaan intiimien hetkien ja ajatusten jakaminen tekee Mariasta ikään kuin ystävän, jonka elämästä tietää paljon. Mediapersonien seuraajien ja vaikuttajien välille voikin muodostua yksipuolisista tunnesiteitä. Parasosiaaliset suhteet mahdollistavat vaikuttajalle lojaalin ja omistautuneen yleisön, joka seuraa vaikuttajan sosiaalisen median sisältöjä tiiviisti. Parasosiaalisessa suhteessa mediapersoonan seuraaja on kiintynyt vaikuttajaan ja seurannut häntä jo pidemmän aikaa. (Rotola-Pukkila & Isotalus, 95–102.). Nordinin seuraajat kertovat ahkerasti omista kokemuksistaan ja on mahdollista, että omakohtaisten kokemusten jakaminen lisää seuraajan sitoutuneisuutta ja affektiivista suhdetta tilin ylläpitäjään.

Koska yli puolet suosituimmista julkaisuista liittyi ensisijaisesti henkilökohtaiseen elämään, perheeseen ja parisuhteeseen, voidaan tulkita, että oman persoonan ja läheisten tuominen osaksi sosiaalisen median sisältöjä on toimiva keino sitouttaa seuraajia ja saada näkyvyyttä

omalle agendalle. Omaan arkeen, parisuhteeseen tai perheeseen liittyvät julkaisut eivät aina sisältäneet voimakkaasti latautuneita tekstejä, vaan julkaisujen affektiivinen voima saattoi löytyä pelkistä kuvasisällöistä, joissa esiintyi Maria itse joko yksin tai puolison ja muiden perheenjäsenten kanssa. Näistä kuvista oli usein löydettävissä kosketuksia perheenjäsenten välillä. Kosketus on aistimellisuuden ilmentymä, joka suuntaa huomion ruumiiden välisyyteen. Kosketustavat sekä niihin liittyvät affektiivisuudet uusiutuvat ruumiillisissa käytännöissä. Kosketus koetaan sekä kehollisesti että psyykkisesti tavoilla, jotka eivät ole palautettavissa yksittäisiin kosketustilanteisiin ja niihin liittyviin normeihin. (Kolehmainen & Kinnunen, 74–75.)

4.2 Terveys ja hyvinvointi

Terveys ja hyvinvointi ovat Maria Nordinin ylläpitämän Instagram-tilin keskeisimpiä aiheita, ja myös hänen verkkokurssinsa pyrkii edistämään terveyttä. Nordinin omat näkemykset terveyden ylläpidosta ja sairauksien hoidosta keskittyvät ajatusten voimaan. Nordinin terveysaiheiset julkaisut ovat lääketieteen näkökulmasta kritisoituja ja jopa vaarallisiksi kuvailtuja. Nordin edustaa terveystähtäyksillään lääketieteellisen auktoriteetin vastavoimaa, ja tämän tyyppisen asettelun voidaankin nähdä olevan yksi vernakulaarin auktoriteetin keskeisistä toimintatavoista. Vertaisuus voi perustua jaettuun vastakulttuuriseen kokemukseen, jolloin määräävänä strategiana on erillisyyden korostaminen. (Koski & Turtiainen 2020, 102.) Seuraajakunta, joka jakaa Nordinin kanssa samanlaisen maailmankatsomuksen on todennäköisesti vahvasti sitoutunut marianordin.freetoheal -tilin sisältöihin, ja omia näkemyksiä rohkeasti esiin tuovaa vaikuttajaa arvostetaan. Nordin uskaltaa sanoa ääneen voimakkaita vastareaktioita synnyttäviä mielipiteitä, jotka eivät perinteisen median puolella saa palstatilaa. Vernakulaarin auktoriteetin edustamat asiat ja esiintuodut näkökulmat saattavat olla ristiriidassa institutionaalisen auktoriteetin kanssa, ja institutionaalisten auktoriteettien voikin olla hyvin vaikea kumota ja ymmärtää vernakulaarien auktoriteettien esittämiä näkemyksiä. (Howard 2013, 72–83.) Lääketiedettä edustavat tahot ovat ottaneet kantaa Nordinin somesisältöihin ja on syntynyt selkeää vastakkainasettelua puolin ja toisin. Tämä vastakkainasettelu kuitenkin vain vahvistaa Nordinin roolia vernakulaarina auktoriteettina ja vaihtoehtoisten näkemysten esiintuojana.

Maria Nordin kyseenalaistaa rohkeasti institutionaalisia auktoriteetteja. Valtavirtaisista terveystähtäyksistä poikkeavat mielipiteet tuntuvat olevan myös Nordinin yleisön mieleen,

sillä ne keräävät runsaasti reagointeja. Nordin kritisoi tiukkasanaisesti esimerkiksi koronavirukseen liittyviä uutisointeja. Vaihtoehtoista terveystietoisuutta esiintuvien julkaisujen suosiosta voi päätellä Maria Nordinin hyödyntävän onnistuneesti vastakkainasettelua oman asemansa vahvistamiseen. Koettu vertaisuus voi olla omassa ryhmässä koetun samankaltaisuuden korostamista tai yhdessä jaetun vastakulttuurisen kokemuksen vahvistamista (Koski & Turtiainen 2020, 102).

Tammikuun 8.päivänä 2022 julkaistussa Instagram-postauksessa on kuvakaappaus Maria Nordinin omasta julkaisusta toisessa sosiaalisen median sovelluksessa. Kuvakaappauksessa lukee:

Kappas. Lääkäri sanoo Ylen uutisissa sen mitä olen hokenut kaksi vuotta: ”Usein sairaalahoitoon joutuneilla on todettu puolustusjärjestelmän ylireagointi, josta oireet ovat johtuneet, ei niinkään viruksesta itsestään, Vuorinen sanoo.” (Nordin 2022)

Lisäksi kuvassa näkyy jaetun uutislinkin kuvitusta, jossa on koronaviruksen ehkäisemiseen liittyviä infotauluja. Kuvakaappauksen kuvatekstiin on kirjoitettu:

Puolustusjärjestelmän virhetulkinnat ja ylireagointi ei ole vain flunssaoireiden, vaan **KAIKKIEN** sairauksien juurisyy.

Jos virus olisi sairauden aiheuttaja, ei kukaan voisi ”sairastaa” oireettomana. Todellisuudessa jokaisen OMA REAKTIO virukseen aiheuttaa oireet, ei itse virus.

Sinä itse olet vastuussa kehosi ja mielesi reaktiosta, olipa kyse tietoisesta tai tiedostamattomasta reaktiosta.

Tämä ajatus kannattaa ottaa vastaan suurella lempeydellä. Vaikka reaktio on sinun omasi, se että alun perin reagoit tietyllä tavalla, johtuu todennäköisesti menneisyyden kokemuksista, joihin et ole voinut vaikuttaa. Miksi ihmeessä siis syyttäisit itseäsi reaktiostasi?

Hyvä juttu on, että kun tulet tietoiseksi mekanismista, jolla automaattiset reaktiot ovat muodostuneet, voit purkaa haitalliset tavat ja opettaa keholle ja mielelle uudenlaisen tavan reagoida fyysisiin ja psyykkisiin tekijöihin.

Kurssillani ja kirjassani avaan aihetta juurta jaksain. Ja mikä tärkeintä, opetan tavan jolla voit vaikuttaa puolustusjärjestelmän ylireagointiin, olipa kyseessä virus, allergeeni, kehon toiminto (ruuansulatus, kuukautiset jne) tai mikä tahansa psyykkinen tai fyysinen tekijä.

www.freetoheal.org/suomi (Nordin 2022)

Edellä esitetyssä julkaisussa yhdistellään tieteellistä lähdettä sekä omaan kokemusasiantuntijuuteen liittyviä näkemyksiä. Lääketieteellistä näkökulmaa edustavan auktoriteetin lausuntoa käytetään hyödyksi oman ajattelutavan perustelussa ja samalla vedotaan tunteisiin, kehottamalla ottamaan uusi ajattelumalli vastaan lempeydellä ilman itsensä syylistämistä. Suurin kirjaimin kirjoitetut sanat muun tekstin joukossa pyrkivät vahvistamaan viestiä ja painottamaan tiettyjä kohtia. Kirjoitustyyli ei ole luokiteltavissa neutraaliksi, vaan siinä pyritään vahvaan, affektiivisesti vaikuttavaan ilmaisuun.

Toistuvat tilanteet, joissa joutuu kokemaan kuuluvansa "muihin" antaa tietynlaista ylimääräistä tahmeutta affektien välille. Toistuvat mielleyhtymät ja merkit ulkopuolisuudesta voivat herättää affektiivisen kokemuksen. Yksilöt alkavat kokea affektiivista tahdonvoimaa, kun he näkevät jatkuvuutta ja johdonmukaisuutta hetkissä, jotka yhdistävät heidät niihin "ihmisiin", jotka eroavat valtaapitävästä väestöstä. (Howard 2022, 240.) Lääketieteellä on vahva auktoriteetti suomalaisessa yhteiskunnassa ja Maria Nordin onkin yksi harvoista, joka on saanut äänensä kuuluviin vaihtoehdoisen tulkintatavan edustajana terveyteen ja sairauksiin liittyen. Nordinin näkemyksiin kohdistuva voimakas vastarinta vahvistaa hänen oman yhteisönsä siteitä ja luo affektiivista tahdonvoimaa pitää kiinni vastakulttuuria edustavista näkemyksistä. Vaihtoehdoisten terveystietosten esiintuominen on siis jo itsessään affektiivisesti latautunutta.

Jännitteitä syntyy, kun vernakulaarin auktoriteetin näkemykset eivät ole linjassa institutionaalisten toimijoiden kanssa. Oman elämänsä tapahtumista julkaisujensa sisältöjä luovat somevaikuttajat esiintyvät usein kokemusasiantuntijan roolissa. Perehtynyt harrastuneisuus saattaa pätevöittää toimimaan asiantuntija-asemassa yleisönsä edessä, mutta hyvinvointi- ja terveysalalla omaehtoisuuden painottamisessa piilee myös vaaransa. Vernakulaarien auktoriteettien asema on viime vuosina herättänyt paljon keskustelua hyvinvointiin kytkeytyvän kentän toimijoina. (Koski & Turtiainen 2020, 99.) Lääketieteen näkökulmasta itseopinneet somevaikuttajat saattavat asettaa yleisönsä jopa hengenvaaraan

välittäessään eteenpäin lääketieteessä tuntemattomia keinoja, joilla ovat omaa terveyttään kohentaneet. Laajalle levinneet virheelliset terveystietämättömyydet ja -uskomukset saattavat hämärtää kuvaa terveyden perusteista. Virheelliset terveystietämättömyydet ja väärää tietoa sisältävät terveystietämättömyydet voivat johtaa merkittäviin haittoihin aiheuttaen vakaviakin seuraamuksia, arvioi lääketieteen professori Juhani Knuuti. (Knuuti 2020, 32–35.)

Sairaus- ja terveystietämättömyyden ympärille on muodostunut hyvinvointibisnes, jossa yksilön kokemuskertomuksia käytetään markkinoinnillisiin tarkoituksiin. Sosiaalinen media antaa alustan itseoppineille terveystietämättömyyden, joiden vaikutusvalta perustuu koulutuksellisen asiantuntijuuden sijaan henkilökohtaiseen kokemustietoon, valikoidusti esitettyihin tutkimustuloksiin sekä arkiuskomuksiin. (Raipola 2020, 255–256.) Maria Nordinin Free to Heal -verkkokurssin markkinoinnissa hyödynnetään sosiaalisen median sisällöntuotantoa taidokkaasti. Omia kokemuksia ja näkemyksiä saatetaan yhdistää harkiten poimittuihin tieteellisiin lähteisiin ja omaa pätevyyttä vahvistetaan asiakkailta saaduilla kurssipalautteilla, joita Instagram-tilillä säännöllisesti jaetaan.

Nordin on järjestänyt myös hyväntekeväisyyteen liittyviä tempauksia, joista yhtenä esimerkkinä on verkkokurssien lahjoittaminen syöpää sairastaville. 26.10.2022 julkaistussa postauksessaan Nordin ilmoittaa lahjoittavansa 20 kappaletta Free to Heal -verkkokurssia syöpähoidoissa oleville naisille. Julkaisun ensimmäisessä kuvassa on vaaleanpunaiselle pohjalle kirjoitettu teksti, jossa asiasta kerrotaan, ja seuraavassa kuvassa on kuvakaappaus kurssilaisen palautteesta. Palautteessa lukee seuraavasti:

Ehkä ensimmäisenä haluaisin sanoa sinulle Maria, että kiitos [sydänemoji]. Kiitos, sinulle aivan loistavasta kurssista, jonka avulla olen saanut niin paljon.

Aloitin kurssisi sen jälkeen, kun olin saanut levinneen rintasyöpä diagnoosin ja voi miten paljon olenkin siitä apua saanut. Ensinnäkin löysin sisäisen rauhan, jonka huomasin vaikuttavan jopa läheisiini ympärilläni, niin että olemme eläneet hyvää ja onnellista elämää syövästä huolimatta. Olen oppinut elämään läsnä tässä hetkessä sekä olemaan kiitollinen kaikesta ja kaikista. [sydänemoji ja kädet rukoilevassa asennossa -emoji]

Olen siis saanut sytostaattihoidoja sekä sen rinnalla käynyt kurssiasi ja uskon, että ne ovat täydentäneet toisiaansa. Mikä [tekstin loppu ei näy kuvassa] (Nordin 2022)

Kuvatekstissä Maria markkinoi kurssiaan ja kertoo tekemästään lahjoituksesta:

Tiedoksi LAHJOITUKSET ANNETTU (25kpl kurseja). Olen surullinen ja ihmeissäni siitä, että maalitus ja cancelointi saa suurten toimijoiden siunauksen.

Samalla olen kiitollinen siitä, että tärkeä asia saa huomiota.

Lahjoitan 20 syöpähoidossa olevalle naiselle Free to Heal -kurssin.

Free to Heal -menetelmää voi käyttää syöpään ja syöpähoitoihin. Menetelmän harjoittaminen ei sulje pois mitään lääketieteellistä hoitoa.

Free to Heal on tietoisuustaitomenetelmä. Siinä opitaan muun muassa tiedostamaan, käsittelemään ja vastaanottamaan sekä näin ollen vapauttamaan sairauteen tai sen hoitoon liittyvät kärsimystä tuottavat ajatukset, tunteet sekä tuntemukset.

Usein sairaudet ja oireet aiheuttavat negatiivisia tunteita ja ajatuskeloja, jotka ovat omiaan pitämään kehon jatkuvassa stressitilassa.

Stressihormonit puolestaan ovat kuin bensaa sairauksille ja oireille. Stressihormonien tiedetään muun muassa pahentavan kipua ja voimistavan oireita.

Menetelmän avulla voit laskea stressitasoja ja löytää ensin lyhyitä ”hengähdystaukoja” kärsimyksestä ja sitten jopa aivan uudenlaisen tavan ja polun nähdä maailmaa.

Free to Heal on todella tehokas tapa parantaa elämänlaatua ja lisätä onnellisuutta – missä tahansa elämäntilanteessa.

Voit käyttää sen periaatteita mihin tahansa tilanteisiin.

Laita viestillä tarinasi perjantai-iltaan mennessä. [sydänemoji ja rukoilevat kädet yhdessä - emoji] (Nordin 2022)

Kuvatekstin ensimmäinen kappale on ilmeisesti lisätty tekstiin jälkikäteen julkaisun aiheuttaman mediahuomion vuoksi. Lahjoituksia on lopulta annettu 20:n kurssin sijaan 25. On selvää, että yllä esitetty julkaisu kerää runsaasti huomiota aiheen arkaluontoisuuden johdosta.

Syövän hoitaminen muilla kuin lääketieteen tunnustamilla keinoilla on yhteiskunnassamme arveluttavana pidettyä. Nordin kokee, että hänet on ”canceloitu” median toimesta. Cancel-kulttuurilla tarkoitetaan yksilöihin kohdistuvaa boikotointia (Norris 2021). Mielipaha epäreiluna pidetyn kohtelun johdosta saa samaa ideologiaa edustavat seuraajat vahvemmin hänen puolelleen.

Sosiaalisella medialla, kuten muillakin populaarimedioilla, on merkittävä vaikutus ihmisten arkisessa kokemusten tuotannossa, mutta kuitenkin tietynlaisten valtasuhteiden puitteissa. Populaarin voima on nimenomaan affektiivisuudessa, jolla ihmiset kiinnittyvät joihinkin ilmiöihin ja sijoittavat niihin energiaansa. Affektit tarrautuvat objekteihin, jotka antavat toivoa ja uskoa parempaan tulevaisuuteen, mutta eivät silti välttämättä edistä yksilön henkilökohtaista hyvinvointia. Tällaisia objekteja voivat olla esimerkiksi selfhelp -terapiat, kuntokuurit tai muut vinkit ”parempaan elämään”. (Mäki-Kuutti 2013, 18.)

Marianordin.freetoheal -Instagram-tililtä löytyy runsaasti inspiraatiota nimenomaan itsensä kehittämiseen. Kurssin ja muiden esiteltyjen metodien kerrotaan auttavan oman mielenvoiman kohentamisessa. Lupaus paremmasta huomisesta saa monet koukuttumaan Nordinin sisältöihin.

Nordin tietää asemansa vaihtoehtoisen terveystieteen edustajana ja käyttää tätä roolia hyödykseen Instagram-tilinsä sisällöissä. 7. marraskuuta 2022 julkaistussa postauksessa on kuvakaruselli, jossa on näyttötallennuksia Marialle lähetetyistä viesteistä ja kommentteista. Ensimmäisessä kuvassa kerrotaan radiokanava *Yle X:n* lähetyksestä, jossa puheenaiheena oli ollut *Helsingin Sanomien* juttu allergioihin liittyen. Radiolähetyksessä oli esitetty kommentti Nordinin näkemysten mahdollisesta paikkansa pitävyydestä. Julkaisun seuraavat kolme kuvaa ovat Marian kurssilaisten kiitosviestejä. Maria itse kirjoittaa kuvatekstiin seuraavasti:

Hesarissa oli mielenkiintoinen artikkeli allergioista. Tiede tunnistaa, että vakavatkin allergiat voivat parantua ”itsestään”, ”ajan kanssa”.

Minä väitän, että tuollaisen parantumisen takana on (tietoista tai tiedostamatonta) sisäistä työskentelyä. Irrottautumista egosta ja identiteetistä. Hyväksymistä, kontrollista luopumista. Pelkojen käsittelyä jne...

Jos allergioista, yliherkkyyksistä, autoimmuunisairauksista parantuminen kiinnostaa, JA haluat tehdä asialle jotain sen sijaan, että odottelet ihmettä, suosittelen mun Free to Heal -kurssia, joka on nyt LOPPUUNMYYNNISSÄ hintaan 222€.

Sadat suomalaiset ovat kertomansa mukaan jo päässeet eroon allergioista ja muista vaivoista menetelmälläni.

Free to Heal -kurssi on auki siis auki uusille osallistujille 30.11. asti.

Tämän jälkeen kurssi poistuu myynnistä minullekin vielä tuntemattomaksi ajaksi, kunnes oikea muoto jatkaa selviää.

Free to Heal -kurssi ei kuitenkaan katoa vanhoilta asiakkailta! Kurssi toimii edelleen hienosti ja säilyy kaikkine materiaaleineen ja harjoituksineen nykyisten kurssilaisten käytössä täysin muuttumattomana. Samoin säilyy Facebook-yhteisömme, harjoituspaketti ja meditaatiot. Samoin Free to Heal -piirit ympäri Suomen.

Lue lisää:

www.freetoheal.org/suomi (Nordin 2022)

Kyseinen julkaisu nivoo yhteen Marian esilläolon mediassa, terveyden edistämiseen keskittyvät mielipiteet, Free to Heal -kurssin vaikuttavuuden ja kurssin yhteisöllisen luonteen. Kiitolliset kurssipalautteet on saatu liitettyä osaksi markkinointia ja tieto verkkokurssin mahdollisesta loppumisesta kiihdyttäneen kiinnostuneiden seuraajien osallistumisinnostusta kurssille. Muiden jo osallistuneiden kurssilaisten vuolaat kehu ovat affektiivinen keino herättää tunteita seuraajissa ja potentiaalisissa asiakkaissa.

Kaikkein tehokkaimpiin terveysaiheisiin julkaisuihin liittyi lähes aina jonkinlaista vastakkainasettelua, mikä vahvistaa kyseisten päivitysten affektiivista intensiteettiä ja Nordinin roolia vernakulaarina auktoriteettina. Epäreilun kohtelun esiin nostaminen toistui monessa eri teemassa – myös terveyteen kytkeytyvissä julkaisuissa. Oikeudenmukaisuutteen kuuluu tunteita, jotka liikuttavat ja luovat sävyjä elämämme intiimeimpiinkin ääriviivoihin. Epäoikeudenmukaisuutta vastaan käytävissä tunnetusteluissa tunteet muuttavat suhdettamme normeihin, joita haluamme haastaa. (Ahmed 2018, 263–265.)

4.3 Maria mediassa

Suosituimpien julkaisujen joukosta löytyi useampi postaus, joka liittyi jollain tapaa median välittämiin uutisointeihin Mariasta. Erääseen julkaisuun Nordin oli koonnut kuvakarusellin neljästä lehden kansikuvasta, joissa hän itse esiintyy. Lehtijutut oli tehty ennen Nordinin uraa terveysaiheisen verkkokurssin kehittäjänä. Kuvatekstiin oli kirjoitettu ”Ennen kuin minusta tuli median persona non grata”. Persona non grata on latinaa ja tarkoittaa suomeksi ei-toivottua henkilöä. Vernakulaarin auktoriteetin koettu vertaisuus voi myös perustua jaettuun vastakulttuuriseen kokemukseen, jolloin määrittävänä strategiana on erillisyyden korostaminen (Koski & Turtiainen 2020, 102). Useissa Nordinin suosituimmista mediaan liittyvistä julkaisuista onkin teemana ulkopuolisuuden kokeminen ja muiden toimesta tapahtuva eristäminen.

Epäoikeudenmukaiseen kohteluun vetoaminen näkyy useissa Nordinin postauksissa ja tämä saa aikaan affektiivisia reaktioita Nordinin yleisössä. Epäreilu kohtelu nostattaa tunteita ja herättää sympatiaa. Lokakuun 29.päivänä 2022 Nordin on julkaissut lyhyen reels-videon rentoutusharjoituksestaan ja kuvatekstinä lukee:

Balancing my brain’s hemispheres the day after my pop singer husband was cancelled from Finland’s Dancing with the Stars because of my thoughts. I knew that men were responsible of their wife’s thoughts in the middle age. But in 2022?!? In Finland? Thank you. Thank you. Thank you. (Nordin 2022)

Englanniksi kirjoitetussa julkaisussa Maria Nordin kertoo, että hänen miehensä osallistuminen Tanssii tähtien kanssa -ohjelman lähetykseen on peruutettu ja syynä tälle on Marian ajatukset. Maria kommentoi sarkastiseen sävyyn tietävänsä, että miehet olivat vastuussa vaimojensa ajatuksista keskiajalla, mutta miten ihmeessä vielä vuoden 2022 Suomessa. Julkaisusta välittyy pettymyksen ja epäuskoisuuden tunteet.

Tanssii tähtien kanssa -ohjelma ei kommentoinut julkisuuteen syitä Reino Nordinin esiintymisen perumiselle (Välske 2022). Useamman aiheesta kirjoitetun mediajulkaisun johdosta tapahtunutta voidaan pitää jonkinasteisena kohuna. Pahastuminen ja sarkasmi kulkevat kohuissa käsi kädessä suhtautumistapana, joka mahdollistaa paitsi kohteiden arvottamisen, myös keskustelijan itsereflektion ikään kuin kriittisesti ulkoapäin. Sarkasmia

käytetään produktiivisesti tuottamaan kohu omanlaisenaan viestinnän ja politiikan performanssina. Kohuja ei ainoastaan seurata vaan niitä myös aktiivisesti aloitetaan, tuotetaan ja ylläpidetään. (Laaksonen 2018, 27.)

Huhtikuun 15. päivänä 2022 Nordin on nostanut kuvakaruseellijulkaisuunsa kuvakaappauksen Helsingin Sanomissa julkaistusta jutusta, jossa on sitaatti ”Vaikea tautimuoto ei johdu yleensä koronaviruksesta vaan elimistön puolustusjärjestelmästä”. Ennen sitaattikuvaa on peiliselvie Mariasta itsestään. Kuvatekstiin on kirjoitettu:

Egoni huutaa ”MITÄ MINÄ SANOIN!”. Ja tämän kerran antaudun sen viekotuksille. Voi sitä ivan ja naureskelun määrää, jota sain jo pari vuotta sitten kun sanoin, että vaikka aiheuttaja olisi näennäisesti virus, oireet johtuu AINA puolustusjärjestelmän ylireagoinnista. Mitä enemmän erillisyyttä ihminen kokee, sitä ärhäkämmin puolustusjärjestelmä reagoi. Ja tämä pätee aivan kaikkiin asioihin, kuten allergeeneihin, viruksiin tai vaikka eriäviin mielipiteisiin. Ja sen verran vielä jatkan, että tietoisuuden kautta pystymme ITSE vaikuttamaan puolustusjärjestelmän reaktioihin. Kurssilla ja Eroon oireista -kirjassa kerron, miten tämä tapahtuu. Ihanaa pääsiäistä! (Nordin 2022)

Otteet mediassa julkaistuista terveysaiheisista artikkeleista ja uutisista ovat yleisiä marianordin.freetoheal -tilin sisällöissä. Mediassa esitettyjä terveysväittämiä peilataan omaan terveystieteeseen ja usein niistä haetaan tukea omille näkemyksille. Maria Nordinin viestinnästä on myös näissä yhteyksissä löydettävissä affektiivista dynamiikkaa, joka vaikuttaa yleisön reagointiin. Affektiivisella dynamiikalla tarkoitetaan tapoja, joilla verkkokeskusteluissa tuotetaan, suunnataan tai ohjataan affektiivisiä intensiteettejä. Mihin suuntaan keskustelun lukijoiden ja siihen osallistujien huomiota halutaan suunnata ja mistä heidän halutaan vaikuttuvan? Yksi esimerkki tällaisesta on verkkokeskustelun sanavalinnat: se, millaisilla sanoilla viitataan kanssaan eri mieltä oleviin, tai esimerkiksi kommentoitavassa uutisessa esiintyviin henkilöihin, kertoo siitä, millaisia miellelyhtymiä ja tunteita he haluavat muissa herättää – tai hillitä. (Rantasila 2018, 34.)

Vahvistusta omalle asemalle auktoriteettina saatetaan hakea mediajulkaisujen käytöstä päivityksissä. Maaliskuun 12. päivänä 2022 julkaistun postauksen kuvituksessa on otteita Seiska-lehden jutusta, jossa esitellään Mariasta otettuja paparazzikuvia. Jutun otsikkona on ”Raskaana oleva Maria Nordin hämmensi hienostokadulla – paparazzikuvat”. Kuvituksen

kuvakaappauksissa on otsikkokuvan lisäksi myös Marian alleviivaamia kohtia itse jutusta. Nordin on halunnut korostaa lauseita ”Hän vaikutti todella onnelliselta, sillä hän hymyili ja hyräili itsekseen” sekä ”Jos hän elää niin kuin opettaa, niin hyvin näyttää metodit toimivan”. Jutussa kehuaan Marian olleen positiivinen ilmestys aamuruuhkassa. Kuvatekstiin Nordin on kirjoittanut:

Ehkä PARAS ikinä! ”Näyttää metodit toimivan” [sydän-emoji, rukoilevat kädet -emoji, tähti-emoji]

Valoa sydämestäni tähän viikonloppuun! (Nordin 2022)

Nordin nostaa usein esiin, kuinka hänen läsnäolonsa mediajulkaisuissa on tietynlaisella tunnelmalla varustettu. Edellä esitetty Seiska-lehden juttu eroaa muista Marian esittelemistä mediajulkaisuista positiivisen sävynsä vuoksi. Tämä on ikään kuin pieni voitto Marialle ja hänen maailmankatsomukselleen, mikä varmasti innoittaa myös samanmielisiä seuraajia reagoimaan julkaisuun tykkäyksin ja kommentein. Kyseinen postaus onkin kerännyt kolmanneksi eniten tykkäyksiä kaikista vuoden 2022 julkaisuista. Edelle menee ainoastaan ilmoitus raskaudesta sekä uutinen lapsen syntymästä.

Marianordin.freetoheal -Instagram-tilillä on onnistuttu luomaan erityisen tahmeita sisältöjä, jotka houkuttavat seuraajia niiden pariin aina uudelleen ja uudelleen. Tietynlainen ”me-henki” ja vastakkainasettelun voima korostuvat sisällöissä säännöllisesti. Mediaa pidetään vihollisena, joka pyrkii painamaan alas ”vääräuskoiset” ja antamaan tilaa vain tietynlaisille maailmankatsomuksille. Tämä näkyy muun muassa sanavalinnoissa maalittaminen, cancelointi ja persona non grata. Nordinin sisällöissä valtamedia edustaa institutionaalista auktoriteettia, joka toimii epäreilusti. Vernakulaari auktoriteetti saattaakin pyrkiä tietoisesti korostamaan omaa erillisyyttään instituutioista. Erillisyyttä esiintuovaa retoriikkaa voidaan toteuttaa esimerkiksi genren tai tyylin valinnalla. Tosiasiassa vernakulaarit auktoriteetit ovat kuitenkin hybridisiä, sillä viestiminen tapahtuu yleensä institutionaalisissa ympäristöissä. (Howard 2008, 498–499).

4.4 Rituaalit ja henkisyys

Maria Nordinin Instagram-sisällöissä näkyy toistuvasti erilaisia rituaaleja ja hengellisiä harjoituksia. Julkaisuista on löydettävissä tietynlaisia moderniin henkisyyteen kytkeytyviä piirteitä. Henkisyyden voidaan nähdä olevan vastakohta fyysiselle, materiaaliselle tai ruumiilliselle, ja useimmiten henkisyydellä viitataan materiaalsen ja ruumiillisen ylittäviin ajatuksiin, kokemuksiin ja pyrkimyksiin. (Mahlamäki & Opas 2022, 9.) Esimerkiksi vanhat uskomusperinteet näkyvät silloin tällöin marianordin.freetoheal -tilin julkaisujen kuvissa ja teksteissä. Hengellisiä kulttuureja, kuten shamanismia tuodaan toistuvasti esiin. Henkisyyteen liittyvät ajatukset ja erilaiset rituaalit olivat teemoina kolmessa tarkastelemassani julkaisussa, eli kokonaiskuvassa suosituimpien julkaisujen osalta määrä on suhteellisen vähäinen.

Rituaaleihin ja henkisyyteen liittyvien postausten kuvituksessa hyödynnettiin paljon omakuvia sekä kuvia perheestä, joten lopulta on hankala arvioida, onko rituaaleihin liittyvien postausten suosio itse rituaalisällöstä vai henkilökohtaisesta kuvasisällöstä riippuvainen. Lokakuun 21.päivänä 2022 julkaistussa postauksessa on kuvakaruselli, jonka ensimmäisessä kuvassa esiintyy Maria kolmen lapsensa kanssa. Kuvakarusellin toisessa ruudussa on video pyörää polkevasta kissasta tuulimittarina. Kolmannessa kuvassa on kuvakaappaus äänikirjasta nimeltä Aivojen ääretön tarina ja viimeisessä kuvassa on kuvakaappaus tekstistä, jossa on ohjeita livewiring-periaatteen toteuttamiseen. Kuvatekstiin on kirjoitettu seuraavasti:

Oi HYVÄNEN AIKA! Olen viimeisten viikkojen aikana todistanut ilmiötä, jota moni saattaa pitää joko mahdottomana tai yliluonnollisena. (Kerron tästä julkisesti tarkemmin ehkä vasta vuosien päästä, jos silloinkaan).

Itse en usko yliluonnolliseen. Uskon livewiring-periaatteeseen, josta muun muassa @davideagleman kertoo kirjassaan Aivojen ääretön tarina. (Todella hyvää lukemista kurssini tueksi!)

Tämä on omaa päätelmääni: Jos kehomme on kauttaaltaan mikrobien asuttama, ja mikrobeilla on mm. kyky aistia valoa ja värejä, magnetismia jne, voimme livewiring-periaatteen mukaan saada käyttöömmme mikrobiemme datan. Tämä tarkoittaa, että ihminen voi esimerkiksi oppia ”näkemään kehollaan”, jos hän oppii ottamaan vastaan mikrobien syötteen, datan. Tämä toki vaatii harjoittelua, mutta olen varma, että se on mahdollista.

Ah!!! Rakastan maailmaa! Se on täynnä ihmeitä. Ja aina kun luulen että nyt olen löytänyt rajan, saan lentää pylylleni ihastuksesta ja ihmetyksestä. Meissä TODELLAKIN ON ENEMMÄN VOIMAA JA VIISAUTTA KUN ITSEKÄÄN TIEDETTÄÄN. (Nordin 2022)

Nordin käyttää usein viestinnällisenä tehokeinona suurilla kirjaimilla kirjoitettuja sanoja ja lauseita. Suuret kirjaimet toimivat ikään kuin äänenpainona, jota ei kirjoitetussa tekstissä tavallisesti pysty havaitsemaan. Edellä esitetyssä kuvatekstissä affektiivista viestintää korostetaan myös lyhyillä huudahduksilla, kuten ”ah” ja ”oi”. Näillä pienillä sanoilla saadaan välitettyä kirjoittajan mielihyvän ja nautinnon tunteita.

Kesäkuun 14. päivänä 2022 julkaistu postaus käsittelee vapautumista ja shamaanien siunausta. Julkaisun tekstikenttään on kirjoitettu ”Otte vapaita. Kunnioitan jumaluutta minussa ja sinussa. [kyyhkyemoji, sydänemoji, emoji rukoilevista käsistä ja tähtiemoji]”. Kuvituksena on kuvakaappaus Nordinin omasta twiitistä, jossa on kolme emojiä (sydän, rukoilevat kädet ja tähtiä) sekä ote Shamaanien siunauksesta:

”Vapautan kumppanini
velvollisuudesta täydentää minua.
Vapautan vanhempani
siitä tunteesta, että he epäonnistuivat kanssani.
Vapautan lapseni
tarpeesta tuoda minulle ylpeyttä,
jotta he voivat kirjoittaa omat polkunsu,
sydämensä rytmiin.

Minulta ei puutu mitään.

Vaalin olemustani,
tapaani ilmaista sitä,
vaikka kaikki eivät voi ymmärtää minua.

Opin kaikilta olennoilta,
koko ajan.

Kunnioitan jumaluutta minussa ja sinussa.”
Shamaanien siunaus (Nordin 2022)

Shmaaniperinteeseen lukeutuva vapautusmeditaatio edustaa uushenkisyyden näkymistä Nordinin Instagram-tilillä. Tässä julkaisussa suosion salaisuus on selvästi kuvan tekstisisällössä, sillä mitään visuaalista tarttumapintaa ei ole. Shamaanien siunaus kuvastaa hyvin myös Nordinin omia näkemyksiä hyvinvoinnin suhteen. Yleisön suuren reagointimäärän perusteella voisi ajatella, että pelkojen ja paineiden vapauttamiseen liittyvä ajattelutapa herättää tunteita myös seuraajakunnassa.

Helmikuun 7. päivänä 2022 on julkaistu postaus 120 päivää -seremoniasta. Kuvituksena on kuvakaruselli, jonka ensimmäisessä kuvassa Maria makaa selällään lattialla. Hänen päälleen on aseteltu kukkia ja ympärillä on muita ihmisiä. Kuvakarusellin toisessa kuvassa on lähikuva, jossa on Marian kukilla koristeltu keskivartalo ja mahan päällä toisen ihmisen käsi. Kolmannessa kuvassa on kukkia Marian omalla kädellä, neljännessä kuvassa ympyrän muotoon tehty kukka-asetelma lattialla ja asetelman keskellä palava kynttilä. Viidennessä ja kuudennessa kuvassa on Maria sekä hänen ystäviään. Seitsemännessä kuvassa kaksi Marian ystävää ja viimeisessä kuvassa naurava Maria sekä lapsi. Kuvatekstiin on kirjoitettu:

Monissa kulttuuriperinteissä ajatellaan, että kun raskaus on kestänyt 120 päivää, lapsen sielu on integroitunut täydellisesti kehoon.

Muutammat ystävät järjesti mulle ja meidän perheelle 120 päivää -seremonian, jossa toivotettiin uusi vauva tervetulleeksi.

Oli niin ihanaa!

Kiitos.

[ystävän nimimerkki]

[ystävän nimimerkki]

Järkkäilyistä.

Oon aivan sanaton. Niin kaunis tapahtuma.

#120daysceremony #kundalini #120daycelebration #120dayceremony (Nordin 2022)

Nordin käyttää harvoin hashtageja, mutta tässä julkaisussa niitä on neljä. Näillä tägeillä on mahdollisesti saatu sisällölle enemmän näkyvyyttä tai haluttu ohjata seuraajia tutustumaan kyseiseen seremoniaan paremmin. Seremoniaan liittyvän julkaisun kuvituksessa näkyy vahvasti läheisyys, ystävyys ja kosketus. Kuvista välittyy ilo, onnellisuus ja hyvänolon tunteet.

Vernakulaarin auktoriteetin näkökulmasta henkisyteen liittyvän sisällön avulla saadaan luotua eroa institutionaalsiin toimijoihin. Nordin edustaa valtakulttuurin vastaista toimijaa, joka pyrkii tuomaan ihmisten tietoisuuteen vaihtoehtoisia näkemyksiä. Joistakin näkökulmista käsin henkisyteen liittyvät elementit voidaan nähdä olevan liitoksissa myös Nordinin Free to Heal -kurssiin, joten siinä mielessä henkisyteen linkittyvät sisällöt istuvat marianordin.freetoheal -tilille saumattomasti. Täydentävien ja vaihtoehtoisten hoitomuotojen laajaan kenttään viitataan tutkimuksessa lyhenteellä CAM, joka tulee englannin kielen sanoista *complementary and alternative medicine*. Tähän kategoriaan sisältyy moninaisia hoitokäytänteitä, kuten vyöhyketerapiaa, akupunktiota, kansanparannusta, hierontaa, joogaa, yrtilääkintää ja homeopatiaa. Termillä täydentävät hoidot (complementary medicine) viitataan sellaisiin hoitomuotoihin, joiden ajatellaan täydentävän valtavirran biolääketieteellisiä hoitomuotoja. (Hulkkonen & Opas 2022, 344.)

Henkisyys itsessään voi olla affektiivista, sillä se liittyy usein syviin henkilökohtaisiin kokemuksiin ja tunteisiin. Lisäksi henkisyteen liittyvät postaukset voivat synnyttää yhteenkuuluvuuden kokemuksia, mikäli niissä esiintyy omaa maailmankatsomusta mukailevia arvoja ja näkemyksiä. Hengelliset näkökulmat koskevat usein kysymyksiä elämän tarkoituksesta, ihmisyyden perimmäisestä luonteesta ja yhteydestä johonkin suurempaan. Ei ole ihme, että tällaisiin teemoihin liittyvät pohdinnat voivat herättää voimakkaita affektiivisia reaktioita. Jaetut arvot ja näkemykset yhdistävät samanhenkisiä ihmisiä ja vahvistavat yhteisöllisyyden kokemusta.

4.5 Vernakulaarin auktoriteetin affektiivinen dynamiikka

Affektiivinen dynamiikka tarkoittaa keinoja ja tapoja, jotka tuottavat affektiivista intensiteettiä. Tällaisia keinoja voivat olla sanavalinnat, sanojen painotukset, emojiit ja muut tunneilmaisusta viestivät seikat. Affektiivisen dynamiikan avulla voidaan suunnata lukijoiden huomio ja vaikuttaa heihin. Erilaisia viestinnän keinoja hyödyntämällä tavoitellaan

tietynlaisia mielle yhtymiä ja tunteita muissa. (Rantasila 2018, 34.) Affektiivisen dynamiikan voidaan siis ajatella olevan ikään kuin taktiikka, jota vernakulaari auktoriteetti voi hyödyntää pyrkiessään vaikuttamaan yleisöönsä.

Maria Nordinin suosituimmista julkaisuista on löydettävissä erilaisia keinoja, joista muodostuu marianordin.freetoheal -tilin affektiivinen dynamiikka. Voimakkaita tunnereaktioita saadaan luotua eri toimijoiden välisiä jännitteitä korostamalla, henkilökohtaisen elämän kokemuksia paljastamalla ja samaistuttavuuden tuntemuksia tuottamalla. Tunneilmaistua vahvistetaan kirjoittamalla yksittäisiä sanoja tai lauseita suurin kirjaimin. Emoji-merkeillä puolestaan vahvistetaan oman tunnetilan esittämistä. Visuaalisessa sisällössä korostuvat ilmeet, läheisyys ja kosketus affektiivista intensiteettiä luovina yksityiskohtina.

Vernakulaari ilmaisu on vernakulaarin auktoriteetin viestinnän salaisuus. Kun puhutellaan yleisöä heille tutulla tavalla, annetaan ymmärtää, että viestivä auktoriteetti on osa yhteisöä. Tällaista vernakulaarin rekisterin hallintaa hyödyntävät myös poliitikot ja muut institutionaaliset toimijat pyrkiessään vaikuttamaan mielipiteisiin. Vernakulaarin rekisterin onnistunut hallinta tuo uskottavuutta ja vernakulaaria auktoriteettia viestijälle hänen asemastaan riippumatta. (Koski & Turtiainen, 4.) Kun yhdistetään vernakulaari ilmaisutapa affektiivisesti voimakkaisiin sisältöihin, on lopputuloksena vaikuttavaa viestintää, joka sitouttaa yleisöä tiivistä.

Nordinin sisällöissä on havaittavissa vernakulaarien genrejen, kuten selfien, sekä muiden digitaalisten ilmaisutapojen taitavaa käyttöä eli vernakulaarin rekisterin hallintaa. Myös kirjoitustyylillä edustaa vernakulaaria tapaa, joka erottuu selvästi institutionaalisten toimijoiden viestinnästä. Vernakulaarin rekisterin onnistunut hallinta tarjoaa somevaikuttajalle väylän vastakulttuuriseen valtaanpääsyyn. Vernakulaarista rekisteristä on kuitenkin pidettävä kiinni, sillä liian kaupalliseksi muuttunut sisältö ei välttämättä miellytä seuraajia. Liian ilmeinen tai määrällisesti liian runsas tuotteiden markkinointiin keskittyminen etäännyttää somevaikuttajan omaehtoisuuden mielikuvasta. On tärkeää onnistua ylläpitämään vertaisuuden tunnetta, mikä on mahdollista, kun ilmaisutyyli on vernakulaarin rekisterin tasolla. (Koski & Turtiainen 2020, 98–101.)

Maria Nordin edustaa vaihtoehtoisen terveystieteen kannattajien johtohahmoa, joka taistelee institutionaalisia auktoriteetteja vastaan. Tai ainakin tällaista kuvaa marianordin.freetoheal -Instagram-tilillä pyritään luomaan vastakkainasettelua, mentorin asemaa ja populistista retoriikkaa hyödyntämällä. Populismi on retorik-performatiivinen ilmiö, jolle on tyypillistä ristiriidat ja vastakkainasettelut (Palonen ja Saresma 2017). Populismia voidaan nähdä rinnastuvan vernakulaariin rekisteriin, jolla puhutellaan vertaisia ja korostetaan omaa erillisyyttä instituutioista. Digitaalisessa ympäristössä vernakulaarin rekisterin, kuten esimerkiksi emoji-käyttö luo erillisyyttä institutionaaliin toimijoihin, jotka eivät välttämättä hallitse kyseistä rekisteriä. (Koski & Turtiainen 2020, 95.)

Voidaan todeta, että vernakulaarin auktoriteetin on pidettävä tiukasti kiinni hallitsemastaan vernakulaarista rekisteristä. Sosiaalisen median vaikuttajana toimivan vernakulaarin auktoriteetin on säilytettävä uskottavuus yhteisönsä edessä tai muuten asema auktoriteettina saattaa horjua. Seuraajat eivät epäröi hylätä vernakulaaria auktoriteettia, mikäli toiminta tai ilmaisutavat eivät enää miellytä. (Koski & Turtiainen, 98.) Vaikka tutkimukseni keskittyi marianordin.freetoheal -tilin suosituimpiin julkaisuihin, havaitsin heikoiten menestyneimpiä postauksia tarkastellessani, että ne olivat lähes yksinomaan sellaisia julkaisuja, joissa keskityttiin pelkkiin tarjouksiin tai uusien palveluiden lanseeraukseen ilman henkilökohtaista, affektiivista otetta. Sosiaalisen median vaikuttajan kaupalliset sisällöt eivät siis menesty, mikäli ne eivät riittävästi eroa tyypillisistä mainoksista. Onnistunut somejulkaisu pitää sisällään jotakin erityistä, johon katsoja voi helposti tarttua ja hyvin usein tällainen tarttumapinta saavutetaan affektiivisesti voimakkailla sanoilla tai kuvasisällöillä.

Sosiaalisen median mukanaan tuomien uusien tekniikoiden tarjoamat välittömät viestintämuodot antavat käyttäjille mahdollisuuden ladata ja levittää julkaisuja, sekä vastata postauksiin julkisesti reaaliajassa ennennäkemättömällä nopeudella ja ennennäkemättömässä mittakaavassa. Tunteet ja valta näkyvät nykyajan mediaskandaaleissa monesti juuri sosiaalisen median kautta. Sosiaalisella medially on voimakasta vaikutusta, joka "populaariretoriikan" mukaan muokkaa hierarkioita, muuttaa sosiaalista jakautumista, luo mahdollisuuksia sekä muokkaa sosiaalisia suhteita. Jos nämä väitteet ilmenevät käytännössä, sosiaalisen median käyttäjien tulkintavoima vaikeuttaa huomattavasti valta-asemassa olevien kykyä hallita julkisuuttaan ja ylläpitää auktoriteettiaan. (Baker & Rowe 2013.)

Instagram mahdollistaa intiimien ja henkilökohtaisten asioiden julki tuomiseen luontevalla tavalla. Intiimiydellä tarkoitetaan lähimpiin ihmissuhteisiin sekä tärkeisiin, itseä koskeviin kokemuksiin liittyviä aiheita. Voikin olla paradoksaalista yrittää tasapainotella julkisen tilan (Instagram) ja henkilökohtaisen tilan välillä. (Vainikka ym. 2017, 109.)

Marianordin.freetoheal -tilillä henkilökohtaista elämää ei pyritä piilottelemaan, vaan siitä ammennetaan affektiivisia elementtejä sisällöntuotantoon. Henkilökohtainen ote on läsnä lähes kaikissa julkaisuissa ja mitä intiimimpiä kokemuksia jaetaan, sen vaikuttavampaa sisältö on reagoitien valossa.

5 Johtopäätökset

Pro gradu -tutkielmassa olen tarkastellut, kuinka affektiivisuus ilmenee Maria Nordinin Instagram-tilin sisällöissä ja kuinka affektiivisuus vaikuttaa asemaan vernakulaarina auktoriteettina. Olen toteuttanut tutkimuksen käyttämällä aineistona Maria Nordinin vuoden 2022 suosituimpia julkaisuja. Suosion mittarina käytettiin tykkäys- ja kommenttimääriä. Tarkasteluun valikoitui yhteensä 60 julkaisua, joista oli löydettävissä neljä sisällöllistä teemaa. Kutakin sisällöllistä teemaa toteutettiin hieman erilaisella affektiivisellä otteella. Henkilökohtaiseen elämään, perheeseen ja parisuhteeseen liittyvissä julkaisuissa oli usein tunnetilana ilo, onni ja kiitollisuus, kun taas terveyteen ja mediaan kytkeytyvät julkaisut olivat tunnelmaltaan hyvin erilaisia. Terveyttä ja hyvinvointia käsittelevissä julkaisuissa luotiin tietoisesti eroa insitutionaalisen auktoriteetin sekä lääketieteen edustamiin näkemyksiin, ja aihetta koskevat postaukset olivat hyvin voimakkaalla tunneintensiteetillä varustettuja. Vastakkainasettelua luotiin myös mediaa koskevissa sisällöissä ja näistä julkaisuista välittyi ennen kaikkea pettymyksen tunteet.

Toteuttamani tutkimuksen valossa voidaan todeta, että yksi tärkeimmistä tekijöistä vernakulaarin auktoriteetin affektiivisessä ilmaisussa sosiaalisessa mediassa on oman henkilökohtaisen elämän mukaan tuominen. Omakohtaiset kokemukset, yksityiselämän avaaminen ja läheisten ihmissuhteiden esitleminen aiheuttivat järjestäen paljon reagoiteja ja sitouttivat yleisöä. Lisäksi erillisyyden kokemuksilla ja ulkopuolisuuden tunteiden alleviivaamisella saatiin herätettyä reaktioita seuraajissa. Monet affektiivisistä piirteistä linkittyivät vernakulaarin auktoriteetin tunnusmerkkeihin ja näin ollen voidaankin ajatella näillä kahdella olevan vahva yhteys.

Jotta vernakulaari auktoriteetti voi menestyä näkyvyyteen liittyvien tavoitteidensa saavuttamisessa sosiaalisen median alustoilla, on yksi tärkeimmistä työkaluista affektiivisen viestinnän taitaminen ja tunteiden välittäminen. Affektiivisuus kuuluu jokaisen päivittäiseen kielenkäyttöön, mutta sosiaalisen median julkaisuissa se korostuu entistäkin enemmän. Tutkimukseni antaa suuntaviivoja sille, kuinka affektiivisuutta voidaan sosiaalisen median sisällöissä tarkastella. Lisäksi vernakulaarin auktoriteetin ja affektiivisuuden välinen yhteyden ilmentäminen on yksi tutkimukseni keskisimmistä huomioista.

Yksittäisten sisällöllisten piirteiden lisäksi yleisön reagointi-innokkuuteen ja sitoutumiseen voivat vaikuttaa muutkin seikat, joita ei tässä tutkimuksessa huomioitu. Julkaisun keräämään näkyvyyteen saattaa vaikuttaa esimerkiksi julkaisuajankohta. Lisäksi Instagramissa on mahdollista ostaa julkaisuille näkyvyyttä, jolloin ne näkyvät laajemmin oman seuraajakunnan ulkopuolisille käyttäjille. Näitä seikkoja ei tässä tutkimuksessa huomioitu, mutta niiden olemassaolo ja mahdollinen vaikutus on kuitenkin syytä tiedostaa.

Tutkimus avaa mahdollisuuksia jatkotutkimuksille. Esimerkiksi vertaileva tutkimus heikoiten menestyneimpien ja suosituimpien julkaisujen affektiivisten piirteiden välillä olisi kiinnostavaa. Myös kommenttisisältöjen lähempi tarkastelu voisi antaa uudenlaisia näkökulmia aiheeseen. Affektiivisuutta olisi tärkeä tutkia myös sosiaalisen median vaikuttajien itsensä kautta, eikä pelkästään kirjoitetun tai visuaalisen aineiston välityksellä. Jatkotutkimuksessa voisi havainnoida sisältöjen tuottajien motiiveja päivityksille esimerkiksi haastattelututkimuksen avulla. Mielestäni olisi myös tarpeellista toteuttaa laajempia lisätutkimuksia siitä, miten juuri affektiivisuus näyttäytyy vernakulaarin auktoriteetin voimavarana ja työkaluna.

Lähteet

Tutkimusaineisto

Nordin, Maria 2023. *Maria Nordinin Instagram-tili*. 1.1.2022-31.12.2022. Saatavilla: <https://www.instagram.com/marianordin.freetoheal/>. Viitattu 1.10.2023.

Free to heal 2023. Saatavissa: <https://www.freetoheal.org/maria-nordin>. Viitattu 10.10.2023.

Kirjallisuus

Ahmed, Sara 2010: *Creating Disturbance. Feminism, happiness and affective differences*. Teoksessa Liljeström, Marianne & Paasonen, Susanna (toim.) (2010) *Working with Affect in Feminist Readings. Disturbing differences*. London: Routledge, 31–44.

Ahmed, Sara 2018: *Tunteiden kulttuuripolitiikka*. Eurooppalaisen filosofian seura ry, Tampere.

Baker, Stephanie Alice & Rowe, David 2013: The power of popular publicity: new social media and the affective dynamics of the sport racism scandal. *Journal of Political Power* (6), 441-460.

Blom, Johannes 2021: Hallinto-oikeus kumosi Tukesin ennakoivan kieltopäätöksen Maria Nordinin verkkokurssista – nykylainsäädäntö ei mahdollista kiellon antamista ennakkoon. *Yle* 26.7.2021. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-12034494>. Viitattu 5.10.2023.

Bucher, Taina & Helmond, Anne: 2017: The affordances of social media platforms. Teoksessa Jean Burges, Alice Marwik & Thomas Poel (toim.) *The SAGE Handbook of Social Media*. London: Sage

Clark, Melissa & Black, Hulda & Judson, Kimberly 2017: Brand community integration and satisfaction with social media sites: a comparative study. *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 11 (1), 39–55. Saatavilla:

https://www.researchgate.net/publication/314873919_Brand_community_integration_and_satisfaction_with_social_media_sites_a_comparative_study.

Darren, Ellis 2018: Social Media, Emoticons and Process by Darren Ellis. Teoksessa Tony D Sampson, Stephen Maddison & Darren Ellis (toim.) *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion*. New York: Rowman & Littlefield International.

Dolan, Rebecca & Conduit, Jodie & Fahy, John & Goodman, Steve 2017: Social media: communication strategies, engagement and future research directions. *International Journal of Wine Business Research*, Vol. 29 (1), 2–19. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/316095671_Social_media_communication_strategies_engagement_and_future_research_directions.

Dolan, Rebecca & Conduit, Jodie & Frethey-Bentham, Catherine & Fahy, John 2019: Social media engagement behavior: A framework for engaging customers through social media content. *European Journal of Marketing*, Vol. 53 (10), 2213–2243. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/331318031_Social_Media_Engagement_Behavior_A_Framework_for_Engaging_Customers_through_Social_Media_Content.

Eudaimonia 2017: *How Instagram Started*. Medium. Saatavilla: <https://medium.com/@obtaineudaimonia/how-instagram-started-8b907b98a767>. Viitattu 14.9.2023.

Hakala, Salli & Vesa, Juho 2013: Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Teoksessa: Laaksonen, Salla-Maaria & Matikainen Janne & Tikka Minttu (toim.) *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Vastapaino, Tampere.

Howard, Robert Glenn 2008: The Vernacular Web of Participatory Media. *Critical Studies in Media Communication* 25(5): 490–513.

Howard, Robert Glenn 2013: Vernacular Authority: Critically Engaging ‘Tradition’. Teoksessa Blank Trevor & Howard Robert Glenn (toim.) *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present*, 72–99. Utah State University Press, Logan.

Howard, Robert Glenn 2019: Vernacular Authority Speaks for the Glock: Heterogeneous Volition in an Institutional Proverb. Teoksessa Hakamies Pekka & Heimo Anne (toim.) *Folkloristics in the Digital Age*, 73-91. Academia Scientiarum Fennica, Helsinki.

Hynnä, Kaisu & Lehto, Mari 2018: Affektiivinen some. #Lupänäkyä – kehopositiiviset selfien affektiivisena käytäntönä. *Lähikuva* 31(3), 65-72.

Jokinen, Salla 2022: *Maria Nordin vernakulaarina auktoriteettina*. Kandidaatin tutkielma. Turun yliopisto.

Knuuti, Juhani 2020: *Kauppatavarana terveys: selviydy terveysväitteiden viidakossa*. Minerva, Helsinki.

Koski, Kaarina & Turtiainen, Riikka 2020: Vernakulaari verkossa. Vertaisuuden ilmaisemisen digitaaliset ulottuvuudet. *Elore* 27(1), 85-102. Saatavilla: <https://journal.fi/elore/issue/view/6553/>.

Koski, Kaarina & Hovi, Tuomas 2023: *Kansanperinne 2.0*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Koski, Kaarina 2023: Johdatus 2000-luvun omaehtoisen kulttuurin tarkasteluun. Teoksessa Kaarina Koski & Tuomas Hovi (toim.) *Kansanperinne 2.0*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Koskinen, Kaisa 2014. Tunteella ja tuttavallisesti. Margot Wallströmin blogi osana Euroopan komission viestintää. – Kieli verkossa. Marja-Liisa Helasvuo, Marjut Johansson ja Sanna-Kaisa Tanskanen (toim.) *Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Kosonen, Miia & Laaksonen, Salla-Maaria & Rydenfelt, Henrik & Terkamo-Moisio, Anja 2018: Sosiaalinen media ja tutkijan etiikka. *Media & Viestintä*, Vol.41(1), 117-124. Saatavilla: <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/69924>.

Laaksonen, Salla-Maaria & Matikainen, Janne & Tikka, Minttu 2013: *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Vastapaino, Tampere.

Laaksonen, Salla-Maaria & Pöyry, Essi 2018: Pahastumista vai politiikkaa: sosiaalisen median kohut affektiivisessä keskustelukulttuurissa. *Wider Screen* 21. Saatavilla: <http://widerscreen.fi/numerot/2018-3/pahastumista-vai-politiikkaa-sosiaalisen-median-kohutaffektiivisessa-keskustelukulttuurissa/>.

Mahlamäki, Tiina & Opas, Minna 2022: *Uushenkisyys*. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki.

Matikainen, Janne 2009: *Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009*. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto.

Mäkelä, Maria 2020: Viraali eksemplum eli opettavainen kokemuskertomus. Teoksessa: Mäkelä Maria & Björninen Samuli & Hämäläinen Ville & Karttunen Laura & Nurminen Matias & Raipola Juha & Rantanen Tytti (toim.) *Kertomuksen vaarat. Kriittisiä ääniä tarinataloudessa*, 41-65. Vastapaino, Tampere.

Männikkö, Niko 2021: Sosiaalinen media itsensä ilmaisun, sosiaalisen pääoman ja hyvinvointivaikutusten välittäjänä. *Janus* 29(4), 398-404. Saatavilla: <https://journal.fi/janus/article/view/110631>.

Norris, Pippa 2021: Cancel culture: Myth or reality? *Political Studies. Sage Journals* 71:1. Saatavilla: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00323217211037023>.

Paasonen, Susanna 2013: Ihmisiä, kuvia, tekstejä ja teknologioita. Teoksessa: Laaksonen, Salla-Maaria & Matikainen Janne & Tikka Minttu (toim.) *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Vastapaino, Tampere.

Paasonen, Susanna 2014: Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit. *Media & Viestintä* 37:4. Saatavilla: <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/62836>.

Paasonen, Susanna & Hillis Ken & Michael Petit 2015: Introduction: Networks of Transmission: Intensity, Sensation, Value. Teoksessa Ken Hillis, Susanna Paasonen & Michael Petit (toim.) *Networked Affect*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Paasonen, Susanna 2017: Affekti suhteina ja intensiteettinä. *Tieteessä tapahtuu* 35(2), 42-43. Saatavilla: <https://journal.fi/tt/article/view/62067/23612>.

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

Papacharissi, Zizi 2015: *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

Povrazanovic Frykman, Maja 2020. Aistimuistot ja affektiivinen jatkuvuus humanitaarisen avun esineissä. Teoksessa: Rinne Jenni & Kajander Anna & Haanpää Riina (toim.) *Affektit ja tunteet kulttuurien tutkimuksessa*, 31-66. Ethnos, Helsinki.

Raipola, Juha 2020: Kertomus päivässä pitää lääkärin loitolla. Teoksessa: Mäkelä Maria & Björninen Samuli & Hämäläinen Ville & Karttunen Laura & Nurminen Matias & Raipola Juha & Rantanen Tytti (toim.) *Kertomuksen vaarat. Kriittisiä ääniä tarinataloudessa*, 255-270. Vastapaino, Tampere.

Rantasila, Anna 2018: Tahmaiset affektit. *Lähikuva – audiovisuaalisen kulttuurin tieteellinen julkaisu*, vol. 3:3, 30-45.

Rinne, Jenni & Kajander Anna & Haanpää Riina 2020: *Affektit ja tunteet kulttuurien tutkimuksessa*. Ethnos, Helsinki.

Saresma, Tuija 2020: Vihan sfäärit: valkoisten heteromiesten affektiivinen mobilisaatio sosiaalisessa mediassa. Teoksessa: Rinne Jenni & Kajander Anna & Haanpää Riina (toim.) *Affektit ja tunteet kulttuurien tutkimuksessa*, 196-243. Ethnos, Helsinki.

Sipinen, Hanna & Tuominen, Anni 2020: Maria Nordin ei vienyt kyyn puremaa kissaansa eläinlääkäriin – Eläinlääkäri: ”voi olla eläinsuojeluasia, jos ihmiset eivät hoida lemmikkiään”.

Iltalehti. Saatavilla: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/95542b1d-b078-4bcf-a4e6-287084841038>.

Statista 2023: *Social media usage in Finland*. Saatavilla: <https://www.statista.com/study/37855/social-media-usage-in-finland-statista-dossier/>.

STT 2023: *RAPORTTI: Tiedonhaku siirtyy sosiaaliseen mediaan – ja yhdeksän muuta somemarkkinoinnin trendiä vuodelle 2023*. Saatavilla: <https://www.sttinfo.fi/tiedote/69961996/raportti-tiedonhaku-siirtyy-sosiaaliseen-mediaan-ja-yhdeksan-muuta-somemarkkinoinnin-trendia-vuodelle-2023?publisherId=40622438>.

Terkamo-Moisio, Anja & Halkoaho, Arja & Pietilä, Anna–Maija 2016: Sosiaalinen media tieteellisessä tutkimuksessa - tutkimuseettisiä näkökulmia. *Sosiaalilääketieteellinen aikakauslehti*, 53: 2, 141-143. Saatavilla: <https://journal.fi/sla/article/view/56923>.

Tieteen termipankki 2023: *Kielitiede: affektisuus*. Saatavilla: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kielitiede:affektisuus>. Viitattu 12.12.2023.

Turban, Efraim & Strauss, Judy & Lai, Linda 2016: *Social commerce: marketing, technology and management*. Springer International Publishing.

Tucker, Ian 2018: Digitally Mediated Emotion: Simondon, Affectivity and Individuation. Teoksessa Tony D Sampson, Stephen Maddison & Darren Ellis (toim.) *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion*. New York: Rowman & Littlefield International.

Turtiainen, Riikka 2017: Mentorina terveelliselle elämäntyylille: Asiantuntijuuden rakentuminen suomalaisten naisten fitnessblogeissa. *Liikunta ja Tiede* 54(1): 58–67. Saatavilla: https://www.lts.fi/media/lts_vertaisarvioidut_tutkimusartikkelit/2017/lt-117_tutkimusartikkelit_turtiainen_lowres.pdf.

Vainikka, Eliisa, Elina Noppari ja Janne Seppänen. 2017. “Exploring Tactics of Public Intimacy on Instagram.” *Participations, Journal of Audience & Reception Studies* 14(1): 108–128. Saatavilla: <https://www.participations.org/14-01-07-vainikka.pdf>.

Vainikka, Eliisa 2019: Naisvihan tunneyhteisö: Anonyymisti esitettyä verkkovihaa Ylilaudan ihmissuhdekeskusteluissa. *Media & Viestintä* 42:1.

Van Dijck, José & Poell, Thomas 2013: "Understanding social media logic." *Media and Communication*, 1(1): 2–14. Saatavilla:

https://www.researchgate.net/publication/263566996_Understanding_Social_Media_Logic.

Voorveld, Hilde & van Noort, Guda & Muntinga, Daniel & Bronner, Fred 2018: Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising*, Vol. 47 (1), 38–54.

Välske, Silja 2022: Reino Nordin ei esiinny Roosa nauha Tanssii tähtien kanssa lähetyksessä – ”Voi aina tulla viime hetken muutoksia”. *MTV* 27.10.2022. Saatavilla:

<https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/reino-nordin-ei-esiinny-roosa-nauha-tanssii-tahtien-kanssa-lahetyksessa-voi-aina-tulla-viime-hetken-muutoksia/8557360#gs.4cmntv>. Viitattu 12.12.2023.