

Sosiaalinen media neulojan inspiraation lähteenä

Instagram inspiroi käyttäjiään neulomaan

Käsityökasvatus

pro gradu -tutkielma

Laatijat:

Maiju Honkaheimo

Nenna Koivunen

Ohjaaja:

Dosentti Jaana Lepistö

31.3.2022

Rauma

Pro gradu -tutkielma

Oppiaine: Käsityökasvatus

Tekijät: Maiju Honkaheimo ja Nenna Koivunen

Otsikko: Sosiaalinen media neulojan inspiraation lähteenä – Inspiroiko Instagram käyttäjiä neulomaan

Ohjaaja: Dosentti Jaana Lepistö

Sivumäärä: 43 sivua, 6 liitteet

Päivämäärä: 31.3.2022

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää onko Instagramissa tehdyillä julkaisuilla tai vaikuttajilla yhteyttä neuletyön aloittamiseen ja mikäli yhteys löytyy, niin millainen yhteys on. Tutkimuksen avulla haettiin vastausta sille, miten neulojat käyttävät Instagramia hyödyksi omissa neulontaprosesseissaan. Tämän tutkimuksen pääkäsitteet ovat käsityö, neulominen, neuloja, sosiaalinen media ja Instagram. Tutkimuksessa taustateoriassa käsitellään myös virtuaaliyhteisön ja vaikuttajan käsitettä sekä sosiaalisen median hyödyntämistä neuletyössä. Nämä auttavat ymmärtämään sosiaalisen median kenttää laajemmin. Tutkimuksen aihe on mielenkiintoinen, koska aiempaa tutkimusta Instagramin inspiroimisesta käsitöiden tekemiseen ei ole. Mediassa on viime aikoina ollut esillä neulomisaiheisia artikkeleita, tämän vuoksi aihe on hyvin ajankohtainen. Inspiraatiota haetaan paljon sosiaalisesta mediasta.

Tutkimuksen kohdejoukko koostuu Instagramia käyttävistä, neulomista harrastavista henkilöistä. Vastaaajat vastasivat kyselyyn Instagramissa jaetun kyselylinkin kautta. Kyselylinkkiä mainosti ja jakoi kaksi neulomisvaikuttajaa Instagram-tileillään. Suurin osa kysymyksistä oli avoimia kysymyksiä, tällöin vastaajat pääsivät kertomaan omin sanoin kokemuksiaan. Lisäksi kyselylomake sisälsi kysymyksiä, joihin voi vastata kyllä tai ei. Tutkimus on luonteeltaan laadullinen ja se analysoitiin luokittelevan sisältöanalyysin avulla. Tutkimukseen osallistui 146 henkilöä.

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että Instagramiin lisätyt neulonta aiheiset kuvat ja sisältö sekä vaikuttajat inspiroivat käyttäjiä neulomaan. Vastaaajat etsivät neulesisältöisiä tilejä Instagramista ja saavat sen myötä inspiraatiota omiin töihinsä. Neulojat käyttävät Instagramia hyödykseen neulontaprosessissa monella eri tapaa. Vastauksissa toistui seuraava asia: Instagram inspiroi, yhteisöllisyys, neuleystävät, hashtagien käyttö, ylpeys ja tyytyväisyys ja tekniikat, ideat, kauniit kuvat sekä uudet ohjeet. Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että vastaajat saivat inspiraatiota muiden lisäämistä kuvista muun muassa omiin tuleviin töihin, lankavalintoihin kuin ohjeiden ja ideoiden hakemiseen. Vastaaajat olivat ylpeitä omista töistään, joista he lisäsivät kuvia Instagramiin muiden ihasteltavaksi. Hashtagien avulla vastaajat löysivät uusia seurattavia, merkitsivät tietoja omiin kuviin, jotta muut löytäisivät niitä paremmin ja jakoivat inspiraatiota muille. Tämä tutkimus on merkityksellinen, koska se antaa vahvistusta ajatukselle, että esimerkiksi neuleaiheinen sisältö Instagramissa saa käyttäjät inspiroitumaan neulomisesta.

Tutkimuksemme vastausmäärä lyhyessä ajassa osoitti, että aihe on ajankohtainen ja kiinnostaa monia. Mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe voisi olla lähestyä aihetta Facebookin neulomisryhmän kautta. Kyselyä voisi jakaa siellä olevissa neulomisryhmissä ja siihen pyydettäisiin vastaamaan henkilöitä, jotka käyttävät Instagramia hyödyksi neulomisessa. Näin olisi mahdollista saada vastauksia vielä laajemmin kuin kahden Instagram-vaikuttajan seuraajista.

Avainsanat: käsityö, neulominen, neuloja, sosiaalinen media, virtuaaliyhteisö, Instagram.

Sisällys

1	JOHDANTO	5
2	KÄSITYÖ	7
2.1	Käsitöiden tekeminen	7
2.2	Käsityö harrastuksena.....	8
2.3	Käsitöiden tekemisen positiiviset vaikutukset.....	9
3	NEULOMINEN	12
3.1	Neulomisen käsite.....	12
3.2	Neulomisen merkitys tekijälle	13
4	SOSIAALINEN MEDIA	15
4.1	Sosiaalisen median käsite	15
4.2	Sosiaalisen median vaikuttajat.....	16
4.3	Sosiaalisen median hyödyntäminen neuletöissä.....	17
4.4	Virtuaaliyhteisö	19
4.5	Instagram.....	20
5	TUTKIMUKSEN TEHTÄVÄ JA VIITEKEHYS	22
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	24
6.1	Laadullinen tutkimus	24
6.2	Aineiston hankinta	25
6.3	Analysointi.....	28
6.4	Tutkimusetiikka	30
7	TUTKIMUSTULOKSET	32
7.1	Neuletöiden pariin johtavia tekijöitä	32
7.2	Neuletöiden jakamiseen johtavia tekijöitä.....	32
7.3	Inspiroituminen Instagramin perusteella.....	34
7.4	Neulontatilien seuraamiseen johdattavia tekijöitä.....	34
7.5	Tilanteet ja tarkoitus selata käsityötilejä Instagramissa.....	36
7.6	Hashtagien hyödyntäminen Instagramissa	37

7.7	Tutkimustulosten yhteenveto.....	38
8	USKOTTAVUUS JA LUOTETTAVUUS	41
9	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	44
10	POHDINTA.....	46
	Lähteet.....	48
	Liitteet.....	55
	Liite 1. Saatekirje	55
	Liite 2. Kyselylomakkeen kysymykset.....	56
	Liite 3. Esimerkki analyysirungosta	57

1 JOHDANTO

Neulominen vie mukanaan, antaa käsille tekemistä ja tuo hyvää mieltä – “Neuloosi on hyvin kuvaava sana.” Näin on otsikoitu Moreenimedian artikkeli, jossa kerrotaan siitä, miten neuloosi aiheuttaa jopa pakonomaista neulomisen tarvetta. Sen iskiessä puikkoihin on tartuttava paikasta ja ajasta riippumatta. Sosiaalisen median kautta neuloosi jatkaa leviämistään, mutta sen vaikutukset ovat onneksi vain positiivisia. (Moreenimedia, Sillgren 2022.) Uudet harrastajat ovat löytäneet neulomisen tuoman ilon ja sosiaalisessa mediassa jaetaan paljon kuvia omista onnistumisista (Niskasaari 2020).

Ylen uutisissa (2017) Sinikka Pöllänen kertoo, että voidaan puhua käsityön uudesta tulemisesta. Inspiraatiota ja vinkkejä etsitään sosiaalisen median avulla. Sinne lisätyt kuvat käsitöistä eivät aina ole edes kuvia valmiista töistä. Positiivinen kannustus ryhmissä nostaa itsetuntoa ja sitä kautta huomataan, että pelkästään tieto siitä, että myös minulla on mahdollisuus tehdä käsitöitä voimaannuttaa, nostaa itsetuntoa ja auttaa jaksamaan paremmin. (YLE, Selin, 2017.) Vanhojen ja perinteisten tapojen, esimerkiksi lehtien rinnalle on tullut sosiaalinen media, jota selailemalla ihmiset hakevat muun muassa inspiraatiota, apua ja uusia ideoita omiin neulontatöihin. Sosiaalisissa medioissa käyttäjät esittelevät tekemiään käsitöitä kuvien ja stoorien muodossa.

Anna Kouhia (2016b) tutkii väitöskirjassaan käsitöiden harrastamisen merkitystä osana ihmisten vapaa-aikaa. Sosiaalinen media saa aikaan innostumista monista asioista. Käsityöt ja neulominen ovat esimerkki niistä. Kouhia (2015) on tutkinut yhteisöllisyyden kokemuksen rakentumista käsityön harrastajaryhmässä. (Kouhia 2016b, 2015.)

Aiheesta kirjoitetaan sekä mediassa että sosiaalisessa mediassa, joten se on laajan kiinnostuksen kohteena ja näin ollen se on myös aiheena ajankohtainen. Sosiaalisen median ja käsitöiden tekemisen yhteyksiä on tutkittu aiemmin, mutta tutkimustietoa Instagramin ja neulomisen yhteydestä ei löydy. Tämän tutkimuksen avulla pyritään saamaan tietoa siitä, inspiroituvatko Instagramin käyttäjät neulomisesta hyödyntämällä Instagramia. Mikäli käyttäjät inspiroituvat, niin millainen yhteys niiden välillä on sekä miten neulojat käyttävät Instagramia apuna neulomisprosessissaan.

Taito Pirkanmaa ry:n toiminnanjohtaja Virve Pajunen (2016) kertoo maaseudun tulevaisuudessa: "Somesta on tullut käsityöharrastajien välitön palautekanava. Harrastajat

parveilevat mitä moninaisimmissa ryhmissä ladaten kuvia töistään, arvioiden muiden töitä, keräten ideoita ja jakaen kokemuksia. Meininki on todella kannustavaa ja inspiroivaa. Kukapa ei nauttisi saadessaan ihailua ja kehuja?" (Maaseudun tulevaisuus 2016.)

Tutkimuksen aihe sai alkuunsa tutkijoiden omasta mielenkiinnosta neulomista ja sosiaalista mediaa kohtaan. Neulomme molemmat paljon ja saamme inspiraatiota sekä uusia ideoita sosiaalisen median kautta. Halusimme lähteä tutkimaan aihetta tarkemmin, jakavatko muut saman ajatuksen Instagramin inspiroivuudesta.

Tutkimusaineisto koostuu kyselyyn vastanneiden neulovien Instagramin käyttäjien (n=146) vastauksista. Tutkimuksen aineisto kerättiin sähköisen Webropol-kyselylomakkeen avulla. Kyselylomakkeen linkkiä jakoi kaksi Instagram-vaikuttajaa omilla Instagram-tileillään.

2 KÄSITYÖ

2.1 Käsitöiden tekeminen

Käsityö on innovatiivista sekä luovaa toimintaa ja vaatii käsitöidentekijältä panostusta. Se voi tuottaa tekijälleen tyydytystä siinä mielessä, että käsitöiden avulla tekijä voi ilmaista itseään. Käsityö voi olla vapaa-ajan toimintaa ilman mitään tietoisia määrällisiä tavoitteita. Käsityön luovassa prosessissa yhdistyy ongelmanratkaisutaidot, esteettiset valmiudet sekä taiteellinen työskentely. (Vähälä 2003, 12.) Vapaa-aika ja vapaa-ajan toiminta on saanut yhä enemmän huomiota ja käsitöiden tekemistä pidetään hyödyllisenä ajanvietteenä, sekä se on hyvin organisoitua toimintaa (Pöllänen 2013, 278).

Alkujaan käsitöiden tekeminen perheessä oli yksilöllinen tai yhteisöllinen prosessi (Kaukinen 2004, 18–19). Käsillä tekemistä ja siihen vaadittavaa taitoa kutsutaan kädentaidoiksi.

Kädentaidot ovat osa laajempaa merkitysten kenttää, eivät tarkoita vain teknistä toteutusta. Käsityötaitoja opetetaan niin kotona kuin koulussa. (Heikkinen 2004, 73,79.) Käsitöiden tekeminen tarjoaa yhteyden sukupolvien välillä tekemiseen sekä ystävyyssuhteisiin käsitöiden parissa (Pöllänen 2013, 275).

Perinteet ja käsityöt kietoutuvat toisiinsa (Pöllänen 2013, 283). Kojonkoski-Rännäli (2014) tuo esiin ajatuksen siitä, tarvitseeko nykyihmiset vielä käsityötaitoa tai mitä tietoyhteiskunta hyötyy käsityötaitoisista ihmisistä. Kulttuuriperinteen vaaliminen on tärkeää, jotta myös tulevat sukupolvet oppivat perinnekäsitöiden tekemisen ja näin ollen käsin tekeminen säilyy. (Kojonkoski-Rännäli 2014, 1.) Käsitöiden oppimisen ja opettamisen voidaan ajatella olevan kulttuurin välittämistä sukupolvien yli (Pöllänen 2013, 283).

Käsityö mielletään hyvin konkreettiseksi ja käytännönläheiseksi tekemiseksi. Kaikki kokevat tekemisen kokemisen eri tavalla. Esimerkiksi se miten minä koen tällä hetkellä omassa maailmassani tekemisen kokemisen saattaa erota paljonkin sinun tekemisesi kokemisesta. (Kojonkoski-Rännäli 2014, 3–4.) Käsityö on kokemusta, harjaantumista, taitoa sekä oppimista vaativaa tekemistä (Vähälä 2003, 70). Suomessa käsityö on yksi suosituimmista harrastuksista ja niiden tekemiseen on useita erilaisia tarpeita ja syitä, joista keskeisimpänä nähdään hyvinvointiin liittyvät merkitykset. Mikä käsitöissä sitten vetoaa nykypäivänä? Sanotaan, että siinä on kysymys ihmisen oman olemisen toteuttamisesta käsitöiden avulla. Tekemisen rinnalla käsityöstä puhutaan psyykkistä hyvinvointia tuottavana rentoutumisena, terapiana ja voimaannuttavana flow-kokemuksena. Käsitöiden tekeminen on jokaisen oma kokemus siinä hetkessä. (Pöllänen 2017, 73.)

Käsitöitä tehdessään ihminen saattaa päästä flow-tilaan. Kun puhutaan flow-kokemuksesta, tarkoitetaan tilaa, jossa ihminen tempautuu mukaan toimintaan. Siinä saattaa kadota ajan kuluminen, kun tekeminen ja keskittyminen lumoavat. (Vähälä 2003, 54.) Käsitöiden tekeminen ei ole vai rakkautta tekijän ja materiaalin välillä vaan se ruokkii myös työn arvokkuuden tunnetta (Hagedorn & Springgay 2013, 22). Blackin artikkelissa todetaan, että käsitöitä arvostetaan muun muassa aitouden ja herkkyyden vuoksi. Käsiyöstä saadut parempi mieliala, saavutuksen tunne ja lisääntynyt iteluottamus taitojen lisääntyessä ovat lisäksi syitä arvostaa käsillä tekemistä. Käsiyöt toimivat massatuotantoa ja kulutusta vastaan. (Black 2018, 162.)

Käsitöiden tekeminen on luova prosessi. Tekijä syventyy itse tekemiseen ja syntyvä tuote on konkreettinen näyte ulkoisen ja sisäisen todellisuuden välisestä vuorovaikutuksesta. (Vähälä 2003, 53.) Tekemisen kokemus on yhteydessä sen hetkiseen ympäristöön ja mielentilaan. Käsillä tekeminen on ruumiillista työtä, jossa tekeminen toteutuu tekijän ruumiin liikkeiden avulla. Esimerkiksi neuloessa kädet ja ranteet liikkuvat ja sormet pitävät puikkoja oikeassa asennossa. Käsillä tekijä tekee kokonaisvaltaisesti töitä aisteillaan ja ruumiillaan. Joku voisi sanoa, että nyky maailmassa käsityö on turhaa koska teknologia voi tehdä kaiken saman minkä käsillä tekijä. Mutta ei teknologia tai kaupasta valmiin tuotteen ostaminen saa aikaan sitä tunnetta ja mielihyvää minkä käsillä tekeminen saa aikaan. Tässä saattaa olla yksi syy, miksi se säilyy uusien sukupolvien tekemisen tapana. (Kojonkoski-Rännäli 2014, 6–11.)

2.2 Käsiyö harrastuksena

Metsämuurosen (1995) mukaan harrastus on käsitteenä suppeampi kuin harrastuneisuus. Yksi tapa ymmärtää harrastus on mieltää se harrastuneisuuden kohdentumisena johonkin tiettyyn asiaan, lajiin, välineeseen tai tekniikkaan kuten käsitöihin. Harrastuneisuutta pidetään suhteellisen pysyvänä ominaisuutena, joka kohdentuu tiettytyypisiin toimintoihin. Se on yleensä positiivissävytteistä. Harrastuneisuus mielletään jatkuvana toimintana ja se on omaehtoista suuntautumista itseään kiinnostaviin asioihin. (Metsämuuronen 1995, 20–23.)

Käsitöiden tekeminen vaatii pitkäjänteisyyttä, eikä taitoa opi hetkessä (Kojonkoski-Rännäli 2014, 1). Käsiyö tarjoaa tekijälleen mahdollisuuden tehdä jotain tarkoituksella ja ilman kiirettä (Pöllänen 2013, 278). Voidaan ajatella, että käsityön tekijä on valinnut itse harrastuksensa tai vapaa-ajan toimintansa omasta vapaasta tahdostaan (Vähälä 2003, 58).

Yksilö saa käsitöiden tekemisestä tyydytystä sisäisille tarpeilleen (Metsämuuronen 1995, 34–35). Hän saa positiivisia kokemuksia, jotka auttavat häntä jatkamaan harrastusta ja mielenkiinto käsitöitä kohtaan säilyy. Tehdessään käsitöitä ja varsinkin itse suunnittelemaansa töitään, tekijä voi tuntea tuottavansa toiminnat ja kokemukset, joita luovan prosessin aikana kokee. (Vähälä 2003, 73, 85.)

Käsityön tekijä muokkaa materiaalia omilla käsillään (Kojonkoski-Rännäli 2014, 21). Tekijään vaikuttaa materiaalit, aistimukset ja toiminnalliset ulottuvuudet hänen työstäessään tekemäänsä tuotetta, tällöin tekijä on prosessissa lankojensa kanssa. Neuloessaan tekijä koskettaa lankoja ja tuntee käsillään materiaalin, näkee silmillään värin ja muodot. Tekijällä on vapaus valita nämä suunnitellessaan käsityötä ja siten valmis tuote on yleensä tekijänsä ”näköinen”. Esimerkiksi neuloessa prosessin tuloksena syntyy valmis tuote. Käsityön tekemistä pidetään itseilmaisun keinona. Tämä ilmenee esimerkiksi itse suunnittelemissa käsitöillä, neulomista ilman valmista ohjetta. (Vähälä 2003, 59–60.) Käsityöntekijä voi itse vaikuttaa siihen, että suunnittelee työnsä etukäteen vai samalla kun tekee. Jos tekijä suunnittelee tuotetta vasta valmistusvaiheessa, on tekeminen lähellä taiteen avointa prosessia. (Ihatsu 2004, 45.) Käsintehtyä tuotetta arvostetaan symbolina, se ei ole massatuotanto, vaan valmistettu rakkaudella ja räätälöitynä saajalle (Pöllänen 2013, 278).

Kotoilua ja downshifistausta on tutkittu käsitöiden kontekstissa. Downshiftingilla viitataan ihmisiin, jotka haluavat vapaaehtoisesti muuttaa elämänlaatuaan. Vähemmän kulutusta ja pienempiä tuloja, pitkäaikaisia vaikutuksia. Järjestetään enemmän aikaa arvokkaille ystävyys- ja perhesuhteille ja henkilökohtaisesti itseä kiinnostaville asioille. Kotoilu taas viittaa elämäntapaan, jossa sosiaalinen elämä keskittyy kotiin. Tutkimuksen tuloksista kävi ilmi, että downshifaus ja kotoilu lisäävät käsitöiden tekijöiden hyvinvointia. Käsitöiden tekijät kuvasivat saavansa käsitöiden tekemisestä omaa henkilökohtaista aikaa. Käsitöiden tekeminen on paljon muutakin kuin apu selviytyä töistä ja kotona. Se on tapa luoda uusi vähemmän stressaava elämä, jota kertakäyttökulttuuri luo. (Pöllänen 2013, 275–277.)

2.3 Käsitöiden tekemisen positiiviset vaikutukset

Toistuva liike käsitöitä tehdessä, esimerkiksi neuloessa saattaa luoda niin sanotun meditatiivisen tilan. Mielen ja kehon ollessa yhtä, koetaan rentoutumisen aikainen tajunnan tilojen vaihtelu fyysisenä sekä psyykkisenä rentoutumisena. (Pöllänen 2017, 75.) Käsitöitä

tehdessä ihminen kokee onnistumisen tunteita, jonka vuoksi hänen luottamuksensa omaan kykyihinsä vahvistuu (Vähälä 2003, 52). Käsitöiden tekeminen voi vahvistaa omanarvontunnetta. Yksilö antautuu luoville haluilleen käsitöiden kanssa. (Hagedorn & Springgay 2013, 12–13.)

Rauhoittumisen keinojen löytäminen on nykymaailmassa tärkeää. Maailma on muuttunut hektisempään suuntaan ja työpäivät koostuvat monista eri ärsykkeistä. On löydettävä erilaisia keinoja, rauhoittavia elementtejä iltaa kohden, jotta saamme kehomme ja mieleemme rauhoitettua nukkumista varten. Käsitöiden tekeminen on yksi tällainen keino. Esimerkiksi neulominen yhdistyy kehon ja mielen prosesseissa hetkiin, jolloin olemme aiemmin neuloneet. Keho ja mieli tietävät jo ottaessamme neuletyön esiin, mitä pitää tehdä, pulssi rauhoittuu ja mieli rentoutuu. (Huotilainen & Peltonen 2020, 136–138.) Jo puoli tuntia käsitöiden tekemistä vaikuttaa henkilön päivään positiivisesti. Käsitöiden tekeminen antaa aikaa olla pois omista ajatuksista keskittymällä vain tekemiseen. (Hagedorn & Springgay 2013, 14–17.)

Käsityön ollessa luova prosessi, siinä yhdistyy niin esteettisen ilmaisun kuin rentoutumisen vaikutukset terapeuttisella tavalla. Luova prosessi mahdollistaa positiiviset kokemukset tekijälle. Käsityöprosessi vaatii tekniikan ja tiedon hallintaa, ilman näitä prosessia ei voida toteuttaa. Käsityöntekijä laittaa koko persoonansa likoon toteuttaessaan luovaa prosessia. Voidaan sanoa, että käsityöprosessi muistuttaa taiteen tekemistä. Käsitöitä tekevä henkilö muodostaa todennäköisesti muistoja käsityöprosessin aikaisista mielihyvän tunteista. Kun tekijä näkee konkreettisesti aikaansaannoksensa, hän kokee mielihyvän tunteita. (Vähälä 2003, 17–19, 48–49, 58, 73.) Hagedornin ja Springgayn (2013) tutkimuksessa nousi esiin oman henkilökohtaisen tyydytyksen tarve. Käsityökäytännöt edistävät emotionaalista ja suhteellista hyvinvointia. Ne ovat tekijälleen mielekkäitä. (Hagedorn ja Springgay 2013, 12.) Käsityöntekijän tulee myös opetella kestämaan vastoinkäymisiä ja pettymyksiä, koska ne ovat väistämättä edessä jossain kohtaa tehdessä käsitöitä (Vähälä 2003, 86).

Hyötyjä tuotteiden tekemisestä käsin on tutkittu Pöllänen (2013) tutkimuksessa. Tuloksista käy ilmi, että käsityö on auttanut saavuttamaan henkistä tasapainoa, poistamaan aggressiota ja pahaa tunnetta sekä auttanut surussa. Materiaalin koskettaminen ja tekeminen on mahdollisesti tärkein asia käsitöissä. Tutkimuksessa havaittiin, että tekemisen vapaus loi käsitöiden tekijöille tyytyväisyyden tunnetta ja mielenrauhaa. Käsityöt ja niiden tekeminen voivat tarjota yhteyden sukupolvien välillä sekä luoda uusia ystävyssuhteita. (Pöllänen 2013,

275–286.) Käsitöiden kautta solmituissa ystävyysuhteissa he jakoivat ideoita ja taitoja toisilleen. Muiden rohkaisut motivoivat ja auttoivat käsityön tekijöitä etenemään tavoitteisiin. (Burt & Atkinson 2012, 57.) Ne voivat vahvistaa myös ystävyysuhteita ja auttaa niitä säilymään läpi eri elämäntapahtumien. Käsitöiden tekeminen mahdollistaa itsensä ilmaisun kanavan. Tekijä pystyy luomaan merkityksellisiä, ainutlaatuisia tuotteita omin käsin. (Pöllänen 2013, 278–286.)

3 NEULOMINEN

3.1 Neulomisen käsite

Neulomisella tarkoitetaan tekstiilituotteen valmistamista langasta puikkoja apuna käyttäen (Koskennurmi-Sivonen & Mikkilä 1984, 14). Se on pinnan luomista silmukan ja punoksen kautta yhdestä tai useammasta langasta (Turney 2009, 108). Neulominen on eräänlainen rakennusprosessi, jonka lopputuloksena saadaan silmukoitua kangasta jatkuvalla langansyötöllä neuloen. Käsien neulominen on suhteellisen helppo oppia. (Riley, Corkhill & Morris 2013, 51.) Taito saavutetaan harjoittelemalla eli neulonta edellyttää tekijältä aktiivisuutta (Rauhala 2019, 17).

Neulomisen toteuttamiseen ei tarvita muuta kuin lankaa ja puikot. Hyvän lopputuloksen aikaansaamiseksi on kuitenkin tiedettävä, miten langasta saadaan puikkojen avulla tulemaan kaunis ja käyttökelpoinen neuletuote. (Vasama, Saarto, Tarpila & Ahtimo 1968, 127; Rauhala 2020, 115.) Neulotussa tuotteessa on pääli- ja sisäpuoli. Yleisesti päälipuoli on kauniimpi (Turney 2009, 108.) Hyvät puikot ovat sellaiset, etteivät ne ole esteenä neulomisvauhdille ja niillä on kaikin puolin hyvä neuloa. Jokaiselle neulojalle muodostuu käsitys siitä, millaisilla puikoilla juuri hänen on parasta ja mielekkäintä neuloa. (Arvinen ym. 1968, 81.) Neuloessa puikkojen tulee olla langan paksuuteen, sekä neulojan käsialaan sopivat (Mikkola & Paakkunainen 2006, 196). Kuhunkin työhön sopivien lankojen, puikkojen ja itse toteutustavan valitseminen edellyttää materiaalitietoutta. Neuloessa tekijä haastaa itseään niin taidollisesti kuin älyllisesti. Onnistuessaan valinnoissa sekä itse työssä neuloja kokee onnistumisen kokemusta. (Rauhala 2019, 207.)

Neulontaprosessissa on kyse materiaalin ja tekijän välillä tapahtuvasta vuorovaikutuksesta. Neulojat ovat nykyään entistä kiinnostuneempia lankojen tuotantomenetelmistä ja eettisesti tuotetuista villoista. (Rauhala 2020, 114–115.) Tavallisimpia materiaaleja ovat villa-, puuvilla, sekoite- ja tekokuitulangat (Vasama ym. 1968, 127–128). Lankakerän vyötteestä saadaan selville, mitä materiaalia lanka sisältää. Langan vyötteellä tarkoitetaan lankakerän ympärillä olevaa paperista painettua selostetta. (Koskennurmi-Sivonen & Mikkilä 1984, 12; Barnden 2008, 16.)

3.2 Neulomisen merkitys tekijälle

Vähälän (2003) tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että ihmisen syke rauhoittuu kokiessaan positiivisia emootioita. Vastaavasti taas neulojan kokiessa negatiivisia tuntemuksia, syke kiihtyy. Tutkimuksen tuloksia olivat havainnot, että pidemmissä neulomisjaksoissa syke hidastui ja neuloja todennäköisesti rentoutui neuletyönsä äärellä. (Vähälä 2003, 185–187.)

Fyysisen toiminnan avulla toistuvan äänen voidaan todeta myös laskevan sykettä ja näin ollen rauhoittavan ihmistä. Neulomisen rytmin voidaan nähdä edistävän meditatiivista tilaa. (Turney 2009, 154.) Neulomisessa yhdistyvät ajattelu ja tekeminen (Rauhala 2020, 115).

Rauhalan (2019) tutkimuksen tuloksista selviää, että neuletyön ääressä rentoutuminen on yksi syy itse neulomiseen. Aina tekemisen merkityksellisyys ei kuitenkaan synny itsestään eikä syventyminen neuletyöhön takaa flow-tilan saavuttamista. (Rauhala 2019, 204–205, 223–224.)

Courtin (2020) tutkimuksessa kerrotaan, kuinka neulonta luo yhteyksiä ihmisten välille. Neulojat kertoivat kolmesta keskeisestä toisiin liittyvästä hyödystä neulomisen jakamisessa muiden kanssa. Nämä olivat toisten tekninen tuki, tunne olevansa osa yhteisöä ja mielekkäiden ystävyysuhteiden muodostaminen. Tutkimuksessa kävi ilmi, että kyky olla vuorovaikutuksessa muiden neulojien kanssa oli merkittävä motivaatio naisille neuloa. Yhteisöllisyyden kokemus muiden neulojien kanssa oli merkittävä motivaation lähde neuloessa. Toisten apu ongelmien sattuessa oli myös yksi tutkimuksessa ilmenneistä asioista. (Court 2020.)

Neulonta antaa yhteisöllisyyden kokemuksia tekijälleen. Näin voi tapahtua niin entuudestaan tuttujen ihmisten välillä kuin vieraiden kanssa. Siinä missä ennen neulottiin jonkun luona tai ompeluseuroissa, nykyään ihmiset neulovat niin julkisissa tiloissa, kahviloissa kuin työmatkoilla julkisissa. (Rauhala 2020, 114.) Pro gradu -tutkielmassa Varonen (2021) selvittää neulonnan harrastamisen vaikutuksia sosiaaliselle ja psyykkiselle hyvinvoinnille. Tulosten perusteella voidaan todeta, että neulomisella on positiivisia vaikutuksia sosiaaliselle ja psyykkiselle hyvinvoinnille. Neulonta tuo samanhenkisiä ihmisiä yhteen ja auttaa rentoutumaan sekä toimii keskustelun aiheena myös vaikeissa sosiaalisissa tilanteissa. Sosiaalisen median neulontayhteisöissä olemisen syitä olivat vinkkien, ideoiden, avun ja tiedon saaminen. (Varonen 2021.)

Neulonnan yksi etu on sen yksinkertaisuus. Ei niinkään tekniikkana vaan siinä, että sitä voi tehdä missä tahansa. Neuletyö on helppo kantaa mukana, vaikka pienessä pussissa minne tahansa meneekin. (Corkhill ym. 2014, 34–56; Rauhala 2019, 213.) Sanotaan, että keskittyminen voi parantua, kun neuloo samalla kun kuuntelee luentoa tai osallistuu keskusteluun (Rauhala 2019, 204). Neulomista on mahdollista tehdä lyhyinäkin pätkinä, eikä aina tarvitse neuloa tuntikausia. Neuletyö on helppo ottaa esille ja vaihtoehtoisesti jättää päiviksi käsistään. (Vähälä 2003, 58.) Kirkko ja kaupunki lehden artikkelissa todetaan, että neulominen ei ole sidottu aikaan eikä paikkaan. Tekijä voi tehdä silloista käsityötään niin kotisohvalla kuin kahvilassakin. Käsitöitä voi tehdä itselleen sopivan ajan, juuri sen verran, kun mieli tekee tai sillä hetkellä ehtii. (Kirkko ja kaupunki lehti 2019.)

Vahva neulonnan taidon osaaminen ja sen soveltaminen on juurtunut syväälle kulttuuriimme (Rauhala 2020, 116). Neulomisen kulttuurilla on rikkaat perinteet. Historiallisesti neulepiirit olivat aika- ja sijaintikohtaisia kokouksia, jotka olivat vain naisten aluetta. Tämä on muuttunut, sillä nykyään myös miehet neulovat. Uusia neulontaryhmiä on perustettu merkittävästi viimevuosina. Käsin tehty tuote on ainutlaatuinen ja tarjoaa vastakohtaa massatuotannolle. Samalla neulominen nähdään eettisenä valintana ja vaihtoehtona tavaramaailmalle. Jokaisen käsin neulotun tuotteen ompeleessa näkyy ajan, matkan, maiseman, henkilön, tapahtumien ja ajatusten jäljet. Jokaisella neuleella on oma historiansa. (Turney 2009, 42, 144–145, 214–217.)

Corkhillin ym. (2014) tutkimus vahvistaa sen, minkä monet neulojat ovat tienneet jo kauan. Neulominen on paljon muutakin kuin vain harrastus. Neulomisesta saatu fyysinen ja henkinen hyöty edistää hyvinvointiamme merkittäväällä tavalla, ja on todellinen. Neulomista voidaan käyttää terapeuttisena toimintana esimerkiksi hyödyntämään mielenterveyden edistämistä tai dementiapotilaiden kanssa. (Corkhill ym. 2014, 34–56.) Neulominen nähdään ”uutena” joogana. Se on neulojalle matka, jossa neulominen koetaan tärkeämmäksi ja emotionaalisesti merkittävämmäksi, kuin päämäärä, eli valmis tuote. (Turney 2009, 117, 220) Lankojen koskettaminen ja silittäminen huonolla tuulella tai masentuneena lohduttaa monia ihmisiä. Neulomisryhmät mahdollistavat sosiaalista kanssakäymistä ihmisille, joilla sitä muuten ei välttämättä ole. Tämä saattaa antaa yhteisöön kuulumisen tunnetta. (Corkhill ym. 2014, 34–56.) Joissain tapauksissa neulominen voi jopa toimia apuna vaikeista elämäntilanteista kuten surusta selviytymiselle (Rauhala 2019, 222).

4 SOSIAALINEN MEDIA

4.1 Sosiaalisen median käsite

Sosiaalinen media koostuu kahdesta käsitteestä, sosiaalinen ja media. Sosiaalisella viitataan ihmisen tarpeisiin olla yhteydessä toisiin ihmisiin. Ihmiset haluavat olla lähellä muita samankaltaisia ja samanhenkisiä. Heidän kanssaan voidaan tuntea olo kotoisaksi ja jakaa omia ajatuksia, ideoita sekä kokemuksia. Toinen käsite, media taas tarkoittaa mediaa, jonka kautta ihmiset pitävät yhteyttä muihin. Näitä ovat esimerkiksi sähköposti ja nykyaikaisen teknologian myötä tietokoneet, tabletit ja älypuhelimet, joiden mukana myös internet ja yhteisöpalvelut. (Safko 2012, 4.) Ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa niin tiedon hakemiseen, työkäyttöön, vapaa-ajalla kuin inspiraatioksi (Schaffer 2013, 6). 2010-luvulla sosiaalinen media on muodostunut yleiskäsitteeksi. Sillä voidaan viitata melkein mihin tahansa nykyiseen verkkopalveluun, joka sisältää paljon sinne sisältöä jakavia tai keskenään kommunikoivia käyttäjiä. (Suominen 2013, 15.)

Yksinkertaisemmin sanottuna sosiaalinen osuus voidaan ajatella ihmisten vuorovaikutuksena ja median olevan sen väline, joka tuo myös uusia mahdollisuuksia vuorovaikutukseen. Sosiaalisella medialla tarkoitetaan siis osallistumista, vuorovaikutusta ja jakamista, joka tapahtuu erilaisissa nettiyhteisöissä. (Heinonen 2009, 6.) On todettu, että virtuaalisesti verkossa tapahtuva vuorovaikutus parantaa sosiaalisia- ja viestintätaitoja ihan jokapäiväisissä keskusteluissa kuin myös internetissä (Corkhill ym. 2014, 39).

Sosiaalisen median teknologialla tarkoitetaan muun muassa erilaisia digitaalisia alustoja, palveluita tai appeja, joita on kehitetty sisällön jakamiseen, julkiseen kommunikointiin ja maailmanlaajuiseen yhteydenpitämiseen. Erityisesti mobiililaitteiden avulla käytetty sosiaalinen media on lisännyt joka päiväistä sosiaalisen median käyttöä niin työelämässä kuin vapaa-ajalla. (Burgess 2017, 1.) Käyttäjä ei enää siis ole vain palvelujen kuluttaja, vaan aktiivinen toimija sekä sisältöjen luoja (Heinonen 2009, 15). Ihmiset jakavat vapaaehtoisesti itse tuottamaa sisältöä, esimerkiksi videoita, tekstiä, kuvia, musiikkia erilaisissa sivustoissa ja sovelluksissa (Lietsala & Sirkkunen 2008, 19). Sivustoissa ja sovelluksissa käyttäjät voivat myös kommentoida, tutustua toisiin tai merkitä suosikkeja. Sosiaalisen median toiminta tuottaa lisää sosiaalisuutta, verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä. (Hintikka 2008.) Näin yhteistyö helpottuu ja lisääntyy, nykypäivänä monet käyttävät sosiaalisen median mahdollisuuksia hyödykseen (Nurmi 2011, 11).

Erilaisia sosiaalisen median kanavia on monenlaisia. Esimerkiksi yksilöä ja sosiaalisuutta korostavat kanavat kuten Facebook ja Instagram. Nämä perustuvat verkostoitumiseen ja yhteisöllisyyteen, jonka myötä saadaan aikaan erilaisia sisältöjä. Samanhenkiset ihmiset voivat perustaa omia ryhmiä ja tuottaa erilaisia verkkokampanjoita tai -tapahtumia. (Hintikka 2008; Burgess 2017, 3.) Yleisesti sosiaalisen median sivustoille ja sovelluksiin on vapaa pääsy, mutta ne vaativat rekisteröimisen ja sitä kautta käyttäjätunnuksen (Lietsala & Sirkkunen 2008, 161).

Nyky-yhteiskunnassa sosiaalisella medially on hyvin keskeinen rooli eri ikäisten ihmisten viestinnässä, keskinäisessä vuorovaikutuksessa ja yhteisessä toiminnassa etenkin heidän vapaa-aikanaan (Häkkinen ym. 2014,6). Sitä voi käyttää rentoutumiseen päivän päätteeksi ja saada hyvän mielen virikkeitä ja inspiraatiota (Huotilainen & Peltonen 2020, 114).

Sosiaalisen median mahdollisuudet ja vaikutukset kiinnostavat yhä enemmän myös työelämän toimijoita ja kehittäjiä (Häkkinen ym. 2014, 6). Viestintään ja vuorovaikutukseen perustuvan sosiaalisen median odotetaan antavan uudenlaisia mahdollisuuksia edistää koko elämänlaajuista oppimista. Sekä jakamisen ja osallisuuden kulttuuria myös työelämässä. (McLoughlin & Lee 2007, 667–672; Häkkinen ym. 2014, 7.) Ryhmäkäyttäytyminen on nuoruudesta asti erittäin tärkeää ja sosiaalinen media on yksi sen muoto (Huotilainen & Peltonen 2020, 114).

4.2 Sosiaalisen median vaikuttajat

Sosiaalisen median vaikuttajilla tarkoitetaan uudenlaisia kolmannen osapuolen mainostajia, jotka vaikuttavat käyttäjiin esimerkiksi blogeissa tai muissa sosiaalisen median kanavissa (Freberg, Graham, McGaughey & Freberg 2011, 90). Vaikuttajamarkkinoinniksi kutsutaan sitä, kun brändit lähestyvät vaikuttajia mainostamaan heidän tuotteitaan (Audrezet, de Kerviler & Moulard 2018). Ennen sosiaalisen median yleistymistä oli brändien mainonta kuluttajille yksipuolista. Ennen kuluttaja näki tuotteen vain painetuissa mainoksissa, mainostauluissa, radiossa tai televisiomainosten kautta. Sosiaalisen median nousun myötä on avautunut brändeille aivan uudenlainen kanava olla yhteydessä suoraan kuluttajiin. (Glucksman 2017, 77–78, 86.)

Vaikuttajat ovat ihmisiä, jotka ovat rakentaneet sosiaalisen verkoston, jossa heillä on paljon seuraajia. Heidät koetaan luotettaviksi mainostajina. Instagram vaikuttajat, joilla on paljon

seuraajia ovat suosituimpia. (De Veirman ym. 2017, 798.) Freberg ym. (2011) tutkimuksen mukaan sosiaalisen median vaikuttajaa voidaan kuvailla seuraavasti: Hän on sanavalmis, kunnianhimoinen, fiksu, aikaansaava ja itsevarma. (Freberg ym. 2011, 91.) Brändit haluavat vaikuttajiksi sellaisia henkilöitä, jotka luottavat itseensä. Kun vaikuttajat ilmaisevat luottamusta itseensä, sen myötä lisääntyy myös luottamus brändiin. Sosiaalisen median vaikuttajien menestys ei riipu ainoastaan heidän seuraajien määrästä, vaan heidän kyvystään olla aito, osoittaa luottamusta ja olemalla vuorovaikutuksessa seuraajiinsa. Yhteyden luominen seuraajien ja brändin välille on tärkeä asia. Instagramissa vaikuttajat voivat esimerkiksi keskustella seuraajien kanssa ja vastata heidän kommentteihinsa. (Glucksman 2017, 80, 82, 84.)

Monet brändit ovat hylänneet perinteiset kanavat, esimerkiksi lehdet. Sillä nykyään keskitytään yhä enemmän vaikuttajien mainostamiseen seuraajiensa keskuudessa. (De Veirman ym. 2017, 798.) Maksullisen mainonnan sijaan mainokset on sisällytetty vaikuttajien päivittäisiin kertomuksiin heidän Instagram-tileillään. Niin sanottu vaikuttajakauppa on kokenut suuren kasvun, jonka myötä voidaan myös todeta, että se on johtanut uudenaikaisiin digitaalisuuden muotoihin. (Abidin 2016, 86.) Esimerkiksi jos käyttäjät inspiroituvat seuraamaan vaikuttajan mieltymyksiä tai elämäntapaa, he voivat tykätä, seurata tai jakaa vaikuttajan julkaisuja. Tämän jälkeen he voivat haluta ostaa samoja tuotteita, kun vaikuttaja on suositellut. (Ki & Kim 2019, 907.)

Monet vaikuttajat käyttävät paljon aikaa miettiessään kuvien sommittelua esimerkiksi Instagramissa. Väri, valaistus, miten esittelemät tuotteet tuodaan esiin ja muita valokuvaukseen liittyviä seikkoja otetaan huomioon. (Black 2018, 164.) Vaikuttajat voivat käyttää omaa rahaa ja resursseja saamatta mitään palkkaa mainostamisesta. Heille voidaan tarjota rahaa, tuotteita tai lahjakortteja tuotteiden suosittelemisesta. (Liljander, Gummerus & Söderlund 2015, 612–613.)

4.3 Sosiaalisen median hyödyntäminen neuletöissä

Orton-Johnsonin (2014) tekemästä tutkimuksesta kävi ilmi, että sosiaalinen media on antanut käyttäjille uusia tapoja ajatella ja harjoittaa luovuuttaan. Näistä on tullut osa heidän luovuutensa rakentamista ja heidän neulomisestaan nauttimista. (Orton-Johnson 2014.) Neulonta on nähty usein yksilön toimintana ja se on myös eräänlainen väline sosiaalisten

yhteyksien luomiseen virtuaalisesti neuleryhmien kautta (Corkhill ym. 2014,36; Riley ym. 2013, 51). Yksi merkittävimmistä asioista käsityön harrastamisen suosion suuressa kasvussa on sosiaalinen media ja sen luoma mahdollisuus jakaa yhteistä harrastusta muiden samanhenkisten ihmisten kanssa (Stuedahl 2013). Itseilmaisuus on tärkeä motiivi kuvien jakamisessa Instagramiin. Instagram-käyttäjät lisäävät kuvia erilaisista asioista esitelläkseen persoonallisuuttaan sekä elämäntyyliään. Valokuvilla voidaan ilmaista itseä paljon paremmin kuin pelkällä tekstillä, sillä valokuvat lisäävät tekstille uskottavuutta. (Lee, Lee, Moon & Sung 2015, 555.) Neulontaprosessin julkisen dokumentoinnin merkitys on avainasemassa ymmärtää tapoja, joilla perinteiset vapaa-ajanviettotavat yhdistyvät sosiaaliseen mediaan (Orton-Johnson 2014). Osa käyttäjistä käyttää Instagramia myös rentoutuakseen, välttääkseen todellisuudessa kohtaamiaan ongelmia ja halusta katsoa muiden kuvia (Lee ym. 2015, 555).

Gauntlettin (2013) mukaan olisi tärkeää ymmärtää ihmisten jokapäiväinen luovuus merkittävänä. Sosiaalisen median käyttö luovuuden ja käsitöiden jakamisen kanavana tulee ottaa huomioon. DIY eli Do It Yourself (tee se itse) kulttuuri on uudelleen nousussa, ja ihmiset jakavat tekemisiään sosiaalisessa mediassa. (Stuedahl 2013, 203–205.) Taitoliiton ja Taloustutkimuksen (2021) yhteisestä tutkimuksesta käy ilmi, että käsitöitä aktiivisesti tekevät ovat todella vahvasti läsnä sosiaalisessa mediassa ja seuraavat sitä kautta paljon erilaisia käsityösivustoja- ja ryhmiä (Taitoliitto 2021).

Pöllänen & Voutilaisen (2017) tutkimuksessa suurin osa vastaajista koki tärkeäksi sosiaalseksi kontaktiksi käsitöihin liittyvät sosiaalisen median yhteisöt. Heidän mielestään he saivat näistä yhteisöistä paljon ja voisivat palata niihin aina kun heille itselle sopii. Sosiaalisessa mediassa voidaan jakaa tunteita ja keskustella saman henkisten ihmisten kanssa. Sitä kautta saadaan käsillä tekemiseen vertaistukea ja palautetta muilta käsityöharrastajilta, jotka vahvistavat käsillä tekemisen merkitystä. Lisäksi he kokivat, että sosiaalisen median kautta he saavat uutta tietoa, ideoita ja tukea muilta käsityöläisiltä. He, jotka jakoivat itse aktiivisesti verkossa käsitöitään, kertoivat saaneensa paljon neuvoja muilta käsityöläisiltä ja inspiraatiota uusiin käsityöprojekteihinsa. (Pöllänen & Voutilainen 2017, 626–628.) Neulojat kokevat nautintoa siitä, kun jakavat ymmärrystä, jännitystä ja projekteja toisilleen (Stannard & Sanders 2015, 110).

Virtuaaliyhteisöjen kautta syntyneet vastavuoroiset suhteet olivat asia, jota vastaajat arvostavat. Kun käsityöt tehdään näkyväksi, se vahvistaa vastaajien itsetuntoa. (Pöllänen & Voutilainen 2017, 626–628.) Virtuaaliyhteisöä käsitellään alaluvussa 4.3. Verkossa

järjestettävät tapahtumat ja ryhmät edistävät ryhmäidentiteettiä neulojien keskuudessa. Yhteinen kieli vahvistaa heidän siteitään. Tämän kaiken lisäksi neulojat pystyvät solmimaan myös ystävyysuhteita sosiaalisen median välityksellä (Stannard & Sanders 2015, 106).

Neulemallit, neulonnan ideat ja tekemisen taitoon liittyvät eri videot ovat nykyään kaikkien saatavilla internetissä. Paljon käsitöitä tai neulomista harrastavat tekijät hankkivat ideoita myös kansainvälisistä julkaisuista. (Rauhala 2019, 223.) Yleensä opetus tapahtuu kotona tai valvotussa ympäristössä, mutta oppiminen voi tapahtua näiden lisäksi virtuaaliyhteisössä. Siellä voidaan jakaa ajatuksia ja tunteita neulomisesta sekä tutkia tapoja, joilla ihmiset neulovat. (Turney 2009, 150–151.)

4.4 Virtuaaliyhteisö

Ihmisten halulla jakaa tietoa, on ollut merkittävä rooli virtuaalisten yhteisöjen lisääntymisessä (Liao 2013, 891–909). Virtuaaliyhteisö voi tarkoittaa eri ihmisille eri asioita. Yhteisöllä tarkoitetaan kuitenkin ihmisjoukkoa, jolla on jotain yhteistä keskenään. Kun kysymys on virtuaaliyhteisöstä, ei ole kysymys vain tietyssä paikassa tapahtuvasta toiminnasta. (Kröger 2003, 50–52.)

Ilman ihmisiä ei ole olemassa virtuaaliyhteisöjä. Sopivan kokoinen ryhmä houkuttelee muitakin mukaansa. Virtuaaliyhteisöillä on joku yhteinen jaettu tarkoitus, jonka ympärillä jäsenet toimivat. Virtuaaliyhteisöstä löytyy ihmisiä, jotka jakavat saman mielenkiinnon kohteen ja heillä on samoja ajatuksia keskenään. Yhteisöllisyys vaatii sitoutumista ja osallistumista. (Kröger 2003, 50–60.) Kuuluminen johonkin yhteisöön on elämässä merkityksellistä ja virtuaaliyhteisöissä se on monelle keskeisin käytön motivaatio (Heinonen 2009, 14). Se, miten käyttäjät antavat ja jakavat tietoa, vaikuttaa virtuaaliyhteisön menestykseen (Liao 2013, 891–909). Yhteisössä toimiminen perustuu täyteen vapaaehtoisuuteen (Kröger 2003, 67).

Sosiaalisen median verkkoyhteisöissä on helppo löytää hengenheimolaisia, muita samoista asioista kiinnostuneita. Tästä löytyy kaikki inhimillisen vuorovaikutuksen elementit, joita nuoret oppivat nykyään käyttämään jo pienestä pitäen. Esimerkiksi Facebook on tunnettu siitä, että käyttäjät profiloidaan huolella. Heille tarjotaan jatkuvasti juuri heitä kiinnostavia uutisia, mainoksia ja päivityksiä. (Huotilainen & Peltonen 2020, 91–92.)

4.5 Instagram

Instagram on maailmanlaajuisesti nopeimmin kasvava sosiaalinen verkosto (Sheldon & Bryant 2016, 89). Se toimii sosiaalisen median kanavana, eli virtuaaliyhteisönä ja on ilmainen jakamisovellus, jossa käyttäjät voivat jakaa kuvia ja videoita. Käyttämisen ikäraja on 13-vuotta. (Instagram, 2019.) Instagramia käytetään yleisesti mobiililaitteella, johon sovellus tulee ladata ja rekisteröityä käyttäjäksi (Rosenberg 2019, 122). Käyttäjätili luodaan sähköpostin avulla ja valitsemalla mieluisan käyttäjänimen (Instagram, 2019).

Instagramin käyttäjät lataavat sisältöä, kuten kuvia ja videoita omaan profiiliin (Humphrey 2016, 1). Jokainen Instagram-tili koostuu kuvien ruudukosta. Kuvat ovat suurin piirtein samankokoisia ja ne esitetään valkoista taustaa vasten, jotta tulisivat paremmin esille. Kuvat muistuttavat Polaroid-kuvia valkoisten reunusten takia. (Black 2018, 164.) Paikkaa, jonne kuvat tallentuvat käyttäjän omaan profiiliin, kutsutaan feediksi. Instagram tarjoaa useita erikoissuodattimia, joiden avulla käyttäjät voivat vaihtaa kuvien värejä ja resoluutioita ennen kuin ne julkaistaan (Sheldon & Bryant 2016, 91). Kun kuvat on jaettu muille Instagramin käyttäjille muut voivat esimerkiksi kommentoida ja ”tykätä” kuvista (Lee ym. 2015, 555). Instagram toimii monille ihmisille eräänlaisena virtuaalisena valokuva-albumina (Sheldon & Bryant 2016, 94). Instagramin feediin lisättyjä kuvia voidaan kutsua esimerkiksi päivityksiksi. Päivitys sisältää kuvan ja sen alle kirjoitetun tekstin, joka koostuu tekstistä, hashtagista ja erilaisista emoji-symboleista. (Rosenberg 2019, 123.)

Vuonna 2016 lanseerattu Instagram Stories, jonka avulla voidaan julkaista lyhytkestoista sisältöä, kuten kuvia, lyhyitä videoita sekä myös välittää videokuvaa livetilassa. Storyja voidaan kutsua myös tarinoiksi. Niitä voi lisätä usean peräkkäin ja katsojat voivat palata jo katsomaansa uudelleen. tarinat ovat kuitenkin voimassa vain 24 tuntia, jonka jälkeen ne poistuvat automaattisesti. Näin tarinat eroavat Instagramissa feediin lisätyistä kuvista ja videoista. tarinat tarjoavat vaikuttajille uuden tavan kommunikointiin käyttäjien kanssa. (Belanche, Cenjor & Pérez-Rueda 2019, 70, 84.)

Instagramissa on hashtag (#) -toiminto, jonka avulla käyttäjät voivat esimerkiksi merkata kuviaan, jotta muut käyttäjät voivat löytää juuri heidän kuvansa (Sheldon & Bryant 2016, 91). Hashtagi on eräänlainen tunniste, joka muodostetaan ristikkomerkillä (#) ja tätä seuraavalla välilyöntiin päättyvällä merkkijonolla, usein yhdellä tai muutamalla sanalla. Merkin käytön perusideana on yhdistää saman aihealueen päivityksiä ja sen myötä helpottaa aihealueen hakua sosiaalisissa medioissa. (Rosenberg 2019, 121.) Sosiaalisen median käyttäjät voivat

ilmaista, että #-merkkiä seuraavalla merkkijonolla on jonkinlainen yhteys kyseiseen kuvaan tai tekstiin. Yleensä hashtagit laitetaan tekstin loppuun, mutta niitä voidaan käyttää myös tekstin joukossa. (Zappavigna 2018, 30–31.)

Esimerkiksi laittaa hashtagit tekstin loppuun:

Tämän vuoden neulomiseen liittyvä hashtag on mielenkiintoinen hakusana. Sitä käyttämällä olen löytänyt monta uutta ideaa neulomiseen. Materiaaleina olen käyttänyt merinovillaa ja mohairia. #neuloosi2022 #merinovilla #mohair

Hashtagit ovat välttämätön työkalu uusien seuraajien löytämiseksi. Käyttäjänä voit seurata muita käyttäjiä, jolloin seuraamiesi henkilöiden kuvat tulevat feediin ja sitä kautta kuvista on mahdollista tykätä tai kommentoida niitä. (Humphrey 2016, 1). Instagramin käyttäjien on mahdollista myös mainita muita käyttäjiä omissa julkaisuissaan @-merkillä. Tätä kutsutaan myös muiden käyttäjien tägäämiseksi ja silloin he saavat ilmoituksen maininnasta. Kuviin voidaan merkitä käyttäjiä, jotka sitten näkyvät käyttäjän omassa profiilissa. (Jumisko 2014, 10.)

Sosiaalinen vuorovaikutus on vahvasti läsnä myös Instagramissa, sillä käyttäjät ovat motivoituneita luomaan ja ylläpitämään sosiaalisia suhteitaan muiden ihmisten kanssa käyttämällä sitä (Lee ym. 2015, 555). Instagramin hyvien ominaisuuksien vuoksi käyttäjät käyttävät Instagramia oman tilinsä mainostamiseen ja suosion saavuttamiseen. Joidenkin Instagram-käyttäjien tärkein tavoite on saada huomattava määrä "tykkäyksiä" kuvilleen. Tällaisten "tykkäämisten" voidaan sanoa vahvistavan heidän suosiotaan ja asemaansa vertaistensa joukossa. "Tykkäysten" määrän lisäksi seuraajamäärä on tyypillisesti osoitus suosiosta. (Sheldon & Bryant 2016, 95.)

5 TUTKIMUKSEN TEHTÄVÄ JA VIITEKEHYS

Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa inspiroiko Instagramissa tehdyt julkaisut tai vaikuttajat henkilöitä neulomaan. Mikäli Instagram inspiroi, niin mitä asioita vastaajat mainitsevat inspiroivansa heitä. Tutkimuksessa kerätään tietoa siitä, saako Instagramin vaikuttajat ja siellä tehdyt julkaisut inspiroitumaan neuletyön aloittamisesta ja jos niin miksi. Tutkimuksen tehtävänä on selvittää, mistä eri syistä henkilö päätyy seuraamaan neulomisvaikuttajia tai neuleaiheisia Instagram -tilejä. Tutkimuksessa selvitetään myös, miten neulojat käyttävät Instagramia hyödyksi neulontatöissään. Tutkimuksen aihe on saanut alkunsa tutkijoiden omasta mielenkiinnosta aiheita kohtaan. Halusimme saada vahvistusta omille havainnoillemme aiheesta. Aiemmat tutkimukset aiheesta ja tutkimuksen teoreettinen viitekehysmalli tukevat tutkimusaiheen ajankohtaisuutta ja tarvetta. Tutkimuskysymykset on johdettu tutustumalla aikaisempiin tutkimuksiin ja teoriaan aiheeseen liittyen. Näihin perustuen on luotu tutkimuskysymykset.

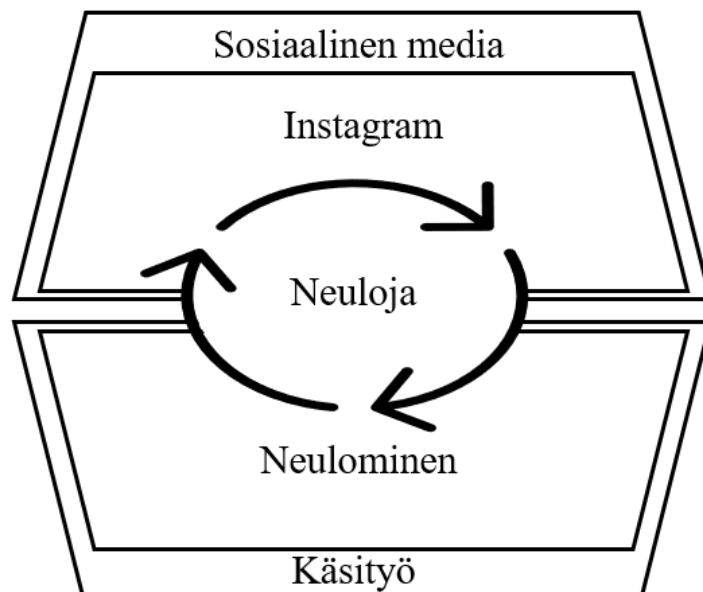
Tutkimuskysymykset:

- 1) Onko Instagramissa tehdyillä julkaisuilla tai vaikuttajilla yhteyttä neuletyön aloittamiseen?

Jos on, niin millainen yhteys Instagramissa tehdyillä julkaisuilla tai vaikuttajilla on neuletyön aloittamiseen?

- 2) Miten neulojat käyttävät Instagramia hyödyksi neulontaprosessissa?

Aikaisemmissa luvuissa 3–5 käsiteltiin tutkimuksen keskeisimmät käsitteet. Seuraavaksi on esitetty tutkimuksen teoreettinen viitekehysmalli (Kuvio 1), jossa on havainnollistettu tutkimuksen teoreettista taustaa ja keskeisiä käsitteitä ja niiden yhteyttä toisiinsa.



Kuvio 1. Tutkimuksen teoreettinen viitekehysmalli

Teoreettisen viitekehysten avulla selvennetään tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet sekä niiden välinen yhteys. Tutkimuksen viitekehysmalli rakentuu käsitteistä: sosiaalinen media, Instagram, käsityö, neulominen ja neuloja. Kuvion ylimmässä osassa on sosiaalinen media, johon Instagram kuuluu. Sosiaalinen media on eräänlainen taustakäsite, tämän tutkimuksen kannalta tärkeänä sosiaalisen median kanavana on Instagram. Kuvion alalaidassa taustakäsitteenä on käsityö, jonka sisällä tutkimuksen kannalta tärkeä käsite: neulominen. Viitekehyskuvan keskellä tutkimuksen keskiössä tutkimuksen tutkittavat, eli neulojat Instagramin käyttäjinä. Nuoli neulojan ympärillä kuvaa tutkimuksen päätavoitetta. Onko sosiaalisella medially yhteyttä neulomisesta inspiroitumiseen? Tässä tutkimuksessa halutaan selvittää, millainen yhteys on Instagramissa tehdyillä julkaisuilla tai vaikuttajilla neuletyön aloittamiseen. Jos yhteys löytyy, niin millainen yhteys niillä on. Lisäksi haluamme tutkimuksessa selvittää, miten neulojat käyttävät Instagramia hyödyksi neulontaprosessissaan.

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

6.1 Laadullinen tutkimus

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen. Lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen ja yleisesti suositaan ihmistä tiedon keruun välineenä. Tässä tutkimuksessa on tarkoitus saada mahdollisimman kattava käsitys siitä, onko Instagramin julkaisuilla tai vaikuttajilla yhteyttä neuletyön aloittamiseen tai siitä inspiroitumiseen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2012, 161–164.) Tutkimuksessa pääpaino on itse prosessissa. Tutkimus on kuvailevaa ja tärkeässä asemassa siinä on merkityksen antaminen koko tutkimukselle. (Metsämuuronen 2005, 43–44.) Aineistoon liittyvät tulkinnat ja näkökulmat saattavat muuttua tutkimusprosessin edetessä. Tutkija oppii matkan varrella ja tutkimustoiminta on eräänlainen oppimistapahtuma. (Kiviniemi 2018, 73.)

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin vaan kuvaamaan jotain ilmiötä, ymmärtämään toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. Tällöin on hyvä, että tutkimukseen osallistuvat henkilöt tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon sekä omaavat kokemusta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 98.) Tutkimukseen osallistuville Instagramin käyttäjille tutkittava aihepiiri on tuttu ja heillä on kokemusta Instagramin käytöstä, koska kyselyn vastauksetkin saatiin Instagramin kautta. Laadullisesta tutkimuksesta saadut tulokset ovat selityksiä, jotka rajoittuvat johonkin aikaan ja paikkaan (Hirsjärvi ym. 2012, 161). Näin tulokset ovat sidoksissa tähän aikaan ja paikkaan. Instagram ja sen käyttö elää joka päivä. Jos verrataan Instagramia viisi vuotta sitten, se oli ihan eri kenttä kuin tänä päivänä. Saadut tulokset kuvastavat tämän hetken tilannetta, sosiaalista mediaa ja henkilöiden suhdetta siihen.

Tässä tutkimuksessa tutkitaan ihmisten kokemuksia mahdollisimman luonnollisessa tilanteessa, joten fenomenologinen lähestymistapa on perusteltua. Kun on kyse fenomenologisesta tutkimuksesta, tavoitteena on kuvata tutkittavaa ilmiötä ihmisen omana kokemuksena. (Kojonkoski-Rännäli 2014, 8; Metsämuuronen 2006, 88, 152.) Tutkimuksessa kohteena ovat ihmiset ja heidän kokemuksensa sekä tutkijoina toimii ihmiset. Vaikka meillä on tutkijoina omia kokemuksia tutkimuksen aiheesta, emme kuitenkaan voi tehdä sen perusteella johtopäätöksiä (Kojonkoski-Rännäli 2014, 8).

Fenomenologis-hermeneuttinen tutkimus pyrkii ymmärtämään tutkittavan ihmisten joukon sen hetkistä merkitysmailmaa. Kokemukset rakentuvat merkityksistä. (Laine 2018, 31;32.)

Miten tutkittavat Instagramin käyttäjät kokevat esimerkiksi Instagramiin tehtyjen erilaisten neulomisaiheisten päivitysten merkityksen. Tottumus usein häivyttää huomaamattomaksi ja itsestään selväksi kokemukset, joita fenomenologis-hermeneuttisessa tutkimuksessa koitetaan nostaa näkyväksi. Instagramin käyttäjät voivat käyttää sitä tottumuksista, eivätkä he välttämättä tiedosta esimerkiksi etsivänsä neulesisältöön liittyviä asioita. Hermeneuttisella ymmärtämisellä tarkoitetaan ilmiöiden merkitysten oivaltamista. Tutkimuksessa tehdään tulkintoja kyselyn avulla saaduista vastauksista. Niin tutkijoilla kuin vastaajilla on omat ennakkokäsitykset aiheesta ja nämä näkyvät vastauksissa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 40–41.)

6.2 Aineiston hankinta

Tutkijoiden omat mielenkiinnonkohteet ja tarkastelunäkökulmat voivat vaikuttaa aiheen valintaan, aineistonkeruuseen sekä kerättävän aineiston luonteeseen. Tutkijat eivät ole ”tabula rasa” eli tyhjä taulu aloittaessaan tutkimusta, vaan heidän teoreettiset näkökulmansa ja näkemykset aiheesta vaikuttavat mihin suuntaan tutkimus suuntautuu. (Kiviniemi 2018, 76–77.) Tutkimuksen kohdejoukkona on Instagramin käyttäjät, jotka seuraavat neulontatilejä.

Tämän tutkimuksen aineiston hankintamenetelmänä toimi kyselylomake.

Kyselylomakkeeseen päädyttiin sen takia, että haluttiin saada isompi otanta kuin haastatteluiden avulla olisi ollut mahdollista toteuttaa. Tutkijat kokivat kyselylomakkeen soveltuvan parhaiten juuri tämän tutkimuksen aineiston keruuseen. Kyselylomakkeen tulee olla selkeä ja tarkoituksenmukainen. Sen sisältämien kysymysten tarkoitus on kerätä sellaista tietoa, joka tukee tutkimuksen tarkoitusta ja päämäärää. (Cohen, Manion, & Morrison 2008, 320.)

Aineistonkeruu suoritettiin niin sanottuna verkkokyselynä (Hirsjärvi ym. 2012, 196). Sen avulla saadaan tietoa, joita voidaan käyttää suoraan ja näin aineisto usein suhteellisen valmista analysoitavaksi (Cohen ym. 2008, 320). Kyselyssä käytettiin internetissä olevaa Webropol-ohjelmistoa, jossa kysymykset ovat yhdellä avoimella ”lomakkeella”. Tämän ansiosta vastaajat voivat vertailla omia vastauksiaan aikaisempien kysymysten vastauksiin, jos he esimerkiksi kokevat, että uusi kysymys vaikuttaa jotenkin edelliseen vastaukseen. (Valli & Perkkilä 2015, 115.) Webropol kyselylinkkiä on helppo jakaa ja lomakkeesta saa vastaajien vastaukset helposti sähköisessä muodossa (Kuula 2011, 174).

Kyselylomakkeen kysymykset on luotu laaditun teoreettisen viitekehysmallin perusteella (Liite 2). Ne ovat tutkijoiden itse muodostamia ja ne on luotu niin, että niiden avulla olisi mahdollista saada vastauksia itse tutkimuskysymyksiin. Huomiota on kiinnitetty siihen, ettei kysymyksillä oleteta valmiiksi mitään.

Tämän tutkimuksen kyselylomake koostuu suurimmaksi osaksi avoimista kysymyksistä. (Soininen & Merisuo-Storm 2009, 130.) Lomake sisältää myös kolme kysymystä, joihin vastaajat voivat vastata joko kyllä tai ei. Vastauksen myötä lomake siirtää joko seuraavaan kysymykseen (ei) tai antaa lisäkysymyksen (kyllä). On tärkeää, että avoimet kysymykset antavat tilaa tutkittavan kertoa vastauksiinsa kokemiaan mielikuvia ja elämyksiä (Metsämuuronen 2006, 170). Avoimen kyselyn etuna on vapaus ja spontaanius, jotka se suo vastaajalle. Avoimet kysymykset antavat vastaajalle mahdollisuuden sanoa mitä hän oikeasti ajattelee aiheesta ilman, että kysymysten laatijan ennakoasenteet vaikuttavat vastaukseen. Toisaalta haittapuolena on se, että avoin kysely vie enemmän aikaa vastaajalta kuin suljettu kysely. Vastauksia voi olla hankala tulkita, jolloin tutkimuksen luotettavuuden kanssa tulee olla tarkkana. Kun ei ole valmiita vastausvaihtoehtoja, väärinymmärrys on myös mahdollista. (Hirsijärvi ym. 2012, 201; Soininen & Merisuo-Storm 2009, 130.)

Kysymysten tekemiseen on käytetty aikaa, jotta saadaan muotoiltua parhaat kysymykset juuri siihen mitä halutaan tutkimuksessa tietää. (Hirsijärvi ym. 2012, 195.) On tärkeää esitellä kysely muutamalla henkilöllä ennen kuin varsinaisen kysely laitetaan kaikille jakoon. Näin voidaan vielä muuttaa tai muokata kysymyksiä, jos ne eivät anna odotusten mukaisia vastauksia tai vastaajat ovat sitä mieltä, että kysymykset ovat haastavia ymmärtää. On mahdollisuus kysyä vastaajilta, kokivatko he jotkut kysymykset oudoiksi tai hankaliksi tai eivät ollenkaan ymmärtäneet mitä kysymyksissä haettiin. On vaarallista olettaa, että vastaajilla on tietoa tai heillä on mielipiteensä tutkijoita kiinnostavista asioista. Lisäksi on tarjottava mahdollisuus ilmoittaa, että heillä ei ole mielipidettä tai etteivät tiedä vastausta erilliseen kysymykseen. (Cohen ym. 2008, 321–322.)

Kyselylomakkeen esitelmä suoritettiin ennen varsinaista aineistonkeruuta kohdejoukkoon verrattavissa olevilla henkilöillä. Esitelmäajalta pyydettiin palautetta kysymysten ymmärrettävyydestä ja selkeydestä. Lisäksi heitä pyydettiin kertomaan, miten kauan heillä meni aikaa kysymyksiin vastaamiseen. Saadun palautteen ja omien havaintojen pohjalta teimme kysymyksiin tarvittavia muutoksia. Esimerkiksi kolmannessa kysymyksessä kysyttiin vastaajilta, että mikä saa sinut tekemään käsitöitä? Tämä sekoitti esitelmäajia, koska

tutkimuksessamme haetaan vastauksia neulomiseen liittyen, eikä niin laajasti kaikkiin käsitöihin. Kysymys muokattiin muotoon: Mikä saa sinut tekemään neuletöitä?

Kuudes kysymys esitestauksessa oli Miten Instagramissa tehdyt julkaisut tai stoorit saavat sinut innostumaan neulomisesta? Esitestaushenkilöiden vastattua huomattiin, että tällä kyseisellä kysymyksellä oletamme valmiiksi vastaajien innostuvan Instagramin julkaisuista ja stooreista. Kysymys muokattiin seuraavanlaiseksi: Saavatko Instagramissa tehdyt julkaisut tai stoorit sinut inspiroitumaan neulomisesta? Samassa kohdassa kysyttiin, jos saavat, niin ovatko Instagramin käyttäjät brändejä vai yksittäisiä käyttäjiä? Tätä muokattiin lopulliseen kyselylomakkeeseen seuraavasti: Ovatko sinua inspiroivat tilit yksittäisiä henkilöitä vai brändejä? Mainitse muutama.

Kysymys numero kahdeksan oli esitestausvaiheessa: Miten olet päätenyt seuraamaan käsityö/neulontatilejä Instagramissa? Tästä poistettiin sanan käsityö, koska sitä ei tutkimuksessa haeta. Viimeinen kysymyspari liittyi hashtagien käyttöön. Esitestausvaiheessa kysyttiin, käytätkö neulomiseen liittyviä hashtagia (#) etsiäksesi inspiraatiota neulomistöihin? Vastausten perusteella kysymys vaihdettiin muotoon: Käytätkö neulomiseen liittyviä hashtagia (#)? Koska hashtagia voi käyttää Instagramissa moneen tarkoitukseen, eikä vain inspiraation etsimiseen. Alakysymyksessä kysyttiin esitestauksessa, että millaisia (#) hashtagia käytät etsiäksesi inspiraatiota neulomistöihin? Tämä vaihdettiin seuraavanlaiseksi: Mihin tarkoitukseen käytät hashtagia (#) Instagramissa? Näin ei saada vastauksia pelkästään hashtagien käyttämiseen inspiraatiota etsiessä.

Muutokset koskivat suurimmaksi osaksi sitä, että emme kysy yleisesti käsityön tekemisestä, vaan neulomisesta. Sekä sitä, ettei kysymyksissä ole jo valmiiksi jonkinlaista oletusta asioista. Esitestauksella meni keskiarvallisesti aikaa noin 12 minuuttia vastata kysymyksiin. Tämän myötä kyselylomakkeen esitietoihin merkitsimme, että kyselylomakkeen täyttämiseen menee aikaa noin 10–15 minuuttia.

Valittuihin Instagramin vaikuttajiin otettiin yhteyttä saatekirjeen avulla (Liite 1), jossa kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta ja pyydetään heitä jakamaan kyselyä (Hirsijärvi ym. 2012, 204). Sähköposteja ja Instagram yksityisviestejä kyselylomakkeen linkin jakamisesta lähetettiin 18 neulomiseen liittyvälle Instagram-tiliä pitävälle vaikuttajalle. Lopulta kaksi vaikuttajaa jakoi kyselylinkin omissa Instagram stooreissaan. Kyselylinkin jakaminen Instagram -stoorissa mahdollisti sen, että kyselyyn vastaajat valikoituivat tutkimukseen satunnaisesti, joka lisää tutkimuksen luotettavuutta (Metsämuuronen 2006, 45). Näin ollen

vastausten saaminen ei myöskään edellyttänyt tietyssä paikassa olemista tiettyyn aikaan (Hirsijärvi ym. 2012, 195). Kyselyyn vastasi yhteensä 146 Instagramia käyttävää neulojaa. Vastaajista kaikki eivät vastanneet jokaiseen kysymykseen.

6.3 Analysointi

Aineiston analysoinnissa tavoitteena on löytää keskeiset ydinkategoriat, perusulottuvuudet, mielenkiintoiset näkökulmat, jotka kuvaavat tutkittavaa kohdetta mahdollisimman hyvin. Niiden varaan voi rakentaa tutkimustulosten analysointi. Tutkimustuloksista karsitaan tutkimustehtävän kannalta epäolennainen aineisto pois sekä etsitään ne keskeiset käsitteet, jotka nousevat sieltä usein esiin. (Kiviniemi 2018, 76–81, 83.) Analyysin kaikissa vaiheissa on pidetty mielessä, että saatua aineistoa on tulkittu ja analysoitu oman tutkimuksen näkökulmasta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 127).

Tämän aineiston analysointitapana on käytetty luokittelevaa sisällönanalyysia (Tuomi & Sarajärvi 2018, 103). Ensimmäiseksi tutkittavaan aineistoon tutustuttiin huolellisesti lukemalla vastaukset läpi. Pyrkien siihen, että saadaan jonkinlainen kokonaisnäkemys saadusta aineistosta. Tavoite oli nähdä aineisto juuri sellaisena kuin se on, ilman omia ennakkokäsityksiä tai asenteita. (Metsämuuronen 2006, 175.)

Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä kerätty aineisto redusoidaan, eli pelkistetään ja sitten ryhmitellään. Saatu aineisto pelkistettiin yksinkertaisempaan muotoon. Aineistosta etsittiin samankaltaisia käsitteitä ja ilmaisuja. Vastauksista pyrittiin löytämään tutkimuskysymysten kannalta olennaisia asioita. Käsitteet, jotka kuvaavat samaa ilmiötä ryhmiteltiin sekä yhdistettiin omiksi luokiksi. Aineistosta karsittiin tälle tutkimukselle epäolennainen pois. Näin aineisto saatiin tiiviimpään muotoon, mitään tärkeää kadottamatta. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 103, 104, 108, 122, 124.) Esimerkiksi yksi vastaajista on vastannut seuraavasti kysymykseen: Millaisissa tilanteissa ja millä tarkoituksella selaat Instagramissa käsityötilejä?

Kiva seurata, mitä töitä muilla valmistunut tai juuri työn alla. Haen inspiraatiota mitä neuloisin seuraavaksi tai haen ohjeita tiettyyn neuleeseen tai jollekin tietylle langalle. haluan vertailla esim. saman puseromallin erilaisia väriyhdistelmiä ennen kuin teen oman värivalinnan.

Yllä olevasta vastauksesta on poimittu seuraavat asiat: kiinnostus muiden tekemisiin/töihin, inspiraatio uusiin neulontamalleihin, ohjeiden haku, lankainspiraatio sekä väriyhdistelmien haku. Tämän jälkeen poimituista käsitteistä ja ilmaisuista koottiin luokkia. Aineiston analysoinnin kannalta näiden luokkien luominen on kriittinen vaihe, sillä on vain tutkijoiden oman tulkinnan varassa millä perusteella mitkäkin vastaukset kuuluvat mihinkin luokkaan. Syntyneet alaluokat nimettiin sisältöä kuvaavalla käsitteellä. Luokitteluyksikkönä käytettiin esimerkiksi jokin ilmiön ominaisuutta tai piirrettä. Pelkistettyjä ilmauksia yhdistelemällä saatiin alaluokkia. Alaluokat tiivistyivät ensin yläluokiksi ja lopulta yhdeksi pääluokaksi. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 114, 123–127.) Taulukossa 1 on esimerkki aineiston analysoinnista ja alkuperäisten ilmausten kanssa taulukko löytyy liitteistä (Liite 3).

Taulukko 1. Esimerkki aineiston analysoinnista

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
Hakeminen neuleen, mallin, ohjeen nimellä hashtagin avulla	Inspiraation ja ideoiden hakeminen hashtagien avulla ohjeisiin, malleihin, neulekuviin ja ideoihin	Inspiraation hakeminen, jakaminen ja merkitseminen hashtagien avulla	Hashtagien käyttäminen apuna Instagramissa
Langan, neulojen ja vinkkien hakeminen hashtagin avulla			
Tiettyjen neulekuvien etsiminen nähdäkseen muiden versioita tietystä neuleesta hashtagilla			
Tietyn neulontamallin eri väri variaatioiden etsimiseen hashtagilla			
Uusien ideoiden ja inspiraation etsiminen hashtagilla			
Julkaisujen löytämiseen hashtagilla			
Muiden hakujen helpottaminen hashtagilla	Muiden hakujen helpottaminen ja inspiraation jakaminen hashtagien avulla		
Käyttäjät löytäisivät tietyn neulontamallin tai sen eri väri variaatioita hashtagien avulla			
Hashtagien käyttäminen muiden inspiraatioksi ja avuksi			
Langan tietojen merkitseminen hashtagilla	Hashtagin käyttäminen tietojen merkitsemiseen		
Ohjeen tekijän tai suunnittelijan merkitseminen hashtagilla			
Neulomani ohjeen, mallin tai neuleen nimen merkitseminen hashtagilla			
Yhteisneulontaan osallistumisen merkitseminen hashtagilla			
Uudet seuraajat ja kommentit	Oman tilin/julkaisujen näkyvyys	Oman tilin näkyvyys	
Saadakseni lisää näkyvyyttä tililleni			

Aineistolähtöisen sisällönanalyysin viimeisessä vaiheessa oli vuorossa aineiston abstrahointi. Abstrahointi on prosessi, jossa tutkija itse rakentaa muodostamiensa käsitteiden avulla kuvauksen tutkimuskohteesta. (Metsämuuronen 2006, 122.) Aineistolähtöisessä analyysissä käsitteet muodostetaan aineistosta. Käsitteellistämistä jatkettiin siihen asti, että saatiin vastaus tutkimustehtävään. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 124–127, 133.) Tutkimuksesta saatu aineisto järjestettiin siihen muotoon, että sen perusteella voitiin tehdä johtopäätöksiä. Tässä kohtaa erotettiin luokitteluista tutkimuksen kannalta olennainen tieto. Keskeisistä käsitteistä koottiin käsitekartta. Se auttoi visuaalisesti hahmottamaan suuren kokonaisuuden eri osia yhtä aikaa.

Se myös selkeytti eri vastausten välisiä suhteita. Tutkimuksen tuloksissa tuodaan esiin luokittelujen pohjalta muodostetut käsitteet ja niiden sisällöt. Tulosten yhteenvedon on kerätty tuloksista esiin nousevat teemat. Tämän myötä tuloksista on muodostunut tutkimuksen johtopäätökset (Metsämuuronen 2006, 122, 125).

6.4 Tutkimusetiikka

Tutkimusetiikka keskittyy ensisijaisesti siihen, miten tutkijoiden tulisi kohdella tutkimiaan ihmisiä. Tutkimusta tehdessä tulee ottaa huomioon useita periaatteita, kuten haittojen minimoiminen, ihmisten autonomian kunnioittaminen ja heidän yksityisyytensä säilyttäminen. (Traianou 2020, 86.) Puhuttaessa eettisestä tutkimuksesta tarkoitetaan sitä, mitä tutkijoiden pitäisi ja taas toisaalta ei pitäisi tehdä tutkimuksessa. Tutkijat tekevät sen hetkiseen tietoonsa nähden perustuvia päätöksiä juuri oman tutkimuksen näkökohdista. Eettiset näkökohdat tulee ottaa huomioon aina aiheen valinnasta aineistonhankintaan ja sen analysointiin. (Cohen ym. 2018, 111–112.)

Tutkijoilta edellytetään kunnioitettavaa suhtautumista ihmisiin, joita he tutkivat (Alasuutari 2005, 19). Yksi merkittävä osallistumispäätökseen vaikuttava tekijä on arvio siitä, kuinka kauan tutkimukseen osallistumiseen menee aikaa. Tämä on tuotava ilmi, jotta tutkittava voi päättää halukkuutensa vastata siihen. Tutkijoiden on ilmoitettava selkeästi, että tutkimus perustuu vapaaehtoisuuteen ja tutkittavalla on koska tahansa mahdollista keskeyttää osallistuminen kyselyyn. (Kuula 2011, 86, 106–107; Tuomi & Sarajärvi 2018, 155–156.) Kyselylomakkeen ensimmäinen kysymys oli seuraavanlainen: Vastaamalla tähän kyselyyn annan luvan käyttää tätä materiaalia pro gradu -tutkimuksemme aineistona. Vastaamalla kyllä kysely jatkui ja vastaavasti vastaamalla ei kyselyyn vastaaminen päättyi. Tutkijoiden tulee tuoda esille tutkimuksen alussa, miten kerättyjä tietoja käytetään ja säilytetään sekä kenellä on pääsy tietoihin (Kuula 2011, 177).

Tämän tutkimuksen kyselylomakkeessa ensimmäisellä sivulla tuotiin ilmi, että kyselylomakkeen täyttämiseen menee aikaa noin 10–15 minuuttia. Lisäksi on tuotu ilmi, että kyselyyn vastaaminen on täysin vapaaehtoista ja lomakkeen täyttämisen voi keskeyttää missä vaiheessa tahansa. Vastaajat eivät annan missään vaiheessa tutkimusta minkäänlaisia henkilötietoja tai mitään muutakaan mistä voisi tunnistaa vastaajan. Mitään rekisteriä osallistujista ei siis synny. (Kuula 2011, 177.) Tutkimuksen tulososiossa mainituista lainauksista ei ole siis mahdollisuutta tunnistaa yksittäistä osallistujaa, koska mitään

henkilötietoja ei ole luovutettu. Tutkimuksen tekemisessä noudatetaan hyvää tieteellistä käytäntöä sekä otetaan huomioon eettiset näkökulmat (Hirsijärvi ym. 2012, 23).

Hyvän tutkimuskäytännön mukaan vastaajille tuodaan esille ennen vastaamista se, että tuloksia käsitellään luotettavasti ja vastaukset tulevat vain tämän tutkimuksen käyttöön. Näin pystytään säilyttämään luottamuksellisuus ja kyselyyn on helpompi osallistua. (Anttila 2005, 509.) Tutkimuksesta saadut osallistujien vastaukset eivät päädy ulkopuolisten käsiin vaan ovat vain tutkijoiden ja ohjaajan saatavissa (Tuomi & Sarajärvi 2018, 156). Tämän tutkimuksen tietosuojailmoituksessa on kerrottu, että kerättyä aineistoa käytetään pro gradu tutkimuksemme tutkimusaineistona. Tietoja ei siirretä, eikä luovuteta muille, kuin meille tekijöille, sekä ohjaajalle. Kerättyä aineistoa säilytetään nimettömänä kahden salasanan takana yliopiston tietojärjestelmä-seafilessä ja hävitetään viiden vuoden jälkeen tutkimuksen päätyttyä.

7 TUTKIMUSTULOKSET

7.1 Neuletöiden pariin johtavia tekijöitä

Aineiston vastauksissa mainittiin (n=8), että Instagramin kautta vastaajat ovat innostuneet aloittamaan neulomisharrastuksen. Myös erilaisten yhteisneulontojen myötä vastaajat (n=8) ovat tarttuneet puikkoihin. Tämä on samansuuntainen tulos kuin Courtin (2020) tulokset, että yhteisöllisyyden kokemus muiden neulojien kanssa oli merkittävä motivaation lähde neuloessa (Court 2020).

”Instagramin somehaasteet, kuten Käsiyökekkereiden pipo-live ja Hnetur-haaste.”

”Olen törmännyt niin moneen ihanaan kuvaan islantilaisneuleista Instagramissa ja Facebookissa, joten päätin yli 10 vuoden jälkeen kokeilla myös...”

Uudet neulemallit ja tekniikat Instagramissa (n=19) sekä Instagram (n=8) koetaan inspiroivina neuletyön aloittamisessa. Vastauksista nousi esille halu ja mahdollisuus oppia uutta, esimerkiksi uudet tekniikat Instagramissa. Siellä nähdyistä muiden tekemistä neuletöistä innostutaan ja motivoitutaan sekä tulee tarve tehdä samanlainen oman näköisenä. Oman näköiset tuotteet saavat vastaajia neulomaan (n=15). Tämä mukailee Vähälän (2003) tuloksia siitä, että valmis tuote on tekijänsä ”näköinen” (Vähälä 2003, 60).

”Saatan nähdä tietyn mallin Instagramissa ja minulle tulee idea tehdä samanlainen oman näköisenä.”

”Pitkän tauon jälkeen Instagramin neulepostaukset innostivat jatkamaan harrastusta.”

7.2 Neuletöiden jakamiseen johtavia tekijöitä

Kaikista (n= 146) vastaajista 108 vastasi jakavan neuletöitään Instagramissa. Jakamisen syitä ovat tyytyväisyys omasta työstä, ja halu näyttää muille neuletöiden lopputulos (n=54). Neulojat ovat ylpeitä omasta työstään, valmiista neuleesta ja omasta osaamisestaan. He haluavat näyttää Instagramissa mitä ovat saaneet aikaiseksi, sekä haluavat saada ihailua ja kehuja omalle työlleen. Näin muutkin saavat nähdä heidän tekemiään töitä. Nämä tulokset mukailevat myös Hagedornin ja Springgayn tutkimuksen tuloksia, joiden mukaan ihmiset kokivat ylpeyden ja ilon tunnetta omista saavutuksista käsitöiden parissa. (Hagedorn & Springgay 2013, 17.)

”...Olen ylpeä töistäni ja haluan niistä ehkä myös vähän ihailua.”

”Pitkän projektin saaminen päätökseen, ylpeys omasta työstä.”

Vastaajat mainitsivat (n=40) onnistumisen, vinkkien ja ohjeiden jakamisen Instagramissa. He jakavat niitä Instagramissa suureksi osaksi inspiraatioksi ja iloksi muille käyttäjille.

Vastauksissa mainittiin myös muiden auttaminen, kun käyttäjät löytävät itse sopivia neulemalleja ja värivaihtoehtoja Instagramin hashtagien kautta. He tietävät, että kuvista voi saada apua esimerkiksi neuleiden lankojen värien valintaan. Tämä on samansuuntainen tulos kuin Varosen (2021) Facebookkiin kohdentuvassa pro gradu -tutkielmassa, että neulontaryhmässä olemisen syistä nousi merkittäväksi syyksi muiden neuvojen sekä vinkkien löytäminen omaan tekemiseen (Varonen 2021).

”Haluan jakaa käsityön iloa. Saan itse paljon ideoista ja vinkkejä toisten ig kuvista ja toivon että joku saa niitä myös omista kuvistani...”

”...ja olen ajatellut, että koska itsekin saatan etsiä esimerkiksi lankaideoita tai väri-ideoita käsitöihin, täämällä käytetyt langat/värit voi auttaa muiden käsityöharrastajien ideoiden keräämisessä.”

Vastaajat kertoivat tallentavansa kuvia Instagramiin itselleen talteen (n=36). He käyttävät Instagramia päiväkirjana käsi- ja neuletöistään. Vastauksissa mainittiin lisäksi Instagram-tilin olevan tietynlainen käyntikortti, josta voi mainita esimerkiksi työhakemuksessa. Käyttäjät jakavat kuvia Instagramissa yhteisöllisyyden vuoksi (n=13). Instagramissa järjestetään erilaisia yhteisneulontoja ja niiden myötä syntyneitä neulekuvia jaetaan Instagramiin. Yhteisneulontojen kautta on löytynyt uusia neuleystäviä, tämä on samansuuntainen tulos kuin Courtin (2020) tutkimuksessa. Neulojat kertovat hyötyjä neulomiseen liittyvien asioiden jakamisesta muiden kanssa, he mainitsevat esimerkiksi mielekkäiden ystävyysuhteiden muodostumisen. (Court 2020.) Myös Lee ym. (2015) ovat havainneet tutkimuksessaan, että Instagramissa sosiaalinen vuorovaikutus on vahvasti läsnä sekä käyttäjät haluavat muodostaa yhteyksiä samanmielisten ihmisten kanssa (Lee ym. 2015, 555).

”Olen visuaalinen ihminen ja tykkään kuvista tekstejä enemmän. Jo ennen Instagram-tilin perustamista kuvailin valmistuneita neuleitani vähän kuin portfolioiksi tai neulepäiväkirjaksi, jotta voisin myöhemmin palata niihin. Julkiseksi tämän homman muutin siksi, ettei minulla ole paikkakunnalla neuleystäviä, joiden kanssa jakaa innostusta valmistuneista neuleista, uusista langoista tms., kun taas Instagramin kautta

näitä neuleystäviä on löytynyt. Olen itse saanut neuleyhteisöstä valtavasti iloa, joten siksi jaan mielelläni itsekin inspiraatiota eteenpäin.”

”Pidän tietyllä tapaa päiväkirjaa itselleni, jotta voin seurata, mitä kaikkea olen tehnyt.”

”Oma tili on tavallaan päiväkirja (teen sitä eniten itselleni), mitta saan myös ideoita muilta käyttäjiltä.”

7.3 Inspiroituminen Instagramin perusteella

Tutkimukseen osallistuneista neulojista 139 kertoi saavansa inspiraatiota Instagramissa muiden käyttäjien tekemistä julkaisuista tai stooreista. Vastaajista yksikään ei maininnut inspiroituvansa pelkästään brändien tileistä. Kaikki eivät kertoneet inspiroituvatko enemmän yksittäisien henkilöiden, eli vaikuttajien vai brändien tileistä. Brändien ja vaikuttajien tilien lisäksi vastauksissa mainittiin inspiroivien tilien olevan esimerkiksi lankapuoteja/-kauppoja. Mainituista Instagram-tileistä 175 löytyi Instagramista ja liittyi neulomiseen. Viisi eniten mainittua tiliä olivat: vaikuttajat Käsityökekkerit ja Niina Laitinen, brändit Novitaknits ja PetiteKnit sekä lankakauppa Nurja.fi.

7.4 Neulontatilien seuraamiseen johdattavia tekijöitä

Vastaajat päätyvät seuraamaan neulontatilejä Instagramin eri väylien kautta (n=69). Instagram ehdottaa eri tilejä, joita vastaajat alkavat seurata mielenkiinnosta. Uusien tilien pariin löydetään hashtagien kautta sekä vain selailemalla Instagramia. Osa vastaajista kertoi löytävänsä uusia tilejä tägäysten kautta.

”Yleensä haen tietyllä hashtagilla inspiraatiokuvia ja sitä kautta päädyn seuraamaan tilejä.”

”Selailen neulekuvia ja jos joku tili on visuaalinen ja monipuolinen, niin otan seurantaan.”

Kauniiden ja inspiroivien kuvien sekä ohjeiden (n=34) vuoksi vastaajat päätyvät seuraamaan eri neulontatilejä. Vastaajat haluavat seurata tilejä, joilta saavat inspiraatiota ja vinkkejä omiin tuleviin töihin, mutta myös vain katsellakseen muiden jakamia kauniita kuvia neuletöistä.

Huolella tehdyt työt saavat vastaajat seuraamaan neulontatilejä Instagramissa.

Lankakauppojen julkaisemat kauniit kuvat uutuuksista ja erilaisista lankamateriaaleista saavat

vastaajat seuraamaan heidän tilejään. Vastaajat päätyvät seuraamaan Instagram -tilejä näiden lisäksi ilmaisten tai maksullisten ohjeiden vuoksi.

”Kauniit kuvat huolella tehdyistä ja viimeistellyistä töistä kiinnittävät huomion. Kun teen itse siistiä ja viimeistelyä jälkeä, tykkään seurata omaa silmää miellyttäviä tilejä.”

Neuletilejä päädytään seuraamaan ystävän tai jonkun muun suosittamana (n= 28). Ystävät tai muut tutut suosittelevat tilejä, joita sitten selataan, olisiko itseä kiinnostavia. Jos ovat niitä päädytään toki seuraamaan. Osa neuletileistä oli seuraajien tuttujen tilejä, joita seuraisivat muutenkin.

”Siskon tyttö houkutteli minut Instagramiin ja sitä kautta olen hakenut inspiraatiota villasukkien ja villapaitojen kuvioihin ja väriyhdistelmiin.”

Halu seurata neuleharrastukseen liittyviä tilejä (n=28) mainittiin vastauksissa. Vastaajat etsivät tarkoituksella neulesisällöllisiä tilejä Instagramissa. Näistä he saavat inspiraatiota omiin töihinsä tai vaan yksinkertaisesti ihailevat muiden saman henkisten ihmisten tilejä. Muilta neule-/käsityötileiltä he saavat vinkkejä niin omiin töihin kuin muihin seurattaviin tileihin. Vastaajilla on halu seurata omaan harrastukseen, neulomiseen liittyviä tilejä sekä halu pysyä perillä siitä mitä muut neulojat tekevät.

”Haluan seurata omaan harrastukseen liittyviä tilejä.”

”On luontevaa seurata ihmisiä, joilla sama harrastus. Seuraan tiettyä tiliä, jos pidän henkilön suunnittelemista malleista tai yrityksen langoista, tai törmään muiden jakamiin kivoihin kuviin joltain neulojalta.”

Vastaajat kertoivat päätyvänsä seuraamaan sattumanvaraisesti (n=15) neulontatilejä Instagramissa, tämä tapahtuu päivittäisen Instagramin selaamisen lomassa. Vastaajat löytävät näin uusia seurattavia tilejä. Toisten vaikuttajien ja blogien kautta (n=10) päädyttiin seuraamaan myös heidän neulontatilejensä Instagramissa. Vastaaja mainitsi esimerkkinä seuraavansa Satu Rämöä ja päätyneensä hänen kauttansa seuraamaan käsityökekkereiden Veera Jussilan tiliä. Blogien kirjoittajilla on usein tili myös Instagramissa. Yhteisneulonnat olivat yksi syy aloittaa Instagram-tilin seuraaminen. Vastaajat haluavat saada heidän kauttaan informaatiota mahdollisista yhteisneulonnoista tai osallistuakseen sellaiseen.

7.5 Tilanteet ja tarkoitus selata käsityötilejä Instagramissa

Vastauksissa mainittiin inspiraation hakeminen eri tarkoituksiin. Vastajat mainitsivat hakevansa inspiraatiota uusiin neulontamalleihin ja tuleviin neulontaprojekteihin. Kun edellinen työ on valmistumassa ja halutaan inspiraatiota seuraavaan työhön, selataan Instagramia. Inspiraatiota haetaan silloin, kun vastaaja haluaa tehdä jotain, mutta ei vielä tiedä mitä ja etsii tällöin apua Instagramin käsityötileiltä. Instagramia selailemalla halutaan saada inspiraatiota lankoihin, väriyhdistelmiin ja värimalleihin. Vastajat inspiroituivat toisten tekemistä neuletöistä ja saavat siitä ideoita omiin töihinsä. Instagramin käsityötileiltä haetaan ohjeita ja ohjevideoita oman tekemisen tueksi. Nämä tulokset ovat samansuuntaisia kuin Schafferin (2013) tulokset. Nykyaikana ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa yleisesti tiedon hakemiseen, niin työ-, kuin vapaa-aikana sekä inspiraatioksi. (Schaffer 2013,6.)

”Kiva seurata, mitä töitä muilla on valmistunut tai juuri työn alla. Haen inspiraatiota mitä neuloisin seuraavaksi tai haen ohjeita tiettyyn neuleeseen tai jollekin tietylle langalle. Haluan vertailla esim. saman puseromallin erilaisia väriyhdistelmiä ennen kuin teen oman värivalinnan.”

”Inspiroituakseni uusista malleista tai jos etsin lankaideoita.”

Instagramia selataan iltaisin ja vapaa-ajalla (n=35). Käyttäjät selaavat käsityötilejä ollessaan tylsistyneitä tai toisaalta rentoutuakseen. Nämä tulokset mukailevat Huutilaisen ja Peltosen (2020) tutkimuksen tuloksia. Sosiaalista mediaa voidaan myös käyttää rentoutumisen välineenä päivän päätteeksi ja sen kautta voi saada hyvän mielen virikkeitä ja inspiraatiota. (Huutilainen & Peltonen 2020, 114.) Käsityötilejä seurataan pysyäkseen kärryillä uusista neulomiseen liittyvistä jutuista ja pitääkseen yhteyttä neuleystäviin. Osa vastaajista mainitsee selaavansa Instagramia säännöllisesti (n=25). Osalle se toimii ”päivänlehtenä” ja toiset taas selaavat kotiaskareiden välissä tai julkisissa liikennevälineissä ollessaan matkalla töihin.

”Ajankulua ja mielenkiinnosta jos löytyy jotain mielenkiintoista ja löytyyhän niitä kiinnostavia neuleita, ideoita ja sen myötä tilejä.”

Käsityötilejä katsotaan kauniiden kuvien vuoksi sekä toisten kädentaitoja ihailukseen (n=26). Sieltä haetaan hyvää mieltä ja fiilistä kuvien muodossa. Tämä on samansuuntainen tulos kuin Leen ym. (2015) tutkimuksessa, jossa käy ilmi, että osa käyttää Instagramia myös rentoutuakseen ja halusta katsoa muiden kuvia (Lee ym. 2015, 555).

”On ihana katsella vaan kauniita neuleita, sukkiä, pipoja. jos vaikka löytyisi uusi idea neuletyöhön.”

Käsityötilejä katsotaan ihan yleisesti käytettäessä tai selatessa Instagramia (n=14). Ei välttämättä erikseen seurata pelkkiä käsityötilejä vaan ne tulevat ruutuun muiden seurattavien joukossa.

7.6 Hashtagien hyödyntäminen Instagramissa

Neulomiseen liittyviä hashtageja (#) kertoi käyttävän kaikista vastaajista 88. Vastaajat mainitsivat vastauksissaan käyttävänsä niitä inspiraation ja ideoiden hakemiseen ohjeisiin, malleihin, neulekuviin ja ideoihin (n=42) sekä tietojen merkitsemiseen (n=35). Neuleen nimeä, mallia tai neuleen suunnittelijaa käytetään hakiessa hashtageilla. Niiden avulla etsitään esimerkiksi tiettyjen neuleiden kuvia, jotta näkee millaisia versioita ihmiset ovat neuloneet niistä malleista. Lisäksi etsimällä tietyn langan hashtagilla voidaan löytää kuvia siitä, mitä muut ovat samasta langasta tehneet. Hakujen avulla etsitään uusia ideoita ja inspiraatiota. Hashtageja käytetään muiden hakujen helpottamiseksi ja inspiraation jakamiseksi (n=41). Vastaajat merkitsevät ohjeen suunnittelijan, neulomansa mallin nimen, langan tietoja, mitä lankaa käyttävät sekä langan merkin hashtagilla. Kun merkitsee omiin kuviin hashtageja, voivat muut Instagram -käyttäjät löytää etsimänsä helpommin. Edellä mainittujen lisäksi Instagramissa järjestettyjen yhteisneulontojen yhteydessä neulojat merkitsevät lisäämiinsä kuviin yhteisneulontaan osallistumisensa käyttämällä tiettyä hashtagia.

”... Käytän niitä omissa kuvissa koska ajattelen että muutkin voi löytää kuvani niiden kautta ja saada hakemaansa inspiraatiota...”

”Jos haen joitain tiettyjä ohjeita, kun mielessä on jo itsellä idea, minkä neuleen haluan tehdä. Vertailen malleja tai haluan vertailla minkälaisia väriyhdistelmiä neuleesta, on jo tehty. Helpottaa omia värivalintoja eikä tarvi purkaa, kun oman värisuunnitelman on etukäteen huolella jo miettinyt.”

Vastaajat mainitsivat, että haluavat auttaa muita. Hashtagien avulla he löytävät heidän kuvansa ja saavat niiden avulla itselleen inspiraatiota. Nämä tulokset mukailevat Sheldonin ja Bryantin tuloksia siitä, että hashtag toiminto auttaa muita käyttäjiä löytämään juuri heidän kuvansa Instagramissa (Sheldon & Bryant 2016, 91). Inspiraation jakamisen yhteydessä

mainittiin myös se, että vastaaja etsi itsellä loppunutta lankaa lisää hashtagin avulla Instagramin kautta.

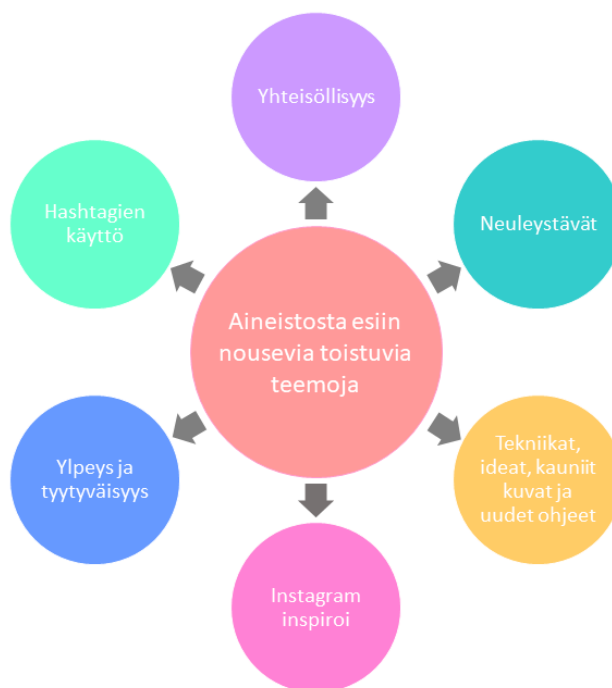
”Samalla toivon, että ihmiset löytää tilini niiden kautta ja alkaa seurata minua.”

”Jotta kuvistani olisi inspiraatiota ja apua muillekin. Etsin itse esim. jämälankaa loppuneen tilalle, kun laitan langan nimen instaan ja kysyn kuvan julkaisseelta, onko hänelle jäänyt kyseistä lankaa projektistaan yli.”

Vastaajat haluavat hashtageja käyttämällä lisätä oman Instagram -tilin ja -julkaisujen näkyvyyttä (n=8). Hashtagien avulla muut neulojat voivat löytää kuvia ja vinkkejä juuri heidän tekemistänsä neuleista, vaikka eivät seuraisikaan juuri heidän tiliään. Tämän myötä voi myös saada uusia seuraajia ja kommentteja neuleille. Tämä on samansuuntainen tulos kuin Humphreyn (2016) tulokset, että hashtagit ovat välttämätön työkalu uusien seuraajien löytämiseksi (Humphrey 2016).

7.7 Tutkimustulosten yhteenveto

Tutkimuksen tuloksista nousi esiin yhteensä kuusi teemaa, jotka ovat koottu tutkimustulosten yhteenvetoon. Teemat ovat: Neuleystävät, yhteisöllisyys, hashtagien käyttö, ylpeys ja tyytyväisyys, Instagram inspiroi sekä tekniikat, ideat, kauniit kuvat ja uudet ohjeet. Nämä on koottu seuraavaan kuvioon 2.



Kuvio 2. Aineistosta esiin nousevat toistuvat teemat

Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys (Kuvio 2) oli yksi tuloksista nousseista teemoista. Instagramin ja siellä järjestetyt yhteisneulonnat neulojien kesken ovat saaneet vastaajat neulomisharrastuksen pariin. Yhteisneulontojen myötä ja yhteisöllisyyden vuoksi vastaajat kertovat jakavansa kuvia Instagramiin. Yhteisneulonnat merkitään Instagramiin jaettuun kuvaan hashtagin avulla, näin muutkin samaan yhteisneulontaan osallistuvat löytävät muiden osallistujien tekemiä neuletöitä. Yhteisneulontojen myötä löydetään lisää seurattavia neuleaiheisia tilejä.

Neuleystävät

Neuleystävät (Kuvio 2) nousivat esiin tuloksista. Instagramissa järjestettyjen erilaisten yhteisneulontojen kautta vastaajat ovat löytäneet useasti neuleystäviä. Tuloksista käy ilmi, että neuleystävät suosittelevat neulomiseen liittyviä Instagram -tilejä, joita käyttäjät päätyvät seuraamaan. Vastaajat selaavat Instagramia pitääkseen yhteyttä neuleystäviinsä. Neuleystävien myötä vastaajat haluavat jakaa kuvia neuletöistään Instagramiin, jotta muutkin näkisivät mitä he ovat neuloneet.

Hashtagien käyttö

Tuloksista nousi esiin hashtagien käyttö (Kuvio 2). Vastaajista 88 kertoi käyttävänsä hashtageja Instagramissa. Hashtagien avulla merkitään Instagramiin lisättyyn julkaisuun tietoja kuvasta, näin jaetaan inspiraatiota muille. Kun kuvaan on merkitty hashtagien avulla tietoja, on muiden helpompi löytää niitä. Hashtagina käytetään esimerkiksi neuleen mallin nimeä, langan merkkiä tai neuleohjeen suunnittelijaa. Selatessa Instagramia tai etsiessään jollain tietyllä hashtagilla, näin vastaajat päätyvät myös seuraamaan uusia neulontatilejä. Yksi vastaaja mainitsee myös, että hashtagin avulla he etsivät itselleen lisää loppunutta lankaa.

Ylpeys ja tyytyväisyys

Ylpeys ja tyytyväisyys (Kuvio 2) oli yksi tuloksista nousseista teemoista. Vastaajat ovat ylpeitä ja tyytyväisiä omista neuletöistään, osaamisestaan sekä onnistumisestaan. He haluavat näyttää muille mitä ovat saaneet aikaiseksi, eli valmiin tai keskeneräisen neuletyön. Näiden lisäksi he haluavat ihailua ja kehuja omille neuletöilleen. Nämä kaikki saavat jakamaan kuvia Instagramiin. Näkyvyyttä omille kuville lisätään käyttämällä hashtageja julkaistuissa kuvissa ja myös uusia seuraajia ja kommentteja voidaan saada tämän myötä.

Tekniikat, ideat, kauniit kuvat ja uudet ohjeet

Tekniikat, ideat, kauniit kuvat ja uudet ohjeet (Kuvio 2) nousivat tuloksista esiin. Uudet neulemallit ja tekniikat Instagramissa, sekä halu ja mahdollisuus oppia uutta, inspiroivat vastaajat tekemään neuletöitä. Kauniit ja inspiroivat kuvat sekä ohjeet ja huolella tehdyt työt, saavat heidät seuraamaan uusia tilejä. Vastaajat mainitsevat selaavansa Instagramia ”pysyäkseen kärryillä” uutuuksista ja ihan vain katsellakseen ja ihaillakseen muiden jakamia kauniita kuvia sekä kädentaitoja. He haluavat jakaa onnistumisiaan, vinkkejä ja ohjeita Instagramissa inspiraatioksi ja iloksi muille käyttäjille. Myös muiden tekemät neuletyöt luovat innostusta ja motivaatiota. Tämän myötä tulee tarve tehdä itselle samanlainen neule oman näköisenä. Nämä asiat saavat heidät tekemään neuletöitä.

Instagramista haetaan inspiraatiota uusiin neuleprojekteihin selailemalla malleja seuraavaan työhön, esimerkiksi hashtagien avulla. Hashtagien avulla selailaan myös ohjeita, malleja, neulekuvia, ideoita ja muita neulojia tekemisen tueksi. Vastaajat selaavat Instagramia inspiraatiota etsiessään esimerkiksi lankoihin, värien valintaan tai eri väri vaihtoehtoihin. He käyttävät hashtagia etsiessään muiden versioita. Toisaalta vastaajat haluavat jakaa itse kuvia Instagramiin, jotta niistä olisi apua esimerkiksi muiden neulojien neulemalli- tai väri valintoihin. Lisäksi vastaajat tallentavat kuvia neuletöistään Instagramiin itselleen talteen, esimerkiksi päiväkirjan tapaan.

Instagram inspiroi

Viimeisenä teemana tuodaan esiin Instagramin inspiroivuus (Kuvio 2). Instagram, vaikuttajat sekä brändien tilit inspiroivat ja saavat tekemään neuletöitä. Vastaajista 139 kertoi inspiroituvansa neulomisesta Instagramiin tehdyistä julkaisuista ja stooreista. He etsivät tarkoituksella neulesisältöä sisältäviä tilejä Instagramissa. Tämän myötä he kokevat saavansa inspiraatiota omiin töihinsä. Vastaajat jakavat kuvia töistään inspiraatioksi ja iloksi muille käyttäjille.

8 USKOTTAVUUS JA LUOTETTAVUUS

Tutkimuksen uskottavuus ja tutkijan tekemät eettiset ratkaisut tutkimusta tehdessä ovat erottamattomia. Tutkimuksen uskottavuus perustuu sille, että olemme tutkijoina noudattaneet hyvää tieteellistä käytäntöä läpi tutkimuksen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 150.) Ei ole olemassa yksiselitteisiä ohjeita, joiden avulla voidaan arvioida laadullisen tutkimuksen luotettavuutta. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida tarkastelemalla vastaavuutta (credibility), siirrettävyyttä (transferability), luotettavuutta (dependability) sekä vahvistettavuutta (confirmability). (Lincoln & Cuba 1985, 213, 219, 300; Merisuo-Storm 2009, 164–167.)

Tutkimuksen luotettavuuden tarkastelemisen lähtökohta on tutkimusmenetelmien sekä siinä tutkittavan ilmiön perusrakenteen vastaavuus (Metsämuuronen 2006, 200). Tutkijoiden pitkäaikainen sitoutuminen tutkimuksen tekemiseen ja aineistoon sekä aikaisempiin tutkimuksiin perehtyminen parantavat vastaavuutta (Lincoln & Cuba 1985, 301).

Tutkimuksen luotettavuutta lisää lähteinä käytetty korkeatasoinen tutkimuskirjallisuus (Tuomi & Sarajärvi 2018, 183). Tutkimuksessa on pyritty käyttämään pääasiassa vertaisarvioituja tutkimusjulkaisuja, kansainvälisiä lähteitä ja laadukasta tutkimuskirjallisuutta. Tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin lisäämään myös perehtymällä teoreettiseen taustaan huolella ja näitä taustatietoja hyödyntämällä rakennettiin kyselylomaketta. Omat kokemukset ja ennakkotiedot olivat tässä kohtaa taustalla vahvoina.

Tutkimusprosessimme on ollut johdonmukainen. Tutkimamme ilmiö, aineiston hankintatapa, teoreettinen lähestymistapamme, analyysimenetelmämme sekä raportointitavallamme on selkeä yhteys. (Metsämuuronen 2006, 202.) Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus ajoittui vajaan kahteen vuoteen. Vastaavuuteen on kiinnitetty huomiota tässä tutkimuksessa perusteellisella aineistoon tutustumisella. Aineistoon on yritetty säilyttää yhteys palaamalla siihen vähän väliä ja näin välttämään ajautumasta harhaan. Luotettavuutta on pyritty lisäämään sillä, että ulkopuolinen henkilö on aika ajoin lukenut ja kommentoinut tekstiä ja sisältöä. Näitä saatuja ehdotuksia on mietitty ja tehty niitä muutoksia, joista on oltu kommentoijien kanssa yhtä mieltä. Vastaavuuden parantamiseksi tutkimustulosten yhteyteen on otettu suoria lainauksia vastauksista. Näin on saatu säilytettyä alkuperäisen aineiston yhteys tuloksiin. Lainausten tarkoituksena on selventää ja tukea tutkimustuloksia. Ne myös elävöittävät tekstiä ja niiden avulla pääsee vastaajien ajatuksiin paremmin käsiksi.

Tutkimuksen siirrettävyyttä tulee pohtia mietittäessä tutkimuksen uskottavuutta (Soininen & Merisuo-Storm 2009, 165). Tulosten siirrettävyydellä tarkoitetaan sitä, miten tutkimuksesta saadut tulokset ovat siirrettävissä johonkin toiseen kontekstiin (Lincoln & Cuba 1985, 316; Soininen & Merisuo-Storm 2009, 165). Siirrettävyys on riippuvainen siitä, miten samankaltainen tutkittu ympäristö on verrattuna uuteen ympäristöön. Tutkijan tulee antaa tutkitusta ympäristöstä tarpeeksi informaatiota, jotta lukija pystyy pohtimaan tulosten sovellettavuutta muuhun kontekstiin. (Lincoln & Cuba 1985, 316.) Tämä aineisto on kerätty Instagramin käyttäjiltä ja vastauksissa käy ilmi heidän kokemuksiaan. Pohdimme, että vaikuttiko saatuihin tuloksiin se, että kyselyä jakoi vain kaksi Instagramin vaikuttajaa. Jatkossa olisikin mielenkiintoista laittaa kysely johonkin neulontaryhmään Facebookissa. Kyselyyn pyydetäisiin vastaamaan, jos käyttää Instagramia hyödyksi neulomistöissä, tällöin saisi vastauksia laajemmin monien eri vaikuttajien seuraajilta.

Vahvistettavuus on tutkimustulosten perustumista tutkimusaineistoon. Saatu tutkimusaineisto tulee kuvata huolellisesti. Siitä tehtyjen tulkintojen sekä niistä johdettujen johtopäätösten tulee olla niin loogisia, että lukija pystyy yhdistämään tutkimustulokset aineistoon, eikä tutkijan omiin käsityksiin ja näkemyksiin. (Lincoln & Cuba 1985, 323–324.) Lukija pystyy yhdistämään tutkimusaineistosta tehdyt tulkinnat aineistoon, sillä Tutkijat ovat pyrkineet sulkemaan omat ennakkokäsitykset pois aineistoa analysoidessa. Molemmat tutkijat ovat analysoineet koko aineistoa ja saadut tutkimustulokset on kuvattu huolellisesti. Jokaisen kyselylomakkeen kysymysten vastaukset on käsitelty erikseen ja tämän jälkeen tehty tuloksista yhteenveto ja johtopäätökset.

Luotettavuuden kannalta olennaista on, että aineiston analysoinnin eteneminen on kuvattu hyvin yksityiskohtaisesti tekstissä. Siitä käy ilmi, miten aineiston analysointi on suoritettu, miten sitä on luokiteltu, mihin tuloksiin ja johtopäätöksiin on päädytty. (Hirsijärvi ym. 2012, 232; Tuomi & Sarajärvi 2018, 164.) Tutkimuksen luotettavuutta tukee se, että tutkimuksen toteutus ja analysointi tuodaan selkeästi lukijan nähtäville. Luokittelun alkutilmaukset ja siitä tehdyt yksinkertaistukset on tuotu taulukossa esille. (Hirsijärvi ym. 2012, 232.) Tutkimuksen aineiston sisällönanalyysin luotettavuutta on tuotu esille luokittelussa tehtyjen taulukkoesimerkkien sekä aineistosta poimittujen sitaattien avulla.

Tutkimuksen luotettavuuden ja edustavuuden arvioinnin ongelma on, että verkkolomake on vapaasti verkossa saatavilla eli kuka tahansa voi halutessaan osallistua tutkimukseen. Toisena luotettavuuden ja uskottavuuden ongelmana on, että vain kaksi vaikuttajaa jakoi

kyselylomakkeen linkkiä, jolloin kaikkiin vastauksiin ei saatu kattavaa otosta. (Kuula, 2011, 174.) Tutkimuksen tiedon keräämisen muotona käytettiin kyselylomaketta. Ennen varsinaista aineistonkeruuta suoritettiin kyselylomakkeen testaus, jossa kyselyä esiteltiin kuudella lähipiirin henkilöllä. Esitestaajilta pyysimme palautetta kysymysten ymmärrettävyydestä ja selkeydestä sekä vastaamisajasta. Saadun palautteen sekä omien havaintojemme pohjalta teimme tarvittavat muutokset. Vastaajat ovat saattaneet käsittää kyselyyn vastatessa osan kysymyksistä toisin kuin tutkija on tarkoittanut, ja tämä saattaa vaikuttaa tutkimuksen validiteetin. (Hirsijärvi ym. 2012, 231.) Osassa vastauksissa oli havaittavissa, että vastaaja ei ollut välttämättä huomionut minkä aiheen kyselyyn vastaamassa tai olivat unohtaneet sen matkan varrella.

Ennen kyselyn jakamista emme osanneet ennakoida yhtään, miten moni vastaa kyselyyn. Tutkimusjoukko valikoituu satunnaisesti, joka lisää tutkimuksen luotettavuutta (Metsämuuronen 2006, 45). Suuresta vastausmäärästä niin lyhyessä ajassa voidaan päätellä, että kyselyyn vastaaminen koettiin helppona. Aihe koettiin myös ajankohtaisena, joka lisäsi halua vastata.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli saada vastauksia siihen, onko Instagramissa tehdyillä päivityksillä tai vaikuttajilla yhteyttä neuletyön aloittamiseen. Jos yhteys löytyy, niin millainen yhteys näillä kahdella on. Lisäksi haluttiin tietoa siitä, miten neulojat käyttävät Instagramia hyödykseen neulontaprosessissa.

Instagram, Instagramin vaikuttajat sekä brändien tilit inspiroivat vastaajia ja saavat heidät tekemään neuletöitä. Vastaajista 95 % inspiroituu neulomisesta Instagramiin tehtyjen julkaisujen ja stoorien myötä. He etsivät neulesisältöisiä tilejä Instagramista ja saavat sen myötä inspiraatiota omiin töihinsä.

Neulojat käyttävät Instagramia hyödykseen neulontaprosessissa monella eri tavalla: Inspiraation saaminen ja jakaminen korostui tuloksissa erilaisista näkökulmissa. Kyselyyn vastanneista 98 % kertoi saavansa inspiraatiota Instagramista. Uudet neulemallit, tekniikat sekä halu ja mahdollisuus oppia uutta inspiroivat vastaajia neulomaan. Vastaajat hakevat inspiraatiota uusiin neuleprojekteihin ja niiden lanka- sekä värivalintoihin selailemalla erilaisia neulemalleja Instagramissa. Vastaavasti vastaajat jakavat kuvia neuletöistään inspiraatioksi ja iloksi muille Instagramin käyttäjille. Tämä on samansuuntainen tulos kuin Pölläsen ja Voutilaisen (2017) tutkimuksessa. He, jotka jakoivat itse käsitöitään verkossa, kertoivat saaneensa neuvoja ja inspiraatiota muilta uusiin käsityöprojekteihinsa. (Pöllänen & Voutilainen 2017.) Hashtagien avulla vastaajat merkitsevät Instagramiin lisäämäänsä julkaisuun tietoja kuvasta, jotta muiden on helpompi löytää kuva. Näin he jakavat inspiraatiota muille hashtagien avulla. Vastaajat jakavat onnistumisiaan, vinkkejä sekä ohjeita inspiraatioksi muille käyttäjille.

Vastaajista 61 % käyttää hashtageja Instagramissa. Kuvaan merkitään hashtageja siksi, että muiden on helpompi löytää niitä. Hashtagina käytetään esimerkiksi neuleen mallin nimeä, langan merkkiä tai neuleohjeen suunnittelijaa. Vastaavasti Instagramia selatessa voidaan etsiä hashtagilla jotain tiettyä asiaa sekä tämän myötä päätyä seuraamaan uusia neulontatilejä.

Instagramissa järjestetty yhteisneulonta merkitään kuvaan hashtagin avulla. Näin löydetään myös lisää neulomisaiheisia Instagram -tilejä, joita voidaan alkaa seuraamaan. Tämän myötä vastaajat ovat löytäneet Instagramin kautta neuleystäviä. Neuleystävätkin suosittelevat uusia neulomiseen liittyviä Instagram -tilejä. Vastaajat jakavat kuvia neuletöistään Instagramiin, jotta neuleystävätkin näkevät mitä he ovat neuloneet. He myös selaavat Instagramia

pitääkseen yhteyttä neuleystäviinsä. Nämä tulokset mukailevat Gauntletin (2013) tutkimuksen tuloksia siinä, että ihmiset jakavat tekemisiään sosiaalisessa mediassa ja se ymmärretään myös kommunikaatiovälineenä samantyylisten ihmisten välillä (Stuedahl 2013). Vastaajat mainitsevat myös, että tallentavat neuletöitään Instagramiin talteen itselle päiväkirjan tapaan, näin he voivat palata niihin myöhemmin.

Vastaajat jakavat kuvia Instagramiin, koska ovat ylpeitä neuletöistään, osaamisesta sekä onnistumisesta. He haluavat näyttää muille mitä ovat saaneet aikaiseksi sekä haluavat ihailuja ja kehuja töilleen. Lisää näkyvyyttä kuville, uusia seuraajia ja kommentteja saadaan käyttämällä hashtageja julkaistuissa kuvissa. Nämä tulokset mukailevat Pöllänen ja Voutilaisen (2017) tutkimusta niin, että sosiaalisen median neulomisyhteisöissä voidaan saada palautetta muilta käsityöharrastajilta. (Pöllänen & Voutilainen 2017.) Vastaavasti vastaajat selaavat itse Instagramia ”pysyäkseen kärryillä” uutuuksista, katsellakseen ja ihaillakseen muiden jakamia kauniita kuvia ja kädentaitoja. He hakevat hashtagien avulla ohjeita, malleja, neulekuvia, ideoita ja muita neulojia tekemisen tueksi. Näin esimerkiksi muiden tekemät neuletyöt saavat aikaan innostusta ja motivaatiota, sekä tulee tarve tehdä itselle samanlainen oman näköisenä.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että Instagram inspiroi käyttäjiään neulomaan. Instagramiin tehdyillä päivityksillä sekä yksittäisillä vaikuttajilla ja brändeillä on yhteys neuletyön aloittamiseen. Niin yksittäisten vaikuttajien kuin brändien ja lankakauppojen jakamat kuvat inspiroivat oman neuletyön aloittamisessa.

Inspiraation saaminen ja jakaminen neulomiseen tai tuleviin neuletöihin oli yksi isoin yhdistävä tekijä siinä, miten vastaajat käyttävät Instagramia apuna neuletöissään. Inspiraatiota jaetaan sekä etsitään hashtagien avulla. Instagramissa järjestettyjen yhteisneulontojen myötä vastaajat ovat löytäneet neuleystäviä ja jakavat neuletöitään heidän kanssaan. Vastaajat ovat ylpeitä neuletöistään ja haluavat näyttää muille mitä ovat saaneet aikaiseksi. Tämän myötä he saavat kommentteja kuviin ja uusia seuraajia. Vastaajat saavat Instagramista uusia ohjeita, malleja, neulekuvia, ideoita ja muita neulojia oman neulomisen tueksi. Tämän tutkimuksen tulokset mukailevat Kouhian (2016a) tuloksia siitä, että sosiaalinen media on nykyään yksi tärkeimmistä käsityöharrastajien tiedonhaku-kanavista, siellä esitellään omia töitä sekä se toimii inspiraation lähteenä. (Kouhia 2016a, 25.)

10 POHDINTA

Tämän tutkimuksen tulosten perusteella voidaan sanoa, että Instagram inspiroi käyttäjiä neulomaan. Tutkimuksessa tarkasteltiin millainen yhteys julkaisuilla ja vaikuttajilla on neuletyön aloittamiseen sekä miten neulojat käyttävät Instagramia hyödyksi neulomisprosesseissaan. Instagramiin tehdyt päivitykset ja siellä vaikuttavat yksittäiset vaikuttajat ja brändit inspiroivat julkaisuillaan Instagramin käyttäjiä neulomaan. Vastaajat käyttivät Instagramia hyödyksi muun muassa inspiraation hakemiseen tuleviin töihin. Inspiraatio toistui vastaajien vastauksissa usein. Vastaaja kertoi, että hän etsii itsellä loppunutta lankaa lisää Instagramin kautta hakemalla hashtagilla langan nimeä ja kysymällä kuvan julkaisseelta, onko hänellä jäänyt kyseistä lankaa. Tämän mainitsi vain yksi vastaaja, mutta mielestämme tämä oli mielenkiintoinen ajatus hyödyntää Instagramia neuletyössä.

Vastauksissa oli nähtävissä ylpeys omista töistä ja halu jakaa niitä muidenkin nähtäväksi Instagramiin. Kun itse inspiroituu muiden tekemisistä tai kuvista voi huomaamattaan itsekin antaa inspiraatiota muille omilla jakamillaan kuvillaan. Vastauksista kävi ilmi samansuuntaisia ajatuksia kuin meillä oli ennen tutkimuksen tekemistä. Oletuksemme oli tutkimusta aloitettaessa, että Instagram ja siellä tehdyt päivitykset inspiroivat käyttäjiään neulomaan. Uskoimme, että ihmiset hakevat sieltä inspiraatiota ja ideoita omiin töihinsä. Oletimme myös, että vaikuttajat inspiroivat käyttäjiä neulomaan. Ajatus oli lähtöisin omista kokemuksistamme sekä vertaistemme kanssa asiasta keskusteltuamme. Saimme vahvistusta, että Instagram ja siellä olevat neulomisasihaiset päivitykset antavat käyttäjille inspiraatiota esimerkiksi uusiin töihin, lankamerkkeihin sekä väriyhdistelmiin. Mielenkiintoista oli se, miten monella eri tapaa käyttäjät hyödynsivät Instagramia neuletöissään.

Ennen aineiston keräämistä pohdimme, että saammeko tarpeeksi vastaajia kyselyyn. Tämä osoittautui turhaksi ajatukseksi. Vaikka kyselyä jakoi vain kaksi vaikuttajaa, vastausmäärä oli laadulliseen tutkimukseen todella hyvä. Aineiston tulosten pohjalta voidaan todeta, että osaan saaduista tuloksista vaikutti se, että kyselyä jakoi vain kaksi Instagramin vaikuttajaa. Näin ollen suurin osa vastaajista koostui heidän seuraajistaan. Jatkossa olisi mielenkiintoista laittaa kysely johonkin neulontaryhmään Facebookissa. Kyselyyn pyydetäisiin vastaamaan, jos käyttää Instagramia hyödyksi neulomistöissään. Näin ollen kukaan vaikuttaja ei olisi jakanut kyselyä omalla tilillään. Tämä tuli mieleen vasta vastauksia lukiessa. Kyselyyn vastattiin lyhyessä ajassa 146 kertaa, joten aihe selvästi kiinnosti vastaajia. Saamastamme aineistosta voisi tehdä lisätutkimusta eri näkökulmasta. Esimerkiksi minkälaisia tunteita neulominen

vastaajissa herättää. Facebookin ja vlogien eli videoblogien merkitystä neulomisharrastukseen on tutkittu, mutta ei juuri Instagramiin ja neulomiseen liittyviä tutkimuksia. Pöllänen ja Voutilaisen (2017) tutkimustuloksetkin osoittivat, että käsityöpohjaisen vapaa-ajan toiminnan ja käsitöihin liittyvien virtuaalisten yhteisöjen merkityksiä olisi tarpeen tutkia jatkossa lisää. (Pöllänen & Voutilainen 2017, 617–633.)

Monet nuoret mieltävät neulomisen vanhempien ihmisten harrastukseksi. Tämä saattaa juontaa juurensa siitä, että on nähnyt vain oman isoäidin neulovan. Sosiaalisella medially on positiivinen vaikutus sen harhan poistamiseksi, kaiken ikäiset voivat neuloa. Ylen (2020) uutisartikkelissa kaksikymppiset neulojat todistavat, ettei neuloakseen tarvitse olla mummoikäinen. Villasukan suosio kielii siitä, että neulomisen taito on siirtymässä eteenpäin. (YLE, Elhaimer 2020.) Nuoret viihtyvät vapaa-ajalla paljon sosiaalisessa mediassa. Olisi mielenkiintoista selvittää miten yläkoulussa voisi hyödyntää sosiaalista mediaa inspiroidakseen nuoria käsitöiden tekemisessä ja etenkin neulonnassa. Opettaja voisi kutsua sosiaalisen median vaikuttajan käsityötunnille kertomaan omasta neulomistyöstään ja siten innostaa oppilaita. Tämän tutkimuksen tuloksista kävi ilmi, kuinka paljon osa vastaajista inspiroitui Instagramin kuvista ja ideoista, että miksei opettaja hyödyntäisi enemmän tätä opetuksessaan. Pöllänen ja Voutilaisen (2017) tutkimustulokset osoittivat, että käsityöpohjaisen vapaa-ajan toiminnan ja käsitöihin liittyvien virtuaalisten yhteisöjen merkityksiä olisi tarpeen tutkia jatkossa lisää. (Pöllänen & Voutilainen 2017, 617–633)

Tutkimuksen teon aikana ilmestyi Suuri käsityölehden numero (2/2022), jossa oli kirjoitus Veronika Lindbergistä, joka on saanut Instagramin myötä neulomisesta itselleen ammatin. Lindberg oli neulonut aluksi omaksi huvikseen sukkaa, pipoja ja paitoja. Kysynnän vuoksi hän oli luonut itselleen Instagram tilin markkinoidakseen tuotteita. Hän huomasi nopeasti, että kauniilla ja tarinallisilla kuvilla myydään tuotteita. (Hoimela, 2022.) Olisi mielenkiintoista tutkia sitä, miten käyttäjät voivat saada tai ovat saaneet Instagramin kautta neulomisesta ammatin itselleen.

Lähteet

- Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, 161(1), 86–100.
- Alasuutari, Pertti: Yhteiskuntatutkimuksen etiikasta. Teoksessa Pekka Räsänen, AnuHanna Raittila ja Harri Melin (toim.) Tutkimus menetelmien pyörteissä. Jyväskylä: PS-Kustannus 2005, 15–28
- Anttila, P. (2005.) Ilmaisuu, Teos, Tekeinen ja TUTKIVA TOIMINTA. Hamina: AKATIIMI Oy
- Arvinen, A., Aulanko, A., Heikkilä, M., Helenius, R., Ihari, E., Kelokorpi, I., Kindt, L., Lahti, R., Limingoja, K., Loikala, L., Louevuo, R., Magnusson, H., Nohynek, A., Olkkonen, S., Paltia, I., Raikkala, M., Simell, I., Tainio, P. ja Tuhkuri, I. (1968). Tyttöjen käsityön opas. Helsinki: Otava.
- Audrezet, A., de Kerviler, G., & Guidry Moulard, J. (2018). Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of Business Research*, 117, 557–569.
- Barnden, B. (2008). *Neulojan nixsit*. Helsingissä: Otava, 2009. Print.
- Belanche, D., Cenjor, I., & Pérez-Rueda, A. (2019). Instagram Stories versus Facebook Wall: an advertising effectiveness analysis. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(1), 69–94.
- Black, S. (2018). “Making Craft Visible”? The Complicated Relationship Between Photography, Instagram, and Domestic Fibre-Craft. *Journal of Canadian Art History*, 39/40(2/1), 160–177.
- Burgess, J., Marwick, A. E., & Poell, T. (2017). *The SAGE Handbook of Social Media*. (1st ed.). SAGE Publications.
- Burt, & Atkinson, J. (2012). The relationship between quilting and wellbeing. *Journal of Public Health (Oxford, England)*, 34(1), 54–59.
<https://doi.org/10.1093/pubmed/fdr041>
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2008). (6. uud. painos). Research methods in education. London: Routledge.
- Corkhill, B., Hemmings, J., Maddock, A. & Riley, J. (2014). “Knitting and Well-Being.” *Textile: the journal of cloth and culture* 12.1: 34–57. Web. <https://www-tandfonline->

- [com.ezproxy.utu.fi/doi/pdf/10.2752/175183514x13916051793433?needAccess=true](https://www.tandfonline-com.ezproxy.utu.fi/doi/pdf/10.2752/175183514x13916051793433?needAccess=true)
(Luettu 17.3.2021)
- Court, K. (2020). “Knitting Two Together (K2tog), ‘If You Meet Another Knitter You Always Have a Friend.’” *Textile: the journal of cloth and culture* 18.3: 278–291. Web. <https://www.tandfonline-com.ezproxy.utu.fi/doi/full/10.1080/14759756.2019.1690838>
(Luettu 10.2.2021)
- De Veirman, Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828.
- Elhaimer, A. 2020. Yle. Yhdessä neulominen koukuttaa – Käsityönaiset jalkautuivat somesta liveen, ja nyt he kutovat kahviloissa ja kapakoissa. <https://yle.fi/uutiset/3-11158859>
(Luettu 11.2.2022)
- Freberg, Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92.
- Glucksman, M. (2017). The rise of social media influencer marketing on lifestyle branding: A case study of Lucie Fink. *Elon Journal of undergraduate research in communications*, 8(2), 77–87.
- Hagedorn, A. & Springgay, S. (2013). ‘Making’ our way through DIY and crafting communities in Toronto. *Craft Research*, 4 (1), 11–30.
- Heikkinen, J. (2004). Käsillä tekemisen merkitykset. Teoksessa T. Kupiainen (toim.) *Käsillä tehty*. Helsinki: Edita. 73–81.
- Heinonen, S. (2009). Sosiaalinen media. Avauksia nettiyhteisöjen maailmaan ja vuorovaikutuksen uusiin muotoihin. *TUTU-ejulkaisuja*, 1, 2009. https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/147581/eTutu_2009-1.pdf?sequence=1
(Luettu 10.2.2021)
- Hintikka, K. (2008). *Sosiaalinen media*. Jyväskylän yliopisto. Sanasto. <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media> (Luettu 10.2.2021)
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2012). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Hoimela, L. (2022). Tähtitubettaja. *Suuri Käsityö*. 2/2022. 81.
- Humphrey, B. (2016). Instagram. *The School Librarian*, 64(4), 211. <https://www-proquest-com.ezproxy.utu.fi/scholarly-journals/instagram/docview/1860947754/se-2?accountid=14774>

- Huotilainen, M. & Peltonen, L. (2020). *Tunne aivosi*. Helsinki Kustannusosakeyhtiö Otava. Print.
- Häkkinen, P. Juntunen, M. Laakkonen, I. Leino, J. Sommers-Piironen, J. Tanhua-Piironen, E. & Viteli, J. (2014) Millaisia tulevaisuuden oppimisen ja työnteon tiloja tarvitaan? Teoksessa Häkkinen, P. & Viteli, J. (2014). *Pilvilinnoja ja palomureja-tulevaisuuden oppimisen ja työnteon tilat: F-SHAPE-projektin satoa*. 5–10 Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Ihatsu, A-M. (2004). Käsityön monet ulottuvuudet. Teoksessa T. Kupiainen (toim.) *Käsillä tehty*. Helsinki: Edita. 41–53.
- Instagram inc. (2019). Mikä on Instagram. <https://help.instagram.com/424737657584573> (Luettu: 15.2.2021)
- Jumisko, J. (2014). Miten 18–29-vuotiaat käyttävät Instagramia? https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/79465/Jumisko_Jaana.pdf?sequence=1 (Luettu 10.2.2021)
- Kaukinen, L. K. (2004). Käsityöt institutionaalisina genreinä. Teoksessa T. Kupiainen (toim.) *Käsillä tehty*. Helsinki: Edita. 15–28.
- Ki, C. & Kim, Y. (2019). The mechanism by which social media influencers persuade consumers: The role of consumers' desire to mimic. *Psychology & Marketing*, 36(10), 905–922.
- Kiviniemi, K. (2018). Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2 – näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*. Jyväskylä: PS-kustannus, 73–87.
- Kojonkoski-Rännäli, S. (2014). *Käsin tekemisen filosofiaa*. Turun yliopiston opettajankoulutuslaitos: Painosalama.
- Kouhia, A. (2015). *Crafting the collective sense: A descriptive case study on recreational textile craft-making in Finnish adult education*. Helsinki: University of Helsinki.
- Kouhia, A. (2016a). Iloa, paloa ja jouten oloa: käsitöiden harrastaminen ja harrastamisen tulevaisuus. *Futura* 35 (2016): 3 20-31.
- Kouhia, A. (2016b). *Unraveling the meanings of textile hobby crafts*. Helsinki: University of Helsinki 2016. <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/167969/Unraveli.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Luettu 13.2.2021)
- Koskennurmi-Sivonen R. & Mikkilä, K. (1984). *Peruskoulun neulekirja*. Helsinki: WSOY.

- Kröger, T. (2003). Käsityön verkko-oppimateriaalien moninaisuus “Käspaikka”-verkkosivustossa. Joensuu: Joensuun yliopisto. Print.
- Kuula, A. (2011). Tutkimusetiikka: aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- Laine, T. (2018) Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa: Vallo, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin. Jyväskylä: PS-Kustannus 29–50.
- Lee, Lee, J.-A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(9), 552–556.
- Liao, C., To, P-L. & Hsu, F-C. (2013). “Exploring Knowledge Sharing in Virtual Communities.” Online information review 37.6: 891–909. Web. <https://www-emerald-com.ezproxy.utu.fi/insight/content/doi/10.1108/OIR-11-2012-0196/full/pdf?title=exploring-knowledge-sharing-in-virtual-communities> (Luettu 19.3.2021)
- Lietsala, K. & Sirkkunen, E. (2008). *Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/65560/978-951-44-7320-3.pdf> (Luettu 14.3.2021)
- Liljander, V., Gummerus, J., & Söderlund, M. (2015). Young consumers’ responses to suspected covert and overt blog marketing. *Internet Research*, 25(4), 610–632.
- Lincoln, Y.S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Maaseudun tulevaisuus. Somessa voi näyttää käsityönsä kaikille: "Kukapa ei nauttisi saadessaan ihailua ja kehuja? <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/ihmiset-kulttuuri/somessa-voi-n%C3%A4ytt%C3%A4yt%C3%A4%C3%A4-k%C3%A4sity%C3%B6ns%C3%A4-kaikille-kukapa-ei-nauttisi-saadessaan-ihailua-ja-kehuja-1.172720> (Luettu 7.3.2021)
- McLoughlin, C., & Lee, M. (2007). Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the Web 2.0 era. In *ICT: Providing choices for learners and learning. Proceedings ascilite Singapore 2007* (pp. 664-675). Centre for Educational Development, Nanyang Techn. <https://acuresearchbank.acu.edu.au/download/58d33e2eda9f20d9d89087835a2f4ccb3a39970568240035692ba1c5bb672b13/233495/mcloughlin.pdf> (Luettu 10.2.2021)

- Metsämuuronen, J. (1995). Harrastukset ja omaehtoinen oppiminen: sitoutuminen, motivaatio ja coping: teoreettinen tausta, rakenneanalyysi ja sitoutuminen. Helsinki: Helsingin yliopiston opettajankoulutuslaitos. Print.
- Metsämuuronen, J. (2005). Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 3. painos. Helsinki: International Methelp Ky.
- Metsämuuronen, J. (2006). Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Mikkola, A. & Paakkunainen, U. (2006). Käsityön pikkujättiläinen. Helsinki: WSOY
- Niskasaari, E. (2020). Korona käynnisti käsityöbuumin. Muhkupipo ja islantilainen neule ovat tämän vuoden neulehittejä. Kaleva. <https://www.kaleva.fi/korona-kaynnisti-kasityobuumin-muhkupipo-ja-islant/3212703> (Luettu 10.3.2021)
- Nurmi, H. (2011). Onko virtuaalimaailmassa helpompi muuttua kuin tavallisessa? Teoksessa Ihanainen, P., Kalli, P. & Kiviniemi, K. (toim.), *Sosiaalinen media ja verkostoituminen*. (s. 11 – 24). Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.
- Orton-Johnson, K. (2014). Knit, purl and upload: New technologies, digital mediations and the experience of leisure. *Leisure studies*, 33(3), 305–321.
- Pöllänen, S. (2013). Homing and downshifting through crafts. Teoksessa U. Härkönen (toim.) Reorientation of teacher education towards sustainability through theory and practice: proceedings of the 10th international JTEFS/BBCC conference sustainable development. Culture. Education. Joensuu: University of Eastern Finland. 275 -290. https://www.researchgate.net/profile/Marja-Leena-Roenkko/publication/273455518_Semiotic_working_process_as_a_basis_for_childrens_craft_process/links/5502f2e80cf2d60c0e64c223/Semiotic-working-process-as-a-basis-for-childrens-craft-process.pdf#page=288 (Luettu 20.3.2021.)
- Pöllänen, S. (2017). Käsien tehtyä hyvinvointia: käsityö psyykkisen hyvinvoinnin tuottajana. Teoksessa: Kivilaakso, Aura, Luutonen, Marketta & Marsio, Leena (toim.) Itsetekemisen perinnekäsityöt elävänä kulttuuriperintönä. Helsinki: Museovirasto, 73-85.
- Pöllänen, S. & Voutilainen, L. (2017). “Crafting Well-Being: Meanings and Intentions of Stay-at-Home Mothers’ Craft-Based Leisure Activity.” *Leisure sciences* 40.6: 617–633. Web. https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/3486/Crafting_Well-Being_FINAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y (Luettu 18.3.2021)
- Rauhala, A. (2019). Neulontan taito. Helsinki. Suomen muinaismuistoyhdistys.

- Rauhala, A. (2020). Neulonta - kestävä kehitystä. *Elore*, 27(1).
<https://doi.org/10.30666/elore.90514> (Luettu 14.2.2022)
- Riley, J., Corkhill, B., & Morris, C. (2013). The benefits of knitting for personal and social wellbeing in adulthood: Findings from an international survey. *British Journal of Occupational Therapy*, 76(2), 50–57.
- Rosenberg, J. (2019). Hashtagit merkityksien rakentajina suomenkielisissä Instagram-päivityksissä. *AFinLAN vuosikirja*, 120–134. Jyväskylä.
- Safko, L. (2012). *The Social Media Bible Tactics, Tools, and Strategies for Business Success* (3rd ed.). Wiley.
- Schaffer, N. (2013). *Maximize your social: one-stop guide to building a social media strategy for marketing and business success* (1st edition). Wiley.
- Selin Sari. 2017. Yle. Onko some paras sparraaja käsityön tekijälle? <https://yle.fi/uutiset/3-9969795> (Luettu 10.2.2022)
- Sheldon, P. & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97.
- Sillgren, N. 2022. Moreenimedia. Neulominen vie mukanaan, antaa käsille tekemistä ja tuo hyvää mieltä – “Neuloosi on hyvin kuvaava sana”
<https://www.tuni.fi/moreenimedia/2022/02/08/neulominen-vie-mukanaan-antaa-kasille-tekemista-ja-tuo-hyvaa-mielta-neuloosi-on-hyvin-kuvaava-sana/> (Luettu 30.3.2022)
- Soininen, M., & Merisuo, T. (2009). Kasvatustieteellisen tutkimuksen perusteet ([Uud. p.]). Turun yliopisto, Rauman opettajankoulutuslaitos.
- Stannard, C. R., & Sanders, E. A. 2015. Motivations for participation in knitting among young women. *Clothing and Textiles Research Journal*, 33(2), 105–114.
 doi:10.1177/0887302X14564619
- Stuedahl. (2013). David Gauntlett: Making is connecting. The Social Meaning of creativity, from DIY and knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge: Polity.
 2011. *MedieKultur*, 29 (54), 3–. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v29i54.6749>
 (Luettu 21.12.2021)
- Suominen, J. 2013. Sosiaalisen median aika. Teoksessa J. Suominen, P. Saarikoski, R. Turkiainen & S. Österman (toim) Sosiaalisen median lyhyt historia (9–27). Tallinna: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Taitoliitto. (2021). Tutkimustulos kertoo käsityöharrastuksen suursuosioista: lähes puolet suomalaisista harrastaa käsitöitä, nikkarointia tai rakentelua säännöllisesti.

https://www.taito.fi/ajankohtaista/kasityon_harrastaminen_suomessa_tutkimus2021/

(Luettu 11.2.2022)

- Traianou, A. 2020. The Centrality of Ethics in Qualitative Practice. Teoksessa: Leavy, P. (toim.) In *The Oxford Handbook of Qualitative Research*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190847388.013.12>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Turney, J. (2009). *The Culture of Knitting*. Oxford: Berg.
- Valli, R. & Perkkilä, P. (2015) Nettikyselyt ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) *Ikkunoita tutkimus metodeihin 1 Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*.
- Varonen, M. (2021). Käsityöt, hyvinvointi ja sosiaalinen media -kokemuksia neulonnan merkityksistä hyvinvoinnille. [pro gradu -työ, Helsingin yliopisto]. HELDA – Helsingin yliopiston digitaalinen arkisto <http://urn.fi/URN:NBN:fi:hulib-202107013334> Luettu 3.3.2021
- Vasama, M., Saarto, M., Tarpila, H. & Ahtimo, M. (1968). *Suuri Ompelu- ja Käsityökirja*. Hämeenlinna: Arvi A. Karisto Oy:n kirjapaino.
- Vähälä, E. (2003). *Luovan käsityöprosessin yhteydet psyykkiseen hyvinvointiin: käsityön aikana koettujen itseraportoitujen emootiokokemusten ja fysiologisten vasteiden väliset yhteydet*. Kuopio: Kuopion muotoiluakatemia. Print.
- Zappavigna, M. (2018). *Searchable talk: Hashtags and social media metadiscourse*. London: Bloomsbury Publishing.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Hei!

Neulomisen suosio on ollut Suomessa kasvussa jo pidemmän aikaa. Viimeisen kahden vuoden aikana suosio on räjähtänyt varsinaiseksi buumiksi. (Maaseudun tulevaisuus 3/2021.) Neulomme molemmat paljon ja saamme inspiraatiota sekä uusia ideoita sosiaalisen median kautta. Tämän vuoksi mielenkiinto aihetta kohtaan heräsi ja haluammekin lähteä tutkimaan millainen yhteys sosiaalisella medialla, ja erityisesti Instagramilla on neulomisesta innostumiseen.

Olemme viidennen vuosikurssin käsityön aineenopettajaopiskelijoita Turun yliopiston Opettajankoulutuslaitoksen Rauman kampuksella. Kirjoitamme tällä hetkellä pro gradu -tutkielmaamme. Aiheenamme on tutkia, onko Instagramissa neulomisyhteisöillä tai yksittäisillä vaikuttajilla yhteyttä neuletyön aloittamiseen. Lisäksi tutkimuksen tavoitteena on selvittää miten neulojat käyttävät Instagramia hyödyksi neulontaprosessissa vai käyttävätkö he.

Aineisto kerätään kyselylomakkeen avulla, joka sisältää avoimia kysymyksiä. Kyselyyn vastaaminen on täysin vapaaehtoista ja osallistujan on mahdollista päättää kyselyyn vastaaminen missä vaiheessa tahansa. Missään vaiheessa ei kerätä minkäänlaisia tunnistetietoja, kuten kyselyyn vastaajan nimeä, tai paikkakuntaa, eli vastaajan anonymiteetti säilyy koko tutkimuksen ajan. Kyselylomakkeen täyttämiseen menee aikaa noin 10–15 minuuttia. Aineisto kerätään Instagramin kautta. Näin saamme vastauksia tutkimuskysymyksiimme mahdollisimman läheltä eli Instagramia käyttäviltä neulojilta. Tutkimuksen tietosuojailmoitus on nähtävillä osoitteessa: <https://seafile.utu.fi/f/73a2f40133114b0b9693/?dl=1> Kerättyä aineistoa säilytetään nimettömänä kahden salasanan takana yliopiston seafilessä. Aineistoon pääsee käsiksi ainoastaan allekirjoittaneet ja ohjaaja Jaana Lepistö. Saatu aineisto hävitetään viiden vuoden jälkeen tutkimuksesta.

Etsimme tällä hetkellä mahdollisia Instagram-tilejä/henkilöitä tilien takana, jotka olisivat kiinnostuneita jakamaan meidän kysymyslomakkeen linkkiä seuraajilleen. Olisitko mahdollisesti kiinnostunut jakamaan kyselylinkkiämme Instagramin biossa, stooreissa/kohokohdissa tai haluamallasi tavalla? Mikäli olet kiinnostunut jakamaan tutkimuslinkkiämme, olethan meihin yhteydessä sähköpostitse sunnuntaihin 23.11.2021 mennessä. Vastaamme mielellämme tutkimukseen liittyviin kysymyksiin niin ennen jakamista kuin matkan varrella. Suuret kiitokset avustasi saada aineistoa tutkimukseemme.

Ystävällisin terveisin,

Nenna Koivunen ja Maiju Honkaheimo

nskoiv@utu.fi mpilta@utu.fi

Liite 2. Kyselylomakkeen kysymykset

Kyselylomakkeen kysymykset

1. Vastaamalla tähän kyselyyn annan luvan käyttää tätä materiaalia pro gradu - tutkielmamme aineistona. (Vastausvaihtoehdot kyllä/ei.)
2. Mikä on saanut sinut aloittamaan neulomisharrastuksen?
3. Mikä saa sinut tekemään neuletöitä?
4. Jaatko kuvia/stooreja neuletöistäsi Instagramissa? (Vastausvaihtoehdot kyllä/en.)
5. Jos jaat mikä saa sinut jakamaan niitä.
6. Saavatko Instagramissa tehdyt julkaisut tai stoorit sinut inspiroitumaan neulomisesta? (Vastausvaihtoehdot kyllä/ei.)
7. Ovatko sinua inspiroivat tilit yksittäisiä henkilöitä vai brändejä? Mainitse muutama.
8. Miten olet päätenyt seuraamaan neulontatilejä Instagramissa?
9. Millaisissa tilanteissa ja millä tarkoituksella selaat Instagramissa käsityötilejä?
10. Käytätkö neulomiseen liittyviä hashtageja (#)? (Vastausvaihtoehdot kyllä/ei.)
11. Mihin tarkoitukseen käytät hashtageja (#) Instagramissa?

Liite 3. Esimerkki analyysirungosta

Hashtagien hyödyntäminen Instagramissa

Alkuperäinen ilmaus	Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Päälouokka				
Kun haluan löytää jotakin tiettyä...	Hakeminen neuleen, mallin, ohjeen nimellä hashtagin avulla	Inspiraation ja ideoiden hakeminen hashtagien avulla ohjeisiin, malleihin, neulekuviin ja ideoihin	Inspiraation hakeminen, jakaminen ja merkitseminen hashtagien avulla	Hashtagien käyttäminen apuna Instagramissa				
Useimmiten tulee haettua neuleen nimellä...								
Saatan itse etsiä hashtagilla neulemallin...								
...etsin itsekin ohjeita hashtagien avulla.								
Etsin itse kuvia neuletöistä mallin tai... Instagramin # avulla.								
Olen itse kokenut ne hyödyllisiksi etsiessäni esim. kuvia tietystä neulemallista...								
Jos haen joitain tiettyjä ohjeita,...								
Niiden avulla löytää malleja...								
Etsiessä malleja ja...								
Hakiessani esim. jollain mallilla tehtyjä neuleita								
Etsiessäni tiettyä mallia...	Langan, neulojien ja vinkkien hakeminen hashtagin avulla							
...Etsin itse esim. jämälankaa loppuneen tilalle kun laitan langan nimen instaan ja kysyn kuvan julkaiselta, onko hänelle jäänyt kyseistä lankaa projektistaan yli.								
Etsiessäni ... lankaa								
Niiden avulla löytää...lankoja, neuloja, vinkkejä								
Etsin itse kuvia...tai langan nimellä Instagramin # avulla.								
...Etsin esim tietyn langan tagilla...								
Olen itse kokenut ne hyödyllisiksi etsiessäni esim. kuvia tietystä... tai langasta...	Tiettyjen neulekuvien etsiminen nähdäkseen muiden versioita tietystä neuleesta hashtagilla							
Etsin erityisesti tiettyjen neuleiden kuvia nähdäkseni millaisia versioita ihmiset ovat neulonut... sillä haluan nähdä neuleen erilaisten mallien päällä sekä kuvakulmista...								
...silloin löytyy esimerkiksi ... ja omilla muokkauksilla tehtyjä.								
...tagilla mitä muut on tehneet siitä...								
...etsin ohjeen nimen hashtagilla muita versioita (väri, koko) muidenkin tekeminä...								
...esim. jotta tiettyä neulemallia etsivä näkee versionin...								
...kun mielessä on jo itsellä idea, minkä neuleen haluan tehdä. Vertailen malleja...								
...etsin jo mielessä olevasta mallista kuvia saadakseni varmuuden kannattaako sitä aloittaa.								
...silloin löytyy esimerkiksi samasta sukasta erivärisyyksillä...					Tietyn neulontamallin eri väri variaatioiden etsimiseen hashtagilla			
...Tai etsin mallin nimellä esim #riddari jos haluan ideoita väriyhdistelmään...								
...etsiä inspiraatiota neuleen värimaailmaan.								
...tai haluan vertailla minkälaisia väriyhdistelmiä neuleesta on jo tehty. Helpottaa omia väri valintoja...								
...tai haen inspiraatiota.	Uusien ideoiden ja inspiraation etsiminen hashtagilla							
...Monet muutkin varmasti hakee inspistä selaamalla muiden kuvia juuri siitä mallista/langasta jolla aikoo tehdä.								
...Tai etsin esim #neulottupipo jos haluan neuloa pipon ja tarvin ideoita...								
Etsin uusia ideoita hashtagilla...								

Etsiessä ... ja inspiraatiota				
Etsin inspiraatiota...				
Etsin itse niiden kautta juttuja...	Julkaisujen löytämiseen hashtageilla			
Kuva löytyy hashtagilla, jos joku etsii nimen omaan siihen liittyvää sisältöä...				
Että löytäisin asioita saman asian tiimoilta				
Samanlaisten julkaisujen löytämiseen				
Etsimiseen...				
Etsimiseen.				
Eihän niitä juttuja muuten löydä!				
Juurikin, että muut löytäisivät tietyn neulontamallin eri variaatiot.	Muiden hakujen helpottaminen hashtageilla	Muiden hakujen helpottaminen ja inspiraation jakaminen hashtagien avulla		
Mikäli teen tietyllä ohjeella, jotta neuleeni liittyy muihin samanlaisiin julkaisuihin...				
haun helpottamiseksi...				
Että postaus löytyy				
Jotta muiden on helpompi löytää sisältö Esim knitting, ohjeen nimi, langan nimi, suunnittelija jne				
Että kuvat näkyvät tiettyä tietoa etsiville				
Että omat postaukseni löytyisivät muillekin.				
Hakujen täsmänyksenä				
Kun yritän liittää työni aiheen mukaan johonkin ryhmään, esim #hirvisukat. Tämän mukaan joku löytää erilaisia hirvisukkia.				
Että törmäisi paremmin postauksiini kun hakee esim. Määrätystä langasta tehtyjä juttuja				
Jotta omat julkaisuni näkyisivät, jos joku hakee tietyllä tagilla.				
Kuvan yhdistäminen aiheeseen...				
...Käytän niitä omissa kuvissa koska ajattelen että muutkin voi löytää kuvani niiden kautta...				
Että muut löytäisivät kuvani...				
Että ihmiset löytää kuvani!?				
Että tietyt ryhmät löytää kuvani,...				
...Osittain sen takia, että ne pompsahtaisivat tuntemattomien ihmisten hakuihin...				
...Joten haluan myös että muut voivat nähdä minun töitä				
Jotta muut näkevät postaukseni...				
Jotta moni näkisi..				
...toiset neulojat näkevät tuotokseni				
Jotta julkaisuni tavoittaa muita neulojia				
Jotta muut ihmiset voisivat löytää julkaisun				
Minulla on monta tiliä mitä minä seuraan, mutta vastapuoli ei seuraa minua niin hashtakin avulla kyseinen tili näkee työni.				
...jakaakseni töitä sekä ohjeitani.				
Jotta omat julkaisut olisivat muiden neulojoen löydettävissä.				
...tiettyä neulemallia etsivä näkee versioni ja voi esim. tehdä itse päätöksen käyttämistämme väreistä tai langoista sen perusteella.	Käyttäjät löytäisivät tietyn neulontamallin tai sen eri väri variaatioita hashtagien avulla			
Jotta joku muukin voisi hyötyä kuvistani esim. värejä suunnitellessa...				

...jos joku lukija haluaa nähdä muidenkin versioita.						
Siihen että muutkin voi katsoa mille siitä langasta valmistettu tuote näyttää tai tietyllä ohjeella tehty malli jne						
...auttamaan muita, jotka tahtoo inspiraatiota tietyn tyyppiseen neuleeseen liittyen	Hashtagien käyttäminen muiden inspiraatioksi ja avuksi					
Jotta kuvistani olisi inspiraatiota ja apua muillekin...						
Esim kun teen jonkun muun suunnitteleman mallin,niin joku toinen voi myös innostua siitä.						
...että saisin ideiota mitä itse tekisin siitä...						
...saada hakemaansa inspiraatiota...						
...ja ehkä saisivat inspiraatiota siitä						
...muita neulojia inspiroitumaan samoista malleista tai langoista.						
...Sekä voisi saada inspiraatiota.						
Jotta muutkin voivat inspiroitua käsitöistä						
Että muutkin löytäis inspiraatiota mun tekeleistä						
Että muut löytävät minun vinkit...						
Kun haluan merkata..., langan merkin.				Langan tietojen merkitseminen hashtagilla	Hashtagin käyttäminen tietojen merkitsemiseen	
Lanka tiedot...nämy yleensä aina täään...						
Täään aina ... ja langan,...						
Jotta itse muistan paremmin neuleeseen liittyviä yksityiskohtia, esim. lanka...						
...lankamerkki...						
...Joskus senkin takia, jos sellaista on pyydetty, esim. jos teet jotain meidän langoista, käytä hashtagia se-ja-se.						
...tai tietty lanka käytössä						
Esimerkiksi linkkaamaan lankoja...						
Lankamerkit...						
Kertomaan mikä ... ja lanka						
...tai kun haluan merkata ohjeentekijän nimen...	Ohjeen tekijän tai suunnittelijan merkitseminen hashtagilla					
... ja suunnittelija. Nämä yleensä täään...						
Enimmäkseen suunnittelijan tai ... nostamiseksi...						
...suunnittelija...						
...Jos olen tehnyt jonkun suunnittelijan mallin, niin mielelläni laitan hänen nimensä.						
Merkitsemään ... suunnittelijoita...						
Tunnistamaan... sekä sen suunnittelijan						
...ohjeen tarjoajat jne						
Kertomaan ... ja kenen malli ja ...						
...ohjeen nimi...nämy yleensä täään...				Neulomani ohjeen, mallin tai neuleen nimen merkitseminen hashtagilla		
Täään aina neulomani mallin...						
...neuleennimi,...						
...neulemallien merkkauttamiseen...						
...neuleohjeiden omat aihetunnisteet.						
...jonkun tietyn ohjeen...						
Merkitsemään ohjeita...						
Tunnistamaan mallin...						
Esimerkiksi linkkaamaan ... ja malleja...						
Kertomaan mikä ja... malli...						

...Kal yhteisneulontaan osallistuminen	Yhteisneulontaan osallistumisen merkitseminen hashtagilla		
Yhteisneulontaprojektien ja... merkkamiseen...			
Käsityökuvissa varsinkin silloin, kun on joku yhteisneulonta...			
Yhteisneulonnat (KAL)...			
Juurikin jos on joku yhteisneulonta...			
Osallistuakseni yhteisneulontoihin...	Uudet seuraajat ja kommentit	Oman tilin/julkaisujen näkyvyys	Oman tilin näkyvyys
...Samalla toivon että ihmiset löytää tilini niiden kautta ja alkaa seurata minua.			
...haluan että kuviani kommentoivat muutkin.	Saadakseni lisää näkyvyyttä tililleni		
Jotta joku toinen samasta asiasta kiinnostunut löytää tilini			
Että minut ja kuvani löytää.			
Niin että muut löytävät postaukseni vaikka eivät seuraisi minua.			
Saadakseni lisää näkyvyyttä tililleni...			
...saadakseni omia kuviani esim. neuleohjeiden tai lankojen ketjuihin, jolloin saan näkyvyyttä.			
... ja laajemman näkyvyyden saamine			