

# Osallistujien kokemuksia Instagramin kaverihauista

Julia Keinänen

Pro gradu -tutkielma

Digitaalisen kulttuurin, maiseman ja kulttuuriperinnön tutkinto-ohjelma

Digitaalinen kulttuuri

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Huhtikuu 2024

*Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu*

*Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.*

Pro gradu -tutkielma

Turun yliopisto

Digitaalisen kulttuurin, maiseman ja kulttuuriperinnön tutkinto-ohjelma, Digitaalinen kulttuuri

Julia Keinänen

Osallistujien kokemuksia Instagramin kaverihauista

Sivumäärä: 57

Tämä digitaalisen kulttuurin pro gradu -tutkielma käsittelee Instagramin kaverihakuihin osallistuneiden kokemuksia ja käsityksiä kaverihakuihin osallistumisesta. Lisäksi tutkielma tarkastelee osallistumisen motiiveja ja osallistumisen seurauksia osallistujien sosiaaliseen elämään ja ystävyyden käsityksiin.

Tutkimuksen kohteena olevat kaverihaut ovat somevaikuttajien julkaisemia postauksia heidän omilla Instagram-tileillään, joissa seuraajat voivat etsiä uusia ystäviä. Tutkimuksessa käsitellään ihanneystävyyden käsitettä, joka kumpuaa somevaikuttajien esittämistä ystävyyksistä, joita heidän seuraajansa ihannoivat sosiaalisen median kautta.

Tutkimusaineisto koostuu kahdeksasta haastattelusta, joiden pääpaino on osallistujien omilla kokemuksilla. Tutkimuksen haastateltavista seitsemän on osallistunut Nosensepodin kaverihakuun ja yksi brittiläisen Rosie Londonerin kaverihakuun. Aineistoa lähestytään lähiluvun ja teemoittelun keinoin. Aineistosta erottuu kolme toistuvaa pääteemaa: ihanneystävyyden etsiminen, elämäntilanteen muutokset ja teknologian vaikutus ystävyyteen.

Tutkielmassa selvitetään, mitä osallistujat toivovat ja odottavat kaverihauilta ja miten heidän sosiaalinen vuorovaikutuksensa muotoutuu digitaalisessa ympäristössä. Tutkielma syventyy tarkastelemaan myös kaverihakujen vaikutuksia osallistujien kokemaan yksinäisyyteen ja yhteisöllisyyden tunteeseen tarjoten näkemyksiä siitä, miten digitaaliset ystävyys-suhteet voivat vaikuttaa osallistujien sosiaaliseen hyvinvointiin.

Tutkimustulokset osoittavat, että kaverihaut vaikuttavat yksilöiden käsityksiin ystävydestä ja sosiaalisista suhteista. Tutkielma tuo esille myös kaverihakujen tarjoaman mahdollisuuden syventää olemassa olevia parasosiaalisia suhteita somevaikuttajien ja seuraajien välillä. Tutkimus valottaa, kuinka parasosiaalinen suhde vaikuttajaan voi siirtyä digitaalisesta maailmasta todelliseen elämään ystävyystymällä toisen seuraajan kanssa. Osallistujat kokevat kaverihaut mahdollisuutena löytää samanhenkisiä ystäviä kuin seuraamansa vaikuttajat.

Lisäksi tutkielma korostaa, että Instagramin kaverihaut voivat toimia merkittävänä työkaluna yksilöiden yhteisöllisyyden ja sosiaalisten suhteiden rakentamisessa digitaalisessa ympäristössä. Kaverihaut eivät ainoastaan rikasta käyttäjien sosiaalista elämää, vaan tarjoavat myös uudenlaisia keinoja käsitellä yksinäisyyttä ja edistää yhteisöllistä vuorovaikutusta.

**Avainsanat:** sosiaalinen media, Instagram, parasosiaalinen suhde, somevaikuttaminen, ystävyys, yhteisöllisyys, aitous, teknologia, kaverihaku, ihanneystävyyden

# Sisällysluettelo

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>4</b>
1.1	Tutkimuksen lähtökohdat ja tutkimuskysymykset	4
1.2	Aikaisempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys	6
<b>2</b>	<b>Aineisto ja menetelmät</b>	<b>11</b>
2.1	Haastattelut	11
2.2	Teemoittelu	14
2.3	Tutkimusetiikka	16
<b>3</b>	<b>Kaverihaut tarkastelun kohteena</b>	<b>18</b>
3.1	Kaverihaun konsepti – tinderöintiä kaveripohjalta	19
3.2	Kaverihaku somevaikuttamisen muotona	23
3.3	Nonsense ja Rosie Londoner Instagramissa	27
<b>4</b>	<b>Aineiston analyysi</b>	<b>32</b>
4.1	Ihanneystävyyttä etsimässä	32
4.2	En ole yksinäinen, mutta...	38
4.3	Teknologiavälitteisestä oikeaan maailmaan	42
<b>5</b>	<b>Lopuksi</b>	<b>50</b>
	<b>Lähteet</b>	<b>55</b>

# 1 Johdanto

Sosiaalisessa mediassa seuraamasi vaikuttaja voi tuntua ystävältä, jonka kuulumisia haluaa kuulla jatkuvasti lisää – niin hyviä kuin huonojakin. Hänen elämänsä koukerot ovat tuttuja ja ne ilahduttavat sekä herkistävät. Myötäelät hänen ilonsa ja surunsa. Samaistumispintaa omaan elämään löytyy, mutta silti tietynlainen siloteltu pinta kiehtoo. Hänen kanssaan olisi mukava jutella ja tutustua lisää.

Entä jos sinulla olisi mahdollisuus löytää lempivaikuttajasi kaltainen oikea ystävä itsellesi?

Digitaalisen viestinnän ja sosiaalisen median aikakaudella ihmisten väliset suhteet ovat kokeneet merkittäviä muutoksia. Sosiaalisen median alustat, kuten Instagram, ovat muuttuneet paitsi itseilmaisun välineiksi myös monimutkaisten sosiaalisten vuorovaikutusten areenoiksi. Sosiaalinen media on selkeästi muuttanut niitä tapoja, miten yksilöt samaistuvat toisiinsa <sup>1</sup>.

Erityisesti sosiaalisen median vaikuttajat ovat nousseet keskeisiksi toimijoiksi näissä vuorovaikutuksellisissa verkostoissa luoden uudenlaisia yhteisöjä ja sosiaalisia suhteita. Vaikuttajien julkaisemat sisällöt eivät ainoastaan tarjoa viihdettä ja tietoa, vaan ne myös mahdollistavat parasosiaalisen<sup>2</sup> suhteen syntymisen vaikuttajan ja seuraajan välille. Tämä suhde, vaikka se onkin yksisuuntainen, voi herättää seuraajissa voimakkaita tunteita ja saada heidät tuntemaan syvää yhteyttä ja kiintymystä vaikuttajaa kohtaan. Näissä konteksteissa Instagramin kaverihaut tarjoavat ainutlaatuisen mahdollisuuden siirtää nämä virtuaaliset suhteet fyysiseen maailmaan luoden potentiaalia uudenlaisten ystävyysuhteiden syntymiselle.

## 1.1 Tutkimuksen lähtökohdat ja tutkimuskysymykset

Pro gradu -tutkielmani keskittyy tutkimaan Instagramin kaverihakuihin osallistuneiden kokemuksia ja käsityksiä kaverihakuihin osallistumisesta. Tutkimuksen kohteena olevat kaverihaut ovat somevaikuttajien julkaisemia postauksia heidän omilla Instagram-tileillään, joissa seuraajat voivat etsiä uusia ystäviä. Nämä postaukset kutsuvat osallistujia jakamaan tietoa itsestään ja etsimään yhteyksiä muiden samanmielisten seuraajien kanssa, tavoitellen

---

<sup>1</sup> Papacharissi & Quinn 2018, 353.

<sup>2</sup> Parasosiaaliset suhteet on termi, joka viittaa yksisuuntaisiin suhteisiin, joita mediahahmojen seuraajat kehittävät mediahahmoihin. Avaan termiä lisää luvussa 1.2 Aikaisempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys.

syvempää sosiaalista yhteenkuuluvuutta. Kaverihaut tarjoavat myös somevaikuttajalle mahdollisuuden oman tilinsä yhteisöllisyyden ja sitoutuneisuuden lisäämiselle. Esittelen kaverihaut tarkemmin luvussa 3.1 Kaverihaun konsepti – tinderöintiä kaveripohjalta.

Tutkimuksen näkökulma on uusi ja ajankohtainen, sillä se keskittyy kaverihakuihin osallistuvien henkilöiden kokemuksiin, toisin kuin aiemmat tutkimukset, jotka ovat painottaneet enemmän vaikuttajien roolia sosiaalisen median ekosysteemissä (esim. Gurrieri, Drenten & Abidin 2023, Adibin 2015). Tutkimus valottaa, miten digitaalisen ympäristön tarjoamat sosiaalisen vuorovaikutuksen muodot voivat vaikuttaa ystävyyden käsitteeseen ja miten sosiaalisen median aikakaudella ystävyysuhteet voivat muotoutua.

Aikaisempien tutkimusten valossa on havaittavissa, että sosiaalisen median alustat, kuten Instagram, tarjoavat merkittäviä mahdollisuuksia yhteisöllisyyden ja sosiaalisen sitoutumisen vahvistamiseen (esim. Marwick ja Boyd 2011). Tässä tutkielmassa pyritään syventämään ymmärrystä siitä, miten Instagramin kaverihaut toimivat tässä kontekstissa, ja tutkimaan, mitä merkityksiä sekä seurauksia näillä hauilla on osallistujien sosiaaliseen elämään.

Haastatteluaineiston analyysini paljastaa, että kaverihaut tarjoavat monille osallistujille mahdollisuuden tavoitella ihannoidun ystävyyden mallia, joka on muotoutunut seurattujen vaikuttajien julkaisemien sisältöjen kautta. Tämä herättää kysymyksiä siitä, miten digitaalinen esitys ystävyydestä voi muokata yksilöiden odotuksia ja toiveita todellisista sosiaalisista suhteista ja miten teknologia tähän vastaa. Lisäksi tutkimukseni pohtii, miten oma tai läheisen muuttunut elämäntilanne voi vaikuttaa ihmisten motivaatioon osallistua kaverihakuihin, etsien uusia yhteyksiä ja sosiaalista tukea.

Tutkimukseni keskiössä on kysymys ”Miksi?”. Tutkimuksen lähtökohtien perusteella sekä haastatteluaineiston havaintojen pohjalta muotoituivat tutkimuksen tarkemmat tutkimuskysymykset. Nämä ohjaavat analyysiä ja keskittyvät Instagramin kaverihakuihin osallistuneiden kokemuksiin ja näkemyksiin sekä auttavat ymmärtämään paremmin digitaalisen ympäristön vaikutusta nykyaikaisiin ystävyysuhteisiin.

Päätutkimuskysymykseni on: Miksi ihmiset osallistuvat Instagramin kaverihakuihin?

Täydennän tätä seuraavilla tarkentavilla alatutkimuskysymyksillä: Miten kaverihakuihin osallistuminen vaikuttaa heidän a) sosiaalisiin suhteisiinsa ja käsityksiinsä ystävyydestä sekä b) kokemuksiin yksinäisyydestä ja yhteisöllisyydestä?

Päätutkimuskysymys tarkastelee osallistumisen motiiveja ja alatutkimuskysymykset täydentävät tätä keskittymällä osallistumisen seurauksiin osallistujien sosiaaliseen elämään ja ystävyyden käsityksiin, tarjoten laajan näkökulman tutkimusaiheeseen.

Selvitän, mitä osallistujat toivovat ja odottavat kaverihauista, mikä auttaa ymmärtämään yhä enemmän heidän motivaatiotaan ja sitä, miten heidän sosiaalinen vuorovaikutuksensa muotoutuu digitaalisessa ympäristössä. Alatutkimuskysymys syventyy tutkimaan myös kaverihakujen vaikutuksia osallistujien kokemaan yksinäisyyteen ja yhteisöllisyyden tunteeseen, tarjoten näkemyksiä siitä, miten digitaaliset ystävyyssuhteet voivat vaikuttaa osallistujien sosiaaliseen hyvinvointiin.

Kaiken kaikkiaan tutkimuksessa tarkastellaan Instagramin kaverihakuihin osallistuneiden kokemuksia ja näkemyksiä kaverihauista ja niihin osallistumisesta.

## 1.2 Aikaisempi tutkimus ja teoreettinen viitekehys

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys rakentuu vuoropuhelusta sosiaalisen median tutkimuksen, parasosiaalisten suhteiden tutkimuksen sekä vaikuttajatutkimuksen kanssa, keskittyen erityisesti siihen, miten Instagramin kaverihaut luovat uudenlaisia parasosiaalisia suhteita ja yhteisöjä. Kaverihaut tarjoavat ainutlaatuisen ympäristön, jossa somevaikuttajien seuraajat voivat etsiä ystäviä, jotka jakavat samankaltaisia intressejä ja ihailevat samaa vaikuttajaa. Tämä luo potentiaalin syvemmälle parasosiaaliselle vuorovaikutukselle, joka poikkeaa perinteisistä seuraajan ja vaikuttajan välisistä suhteista.

Tieteellisen viitekehysten rakentaminen parasosiaalisten suhteiden tutkimuksen ympärille vaikuttajien kaverihakuja käsittelevässä tutkimuksessa tuntuu luonnolliselta. Parasosiaaliset suhteet on termi, alun perin loivat Donald Horton ja R. Richard Wohl (1956), jolla he viittasivat yksisuuntaisiin suhteisiin, joita mediahahmojen seuraajat kehittävät näihin hahmoihin ja tärkeä määrittävä tekijä näissä suhteissa oli vastavuoroisuuden puute<sup>3</sup>. Alun perin ilmiötä tarkasteltiin TV- ja radiojuontajien ja heidän yleisönsä välisenä.<sup>4</sup> 2010-luvulla tätä konseptia on sovellettu myös sosiaalisen median kontekstissa, jossa seuraajat kokevat symbolisen ja emotionaalisen yhteyden vaikuttajiin, vaikka fyysistä vuorovaikutusta ei tapahdu.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Horton & Wohl 1956, 215.

<sup>4</sup> Horton & Wohl 1956.

<sup>5</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021.

Parasosiaalista suhdetta sosiaalisen median maailmassa ovat eri kulmasta tutkineet muun muassa Miisa Rotola-Pukkila ja Pekka Isotalus artikkelissaan ”Ystävyyttä vai illuusiota? Parasosiaalisen suhteen näkyminen seuraajien viesteissä sosiaalisen median vaikuttajalle” (2021), jossa ilmiötä tarkastellaan nimenomaan siitä näkökulmasta, miten seuraajien parasosiaalinen suhde ilmenee sosiaalisessa mediassa sisältöä tuottavalle vaikuttajalle.<sup>6</sup>

Oman tutkimukseni kontekstissa Rotola-Pukkilan ja Isotaluksen artikkelin havainnot tarjoavat tärkeän teoreettisen kehyksen ymmärrykselle siitä, miten somevaikuttajat ja heidän toimintansa sosiaalisessa mediassa vaikuttavat seuraajiensa käsityksiin ystävyydestä ja sosiaaliin suhteisiin. Artikkelin avulla hahmottamaan laajempaa kuvaa siitä, miten digitaaliset ympäristöt ja niissä syntyvät parasosiaaliset suhteet vaikuttavat ihmisten väliseen vuorovaikutukseen ja yhteisöllisyyteen nykypäivänä. Tutkimuksessa tarkastellaan kuvitellun ystävyyden tai koetun samankaltaisuuden, esiintyjän seuraan hakeutumisen, empatian ja suhteen todellisuuden mahdollista esiintymistä vaikuttajan ja seuraajien välisessä parasosiaalisessa suhteessa.<sup>7</sup> Sosiaalinen media luo otolliset puitteet parasosiaalisen suhteen syntymiselle. Somealustat ovat paikkoja kertoa itsestään, ja ne tarjoavat ihmisille luonnollisen mahdollisuuden kurkistaa toisten elämään ja tutustua mediapersooniin lähietäisyydeltä. Sosiaalinen media haastaa parasosiaalisen käsitteen alkuperäisen ajatuksen yksisuuntaisuudesta, sillä sosiaalisessa mediassa parasosiaalisen suhteen yksisuuntaisuus harvoin toteutuu. Lähes kaikki somealustat tarjoavat käyttäjilleen mahdollisuuden vastavuoroiseen viestintään muun muassa yksityisviestien kautta. Hetkittäinen vastavuoroisuus ei kuitenkaan poista parasosiaalisen suhteen perusluontoisuutta yhtälöstä.<sup>8</sup>

Crystal Abidin tarkastelee tutkimuksessaan "Communicative <3 Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness" (2015) sitä, kuinka sosiaalisen median vaikuttajat käyttävät ja hyödyntävät läheisyyttä vuorovaikutuksessa seuraajiensa kanssa.<sup>9</sup> Abidin määrittelee vaikuttajat arkipäiväisiksi internetin käyttäjiksi, joilla on suhteellisen suuri seuraajakunta sosiaalisessa mediassa, ja jotka ansaitsevat elantonsa sisällyttämällä mainoksia postauksiinsa. Vaikuttajat luovat yhteyksiä seuraajiinsa jakamalla henkilökohtaisia tarinoita ja elämäntyylejään.<sup>10</sup> Abidin kehittää "koetun keskinäisen yhteyden" mallin kuvaamaan, miten vaikuttajat antavat vaikutelman läheisyydestä digitaalisen ja fyysisen vuorovaikutuksen

---

<sup>6</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021.

<sup>7</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021.

<sup>8</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 97.

<sup>9</sup> Abidin, 2015.

<sup>10</sup> Abidin, 2015, 1.

kautta. Malli eroaa perinteisistä parasosiaalisista suhteista siten, että se korostaa kaksisuuntaista vuoropuhelua vaikuttajan ja seuraajien välillä.<sup>11</sup> Vaikuttajat käyttävät läheisyyttä kaupallisena strategiana, joka perustuu henkilökohtaiseen ja emotionaaliseen yhteyteen seuraajien kanssa. Abidin pääättelee, että vaikuttajien suosio perustuu heidän kykyynsä luoda tämä läheisyyden vaikutelma digitaalisten ja fyysisten vuorovaikutusten kautta. Vaikka kyseinen läheisyys voi olla kaupallisesti motivoitunutta, se tarjoaa myös aitoja etuja sekä vaikuttajille että seuraajille.<sup>12</sup>

Tutkimuksessani parasosiaalinen suhde näyttäytyy kahdella tasolla: ensinnäkin seuraajien ja vaikuttajien välillä, ja toiseksi seuraajien keskinäisissä suhteissa, jotka muodostuvat vaikuttajan alustan tarjoaman kaverihaun kautta. Tämä kaksitahoinen parasosiaalinen vuorovaikutus tarjoaa uuden näkökulman siihen, miten digitaaliset yhteisöt voivat tukea yksilöiden sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja identiteetin rakentamista sosiaalisessa mediassa. Vaikuttajan tarjoaman kaverihaun kautta löytynyt ystävyys voi syventää parasosiaalista suhdetta vaikuttajaan entisestään.

Sosiaalisen median vaikutus ihmisten sosiaaliseen elämään ja yhteisöllisyyden kokemukseen on puhututtanut viime vuosina eri medioissa yhä enemmän, ja sosiaalisen median tutkimuskin on keskittynyt paljon siihen, miten digitaaliset alustat, kuten Instagram, muovaavat ihmisten välisiä suhteita ja yhteisöllisyyttä.

Zizi Papacharissin toimittamasta teoksesta *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (2011) voidaan poimia useita keskeisiä teemoja itseilmaisuun, sosiaalisiin yhteyksiin ja digitaalisiin ympäristöihin liittyen. Se tuo esiin erilaisia näkökulmia ja tutkimustuloksia siitä, miten digitaaliset ympäristöt ja sosiaalisen median alustat muokkaavat yksilöiden identiteettiä, yhteisöllisyyttä ja kulttuuria, sekä tarjoaa monitieteisen näkemyksen sosiaalisen median roolista nykyaikaisessa yhteiskunnassa.<sup>13</sup> Verkkoympäristöt tarjoavat uudenlaisia mahdollisuuksia vuorovaikutukselle, jotka poikkeavat perinteisestä kasvokkain tapahtuvasta kommunikaatiosta. Erityisesti anonymiteetti ja etäisyys voivat muuttaa yksilöiden käyttäytymistä ja itseilmaisua verkossa.<sup>14</sup> Sosiaalisen median alustat tarjoavat käyttäjilleen ainutlaatuisia mahdollisuuksia yksilöiden väliselle vuorovaikutukselle ja yhteisöllisyyden kokemiselle. Affordanssit, eli tarjoumat, kuten

---

<sup>11</sup> Abidin 2015, 8–10.

<sup>12</sup> Abidin 2015, 4–5 & 10–11.

<sup>13</sup> Papacharissi 2011.

<sup>14</sup> Walther, Carr, Choi, Deandrea, Kim, Tom Tong & Van Der Heide 2011, 17–38.

mahdollisuus jatkuvaan vuorovaikutukseen, identiteetin rakentamiseen ja yhteisöllisen tuen saamiseen, ovat keskeisiä uudenlaisten yhteisöjen muodostumisessa muun muassa Instagramissa.<sup>15</sup> Teoksen artikkelit tarjoavat näkökulmia myös siihen, miten yksilöt rakentavat ja esittävät identiteettiään sosiaalisen median alustoilla. Yksilöt ja organisaatiot voivat strategisesti hyödyntää sosiaalisen median tarjoamia verkostoitumismahdollisuuksia<sup>16</sup>. Sosiaalinen media mahdollistaa uudentyyppisten yhteisöjen syntymisen, joissa jaetut intressit, arvot tai identiteetit yhdistävät jäseniä globaalisti. Instagramin kontekstissa nämä liittyvät siihen, miten käyttäjät kuratoivat ja jakavat kuvia sekä tarinoita luodakseen tietynlaista kuvaa itsestään sekä esimerkiksi hashtagien kautta muodostuvissa mikroyhteisöissä, jotka kokoontuvat tiettyjen aiheiden tai kiinnostuksen kohteiden ympärille.

Myös esimerkiksi Marwick ja Boyd (2011) ovat tutkineet, miten sosiaalisen median käyttäjät rakentavat julkisia identiteettejä ja suhteita vaikuttajien kanssa. Alice E. Marwickin ja Danah Boydin artikkeli "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience" käsittelee Twitter-käyttäjien tapoja hahmottaa ja navigoida kuvitteellisia yleisöjään. Vaikka artikkeli keskittyy eri someympäristöön kuin Instagramiin, se tarjoaa arvokasta näkemystä siihen, miten somevaikuttajat luovat yhteisöjä ja vuorovaikutusta seuraajiensa kanssa, hallitsevat omaa julkisuuskuvaansa sekä navigoivat moninaisten yleisöjen odotusten läpi sosiaalisen median verkostoituneessa ympäristössä.

Twitter-käyttäjät kuvittelevat yleisönsä eri tavoin riippuen heidän seuraajiensa tyypistä ja määrästä. Jotkut puhuvat suoraan ystävilleen, kun taas toiset ajattelevat puhuvansa suuremmalle, abstraktimmalle yleisölle.<sup>17</sup> Vaikka somevaikuttajat pyrkivät esittämään itsensä aitoina ja rehellisinä, heidän on myös hallittava henkilökohtaisen brändinsä luomisen ja ylläpitämisen aiheuttamia jännitteitä. Tämä tarkoittaa jatkuvaa tasapainoilua henkilökohtaisen informaation jakamisen ja yleisön odotusten välillä.<sup>18</sup> Erityisesti suurilla seuraajamäärillä varustetut Twitter-käyttäjät näkevät yleisönsä strategisesti ja käyttävät taktiikoita, kuten hashtagien käyttöä ja sisällön kohdentamista, pitääkseen yllä seuraajiensa kiinnostusta ja hallitakseen vuorovaikutusta.<sup>19</sup> Twitter mahdollistaa monimutkaisen vuorovaikutuksen ja yhteisön rakentamisen, missä käyttäjät voivat vuorotellen toimia sisällöntuottajina ja kuluttajina. Tämä viestintämalli korostaa jatkuvaa keskustelua ja vuorovaikutusta käyttäjien

---

<sup>15</sup> boyd 2011, 39–58.

<sup>16</sup> Andrejevic 2011, 82–101.

<sup>17</sup> Boyd & Marwick 2011, 117–118.

<sup>18</sup> Boyd & Marwick 2011, 119–120, 127–128.

<sup>19</sup> Boyd & Marwick 2011, 121.

välillä.<sup>20</sup> Sama on nähtävissä Instagramin kaverihauissa: vaikuttaja tuottaa kaverihaun, mutta voidaan nähdä, että seuraajat tuottavat postauksen oikean sisällön julkaisun kommentteissa osallistumalla kaverihakuun. Instagramin kaverihaut myös selkeästi vertautuvat suoraan ystävälle puhumisen tapaan sekä pitävät yllä seuraajien kiinnostusta. Lisäksi kaverihaut ovat oiva tapa hallita kanavan vuorovaikutusta ja luoda sitä näkyvästi.

Näiden ja muiden käyttämieni lähteiden kanssa luon tieteellisen viitekehyksen, joka kattaa Instagramin kaverihakujen luomat mahdollisuudet uudentlaisille parasosiaalisille suhteille ja yhteisöille, ja joka ottaa huomioon nimenomaan kaverihakuihin osallistuvien näkökulman tässä suhteessa.

---

<sup>20</sup> Boyd & Marwick 2011, 130.

## 2 Aineisto ja menetelmät

Tässä luvussa esittelen käyttämäni tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineiston. Tarkastelen tarkemmin käyttämiäni tutkimusmenetelmiä, jotka ovat olleet keskeisiä aineiston hankinnassa ja sen analysoinnissa <sup>21</sup>.

Tutkimusaineistoni koostuu haastatteluista, joiden pääpaino on osallistujien kokemuksissa liittyen muun muassa kaverihakuihin osallistumisen motiiveihin, kaverihaun positiivisiin ja negatiivisiin puoliin, mahdollisten pysyvien ystävyysuhteiden muodostumiseen, digitaalisen ympäristön rooliin sekä mahdollisiin yksinäisyyden kokemuksiin.

Lähestyn aineistoa teemoittelun avulla. Teemoittelussa keskityn tunnistamaan aineistosta toistuvia teemoja ja organisoimaan sitä niiden mukaisesti <sup>22</sup>.

Lisäksi tutkimusprosessin kulku ja eettiset pohdinnat ovat osa tätä lukua. Tutkimuseettiset harkinnat ja näkökulmat ovat olennainen osa koko prosessia ja ulottuvat myös tutkimuksen päättymisen jälkeiseen vaiheeseen. Tutkimusmenetelmien ja aineiston valinta käydään läpi menetelmien kuvauksessa, sillä nämä valinnat ovat luonnollisesti yhteydessä tutkimuksen keskeisiin eettisiin kysymyksiin.

### 2.1 Haastattelut

Aloitin tutkimusaineiston keräämisen suunnittelemalla haastateltavien rekrytoinnin. Päädyin etsimään sopivia haastateltavia Instagramista, koska alusta oli luonteva tutkimuksen aiheelle.

Laitoin omaan Instagram-storyyni kuvan huhtikuussa 2021, jolla hain haastateltavia ja johon merkitsin muutamia kaverihakuja pitäneitä tilejä. Vaihdoin tilini hetkellisesti julkiseksi, jotta tarinoiden jakaminen oli mahdollista, jos joku vaikuttajista näin halusi tehdä.

Teksti stoorissa oli seuraava:

”Hei! Ootko sä tai tiedätkö jonkun, joka on, osallistunut Instagramissa järjestettyyn kaverihakuun? (Ainakin @nonsensepodi, @sitasalminen, @tiedenaiset, @laurrenna ja @designkaverit on järjestänyt niitä omilla tileillään) Etsin tositarkoituksella graduhaastateltavia aiheeseen liittyen. Laita mulle DM, jos

---

<sup>21</sup> Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja.

<sup>22</sup> Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja.

olisit kiinnostunut osallistumaan tai vinkkaa eteenpäin kaverille, joka voisi olla sopiva haastateltava!”

Storyyn merkatut tilit rajasin sen perusteella, että ne olivat pitäneet vuonna 2020 tai 2021 kaverihakuja Instagramissa ja niistä valitsin lopulta viisi eniten kommentteja saanutta. Kaverihakuja etsin aihetunnisteella #kaverihaku ja lisäksi tiesin entuudestaan, että Nonsensepodi pitää kaverihakuja tilillään melko tasaisin väliajoin. Storyyn merkkasin tämän rajauksen pohjalta Nonsensepodin, Sita Salmisen, Tiedenaiset, Laurrennan ja Designkaverit. Merkkaamalla tilejä storyyn toivon sille enemmän yleisöä, jos tilit mahdollisesti jakaisivat sitä eteenpäin, ja sitä myötä tavoittaisi enemmän haastateltavia.

Nonsenspodi jakoi tarinan omalla tilillään samana päivänä ja lisäksi muutamat ystäväni jakoivat storya myös omilla tileillään. Nonsensepodin jaon kautta sain viidessä tunnissa 15 yhteydenottoa ja 230 ihmistä oli nähnyt stoorin, jonka jälkeen laitoin jatkostoryn omalle tililleni, jossa kerroin, että haastatteluporukka on löytynyt ja sen jälkeen viestejä tuli vielä yksi. Seuraavana päivänä Laurrenna ja Designkaverit jakoivat stoorin omalla kanavallaan, mutta niiden kautta ei tullut enää enempää viestejä. 24 tunnin aikana storyni näki 285 ihmistä. Normaalisti tilini on yksityinen ja stoorin jakohetkellä seuraajia oli 155. Tilin muuttaminen hetkellisesti julkiseksi sekä kaverihakujen pitäjien merkkaaminen siis selvästi lisäsivät liikennettä tililläni ja storyn näyttökertoja.

Haastateltavien määrän rajasin kymmeneen, jotta aineisto ei laajene liian suureksi, mutta samalla se kestäisi, jos joku ei pystyisikään osallistumaan haastatteluun. Rajausten perusteena oli viestien tulojärjestys sekä mahdollisimman monipuolisen tutkittavien joukon saaminen. Haastateltavien joukosta löytyi muun muassa ulkomailla asuvia ja sieltä paikallisia ystäviä löytäneitä, suurempia kaveriporukoita koonneita, äitiystäviä tai sukulaisia löytäneitä sekä muiden viesteihin vastanneita. Lisäksi joukkoon mahtui henkilöitä, joiden kokemuksista en ennen haastatteluja tiennyt tarkemmin. Osa viestejä laittaneista kertoi heti ensimmäisessä viestissään, millaisia ystävyksiä he ovat kaverihauista löytäneet, mutta eivät kaikki. Sen takia käytin myös viestien saapumisjärjestystä rajauksen perusteena.

Pyysin haastatteluun valituilta sähköpostiosoitteet, jotta pystyin laittamaan tarkempaa tietoa haastattelusta ja lopuille kuudelle haastattelusta kiinnostuneelle laitoin viestin, jossa kiitin heitä kiinnostuksesta aihetta kohtaan ja kerroin, että en pysty haastattelemaan heitä, koska rajasin haastateltavien määrän kymmeneen.

Kymmenelle haastateltavalle laitoin sähköpostit, joissa oli liitteenä tiedote tutkittavalle sekä tietosuojaseloste. Laitoin vielä Instagramissa viestiä niille, jotka eivät olleet vastanneet sähköpostiini. Tässä kohtaa pois karsiutui yksi haastateltava, joka ei palannut asiaan. Lisäksi myöhemmin haastatteluista jäi pois vielä yksi henkilö, koska hänkään ei enää vastannut viesteihin uuden ajan sopimisen jälkeen. Yhteensä haastateltavia sain siis kahdeksan.

Haastatteluja suunnitellessani hahmottelin yleisiä teemoja, joiden pohjalta rakensin alustavat haastattelukysymykset. Valitsin tarkemmaksi haastattelumenetelmäksi teemahaastattelun, koska se ei sido haastattelijaa tai haastattelutilannetta tiukkoihin ja valmiiksi muotoiltuihin kysymyksiin, vaan antaa joustoa keskittyä ennalta määriteltyihin teemoihin laajemmin<sup>23</sup>. Teemahaastattelun alustavina teemoina olivat osallisuus, yksinäisyys, yhteisöllisyys, teknologiavälitteisen viestinnän vertautuminen aitouteen sekä somen ja digitaalisen ympäristön rooli ystävien etsinnässä. Näistä alustavista teemoista kaikki paitsi osallisuus nousivat haastatteluissa esiin. Teemojen lisäksi haastatteluiden pohjalla oli kysymyksiä, joita olin pohtinut etukäteen, jokaiseen teemaan liittyen. Ne kuitenkin muokkaantuivat haastatteluiden edetessä sekä sen mukaan, mitä haastateltavat itse toivat vastauksissaan esiin. Haastattelut eivät siis toteuttaneet tiettyä kaavaa, vaan ne vaihtelivat keskenään jonkin verran. Yllä mainitut teemat kuitenkin toistuivat kaikissa haastatteluissa, mikä perustelee niiden vertautuvuuden toisiinsa.

Haastattelut pidettiin etäyhteydellä Zoomin kautta. Ennen haastattelun alkua pyysin haastateltavilta haastattelulupaa suullisesti nauhalle sekä allekirjoituksen chatiin, jonka myös tallensin. Kaikki haastateltavat olivat naisia ja ikähaitari oli 21-vuotiaasta 35-vuotiaaseen. Haastattelut kestivät 19:04 minuutista 36:08 minuuttiin. Seitsemän haastateltavaa olivat osallistuneet Nonsensepodin kaverihakuun ja yksi brittiläisen Rosie Londonerin kaverihakuun. Esittelen kyseiset Instagram-tilit myöhemmin luvussa 3.3 Nonsensepodi ja Rosie Londoner Instagramissa. Viittaa haastatteluihin koodeilla H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 ja H8. H-kirjain tarkoittaa haastattelua ja numero viittaa siihen, missä järjestyksessä haastattelu on tehty.

Haastatteluympäristö valikoitui maailmantilanteen mukaan. Haastatteluja tehdessä koronavirus oli vielä pandemiatasolla ja rajoitti sosiaalisia tilanteita. Analyysissa on tärkeää ottaa huomioon etähaastatteluiden mahdollinen vaikutus haastatteluiden luonteisiin ja

---

<sup>23</sup> Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja.

haastateltavien vastauksiin. Ruudun välityksellä tehty tutkimushaastattelu voi tuntua erilaiselta kuin kasvotusten pidetty haastattelu, joko enemmän jännittävältä tai rennommalta. Haastattelutilanne Zoomissa voi olla verrattavissa puhelinhaastatteluun, vaikka mukana onkin videokuva: puhelinhaastatteluissa haastateltavat saattavat puhua monista sensitiivisistä asioista helpommin kuin kasvotusten<sup>24</sup>.

Tämän tutkimuksen haastattelut sujuivat etäyhteydestä huolimatta hyvin ja haastateltavien olemus tuntui jännityksestä huolimatta rennolta ja haastattelun edetessä haastateltava usein rentoutui. Tämän huomasi siitä, että haastateltavien oman käyttäytymisen ja päätöksenteon reflektointi lisääntyi haastattelun loppupuolella, vaikka alkuun haastattelutilanne saattoi olla hiljaisempi.

Haastattelumenetelmä tarjoaa merkittävän ja arvokkaan väylän yksilöiden kokemusten ymmärtämiseen, mutta on tärkeää tiedostaa, että haastattelukysymykset eivät ole tutkimuskysymyksiä, eli myöskään haastatteluvastaukset eivät ole suoraan tutkimuksen tuloksia. Haastatteluiden kautta hankittu tieto ei välttämättä ole täysin puolueetonta, aukotonta tai ainutkertaista, eikä se vertaudu esimerkiksi journalistisen haastattelun kautta saatuun tietoon.<sup>25</sup> Tästä syystä tarkastelen haastatteluaineistoa varauksella ottaen huomioon sen subjektiivisuuden. Olennaista on pyrkiä hahmottamaan ilmiötä haastateltavien näkökulmasta ja ymmärtämään, miksi he ilmaisevat asiansa tietyllä tavalla. Tämä vaatii kriittistä pohdintaa ja syvällistä analyysia haastatteluaineiston tulkitsemiseksi, jotta voidaan löytää haastateltavien kertomusten taustalla olevat merkitykset ja ajatukset.

## 2.2 Teemoittelu

Haastatteluaineiston käsittelyssä ja analyysissä olen hyödyntänyt lähilukumenetelmää, joka on aineiston yksityiskohtaista analyysia sekä kohteen merkitysten tulkintaa. Toisin sanoen se on väljä kategoria monenlaisille tulkinnallisille tarkasteluille.<sup>26</sup> Lähilukumenetelmää käyttämällä sukelsin syvälle haastatteluissa esiin nouseviin toistuviin teemoihin, jotka alkoivat hahmottua jo haastatteluiden litterointivaiheessa.

Puhtaaksikirjoitin kaikki haastattelut sanasta sanaan Word-dokumentteihin, mikä mahdollisti perusteellisen tutustumisen aineistoon. Päädyin kirjoittamaan koko aineiston puhtaaksi

---

<sup>24</sup> Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja.

<sup>25</sup> Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010, 9.

<sup>26</sup> Lähiluku - Jyväskylän Yliopiston Koppa.

sanasta sanaan, koska halusin päästä käsiksi siihen, miten haastateltava sanoo jotakin, milloin hän sanoo sen ja miten sanottu suhteutuu edeltävään puheeseen. Otin litteroinnissa huomioon myös pidemmät tauot puheessa sekä haastateltavat omat korjaukset, eli esimerkiksi katkokset oman puheenvuoron sisällä tai omien sanojen korjaamisen.<sup>27</sup> Analyysissa keskityn kuitenkin enemmän puhuttuun vuorovaikutukseen, eli en ole litteroinnissa ottanut huomioon esimerkiksi katseen suuntaa tai merkannut tarkasti naurun kestoa.<sup>28</sup>

Litterointi muodostaa ensimmäisen vaiheen analyysiprosessissa ja on erinomainen tapa perehtyä tutkimusaineistoon. Ilman litterointia suuren ääniteaineiston läpikäyminen kuuntelemalla vaatisi merkittävästi aikaa, ja kokonaisuuksien hahmottaminen olisi haastavaa. Tekstimuotoon litteroitu aineisto on jo kerran tulkittua.<sup>29</sup> Ajattelinkin litterointia osana analyysiä enkä mekaanisena suoritteena, koska litteroinnissa tehdyillä ratkaisuilla on vaikutusta analyyttisiin väittämiin.<sup>30</sup>

Teemoittelu on yksi sisällönanalyysin muoto, jolla voidaan analysoida aineistoa laadullisessa tutkimuksessa.<sup>31</sup> Sisällönanalyysia tutkimusmenetelmänä voi tarkastella myös kriittisesti. Ulla-Maija Salo huomauttaa, että sisällönanalyysin kompastuskivenä ja haasteena on tutkimuksen jääminen pintapuoliseksi. Salo tarkoittaa pintapuolisuudella myös tutkijan ajatusprosessin yksinkertaistumista: uudelleen luokiteltu aineisto esitetään analyysin tuloksena, mutta varsinaisia tuloksia ei ole syntynyt.<sup>32</sup> Vaikka aineiston analyysissa on selkeästi kolme osatehtävää, luokittelu, analysointi ja tulkinta, ovat ne kiinteästi sidoksissa toisiinsa ja tapahtuvat osittain päällekkäin.<sup>33</sup>

Teemoittelun avulla aineiston läpikäynti pysyy järjestelmällisenä. Aineiston jakaminen suurempiin teemoihin auttaa hahmottamaan suurta aineistomassaa. Suuremmista teemoista on helpompi lähteä etsimään yksityiskohtaisempia aineiston analyysseja. Teemoittelu itsessään ei ole vielä analyysia, mutta litteroinnin lisäksi tutkimusaineiston jäsentely ja järjestely sisältää teoreettisia tulkintoja.<sup>34</sup>

---

<sup>27</sup> Ruusuvuori 2010, 424.

<sup>28</sup> Ruusuvuori 2010, 426.

<sup>29</sup> Ruusuvuori 2010, 427–428.

<sup>30</sup> Nikander 2010, 432.

<sup>31</sup> Tuomi & Sarajärvi 2018.

<sup>32</sup> Salo 2015, 166.

<sup>33</sup> Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010, 11–12.

<sup>34</sup> Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010, 18–20.

Etsin lähiluvun avulla litteroidusta tekstimassasta vastauksia yhdistäviä kulmia<sup>35</sup>, ja aineistostani erottui kolme toistuvaa pääteemaa: ihanneystävyyden etsiminen, elämäntilanteen muutokset ja teknologian vaikutus ystäväyteen. Kun järjestelin aineistoani teemoihin, käytin metodina ”leikkaa-liimaa” tekstityökalua, jonka avulla sain koottua jokaisesta haastattelusta tietyn teeman alle sopivat kohdat<sup>36</sup>. Tämä auttoi myös aineiston analyysin kokoamisessa. Avaan teemoja tarkemmin aineiston analyysiä käsittelevässä luvussa. Kaikki teemat kulkivat limittäin aineiston seassa ja solmiutuvat keskenään eikä niitä voi täysin erottaa toisistaan.

### 2.3 Tutkimusetiikka

Kaikkeen tutkimustyöhön sisältyy väistämättä monenlaisia eettisiä harkintoja, jotka alkavat jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa ja jatkuvat sen päättymisen jälkeiseen aikaan. Tutkimuksen aiheen valinta itsessään kumpuaa arvoista ja on siksi syvästi eettinen kysymys. Vaikka tutkimuksen aihe voi olla arvolatautunut, hyödyntäen tieteellisiä metodeja ja pyrkien arvoneutraaliuteen tulosten esittämisessä, tutkimus on mahdollista suorittaa objektiivisesti. Tutkimusetiikka korostaa valintojen huolellista harkintaa ja avoimuutta. Tutkijan on tärkeää reflektoida ja tehdä näkyväksi tutkimusprosessin aikana tehdyt päätökset, jotka heijastuvat hänen henkilökohtaisista kiinnostuksensa kohteista ja kokemuksista.<sup>37</sup>

Oma kiinnostukseni tutkimusaiheeseen juontuu uteliaisuudesta somevaikuttamisen dynamiikkaa, somevaikuttajien valintoja ja sosiaalisen median uusia ilmiöitä kohtaan, sekä henkilökohtaisista kokemuksistani yksinäisyydestä. Olen pyrkinyt ottamaan tämän huomioon kaikissa tutkimusprosessin vaiheissa, alkaen potentiaalisten haastateltavien valinnasta ja haastattelujen toteutuksesta aina aineiston analyysiin asti. En ole itse osallistunut Instagramin kaverihakuihin, joten olen ottanut myös sen huomioon tutkimusta tehdessä. En voi tehdä liikaa oletuksia kaverihakuprosessista, vaan minun pitää tutkia tarkasti Kaverihakupostausten ja aineiston pohjalta prosessin kulkua sekä motivaatioita osallistumiseen. Tällaisessa arvolatautuneessa tutkimuksen asettelussa tutkijana on tärkeää kiinnittää erityistä huomiota siihen, että aineistosta ei poimi vain omaa hypoteesia tai kiinnostuksen kohteita tukevia osia, vaan ottaa huomioon myös aineiston muut ulottuvuudet<sup>38</sup>.

---

<sup>35</sup> KvaliMOTV, Teemoittelu.

<sup>36</sup> KvaliMOTV, Teemoittelu.

<sup>37</sup> Raatikainen 2004, 151.

<sup>38</sup> Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen 2010, 21

Tutkimuksen eettiset pohdinnat keskittyivät aineiston käsittelyyn ja tutkittavien yksityisyyden suojaamiseen. Tässä yhteydessä poistin aineistosta lähes kaikki tunnistetiedot, kuten nimet ja asuinpaikkakunnat, varmistaakseni haastateltavien tunnistamattomuuden<sup>39</sup>. Aineiston säilytystä en pidä mahdollisena, vaikka se saattaisi olla arvokasta tulevaisuuden tutkimuksille. Tunnistamattomuuden suojaaminen ja aineiston muuttuvan luonteen huomiointi olivat keskeisiä tekijöitä tässä päätöksessä. Aineiston relevanssi saattaa muuttua ajan myötä, mikäli haastateltavien elämäntilanteet vaihtuvat. Elämäntilanteen muutokset voivat olla hyvinkin henkilökohtaisia ja suuria.

Eettiset pohdinnat olivat tärkeässä osassa myös haastattelutilanteissa. Jokaisen haastattelun alussa kävin haastateltavan kanssa yhdessä sähköpostilla lähettämäni infopaketin ja haastattelun luonteen läpi sekä vastasin kysymyksiin, jos sellaisia heräsi. Lisäksi varmistin, että haastateltava suostuu vapaaehtoisesti tutkittavaksi ja muistutin, että haastateltava saa lopettaa haastattelun tai vetäytyä tutkimuksesta pois missä vaiheessa tahansa. Koin tämän kohdan haastatteluita erityisen tärkeäksi haastatteluiden teemojen käsitellessä syvällisesti ihmisten henkilökohtaisia elämiä, kokemuksia ja ajatuksia, jolloin tutkittavan itsemääräämisoikeuden huomioiminen on yhä tärkeämpää.<sup>40</sup> Minulle oli todella tärkeää informoida haastateltavia huolellisesti aineiston käytöstä ja käyttöluvista, jotta tutkimus onnistuu eettisesti.

Myös haastattelutilanteissa tutkimusetiikka kulki mukana, sillä tutkijan on pohdittava omat sanamuotonsa ja kysymyksensä hyvin tarkkaan. Kaikenlainen johdattelu vääristää aineistoa ja siten tuloksiakin. Koska aiheessa oli minulle paljon henkilökohtaisia elementtejä, oli tärkeää pitää haastattelut objektiivisina esitystapoja, kysymyksiä ja sanavalintoja myöden.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Kuula & Tiitinen 2010, 452.

<sup>40</sup> Turtiainen & Östman 2013, 56.

<sup>41</sup> Turtiainen & Östman 2013, 61.

### 3 Kaverihaut tarkastelun kohteena

Tässä luvussa taustoitan kaverihaun konseptia ja tarkastelen miten kaverihaut toimivat somevaikuttamisen muotona. Lisäksi esittelen Nonsensepodin ja Rosie Londonerin, joiden kaverihakuihin haastateltavat ovat osallistuneet. Nostan jo tässä luvussa lainauksia aineistosta, koska ne tukevat ilmiön pohjustamista aineiston analyysin lisäksi.

Instagram on muodostunut yhdeksi keskeisimmistä sosiaalisen median alustoista, joka tarjoaa käyttäjilleen monipuoliset mahdollisuudet yhteydenpitoon, itseilmaisuun ja yhteisöllisyyteen. Alustan affordanssit, eli esimerkiksi somessa käyttäjille tarjotut mahdollisuudet ja rajoitukset<sup>42</sup>, ohjaavat merkittävästi sitä, miten sosiaalista vuorovaikutusta ja yhteisöjä rakennetaan. Affordanssit somealustoilla eivät hallitse tai määrää käyttäjien käytöstä, mutta ne määrittävät ympäristöä tavalla, joka muokkaa osallistujan sitoutumista<sup>43</sup>. Affordanssit pyritään tyypillisesti jakamaan seuraavasti: abstraktiin korkean tason tai konkreettisempiin ominaisuusorientoituneisiin matalan tason affordansseihin. Korkean tason affordanssit ovat teknisten laitteiden, alustojen ja medioiden mahdollistamia dynamiikkoja ja olosuhteita.<sup>44</sup> Muun muassa somealustat muotoutuvat pääasiassa neljän keskeisen affordanssin kautta: pysyvyys, toistettavuus, skaalautuvuus ja haettavuus<sup>45</sup>. Nämä korkean tason affordanssit rakentavat käyttäjien sitoutumista näissä ympäristöissä ja ne ovat ehdollistettuja bittien ominaisuuksilla, jotka käytännössä siis tuovat uusia mahdollisuuksia vuorovaikutukseen ja kommunikaatioon<sup>46</sup>. Instagramissa käyttäjillä on mahdollisuus luoda ja jakaa sisältöä, reagoida sisältöihin ja osallistua keskusteluihin julkisesti tai yksityisviesteillä sekä muodostaa verkostoja. Lisäksi story-ominaisuuden kautta Instagram mahdollistaa elämän katoavaisen ja hetkellisen tallentamisen. Storyt ovat 24 tunnin ajan näkyvillä olevia kuvia tai videoita, joiden avulla voi rakentaa yhä enemmän keskustelevaa suhdetta seuraajien kanssa. Muun muassa nämä affordanssit määrittelevät Instagramin roolia digitaalisessa vuorovaikutuksessa. Tässä roolissa tärkeässä osassa on myös Instagramille ominainen visuaalisuus, joka on keskiössä siinä, miten esimerkiksi vaikuttajat näyttävät omaa elämäänsä sekä kuvaavat muun muassa ystävävyksiään.

---

<sup>42</sup> Bucher & Helmond 2018, 235.

<sup>43</sup> boyd 2011, 39.

<sup>44</sup> Bucher & Helmond 2018, 239.

<sup>45</sup> boyd 2011, 46.

<sup>46</sup> boyd 2011, 39–40.

Instagram on myös mahdollistanut yhä enemmän somevaikuttajien työtä. Instagram yhteisöllisenä alustana on toimiva myös markkinointiin ja sieltä löytyy laaja kohderyhmä omalle työlle. Vajaa 30 000 suomalaista sai ansiotuloja eri kanaviin tuottamastaan verkkosisällöstä vuonna 2022 ja Suomessa yksi suosituimmista vaikuttajamarkkinoinnin väylistä on Instagram <sup>47</sup>. Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimuksen mukaan Instagram on neljänneksi suosituin sosiaalisen median kanava Suomessa. Koko 10 vuotta täyttäneestä väestöstä 45 % käytti Instagramia, mutta 15–24-vuotiaista osuus oli lähes yhdeksän kymmenestä. <sup>48</sup>

### **3.1 Kaverihaun konsepti – tinderöintiä kaveripohjalta**

Kaverihaun konsepti Instagramissa on innovatiivinen lähestymistapa ystävyysuhteiden luomiseen digitaalisessa ympäristössä. Instagramin kaverihaut ovat somevaikuttajien julkaisemia postauksia heidän omilla Instagram-tileillään, joissa seuraajat voivat etsiä uusia ystäviä. Nämä postaukset kannustavat seuraajia etsimään yhteyksiä muiden samanmielisten seuraajien kanssa, tavoitellen syvempää sosiaalista yhteenkuuluvuutta. Kaverihaut tarjoavat myös somevaikuttajalle mahdollisuuden oman tilinsä yhteisöllisyyden ja sitoutuneisuuden lisäämiselle.

Käytännössä kaverihakujen konsepti on yksinkertainen: vaikuttaja julkaisee Kaverihaku-postauksen, jossa hän kehottaa seuraajiaan kirjoittamaan itsestään esittelyn julkaisun kommentteihin tai vastaamaan jonkun jo kommentoineen viestiin ja etsimään näin ystäviä. Konseptin tarkoituksena on siis kannustaa seuraajia tutustumaan toisiinsa ja löytämään uusia ystäviä, jolloin heidän ensimmäisenä yhdistävänä tekijänään toimii nimenomaan vaikuttaja, jota he molemmat seuraavat.

Seuraajat voivat osallistua kaverihakuun kirjoittamalla postauksen kommentteihin itsestään lyhyen esittelyn, missä he kertovat esimerkiksi omista kiinnostuksenkohteistaan, asuinpaikkakunnan ja millaista seuraa kaipaavat. Postauksessa on usein ohjeita esittelyn kirjoittamiseen ja ne voivat vaihdella riippuen vaikuttajan omasta vaikuttamisen alasta. Ruokavaikuttajalla postauksessa voi lukea esimerkiksi ”Ehkä paljastat myös sun lempiruuan tai mitä söit viimeksi?” <sup>49</sup> ja lifestyle-vaikuttajalla voi olla yleisluontoisempi vinkki oman esittelyn kirjoittamiseen. Seuraajille ei siis aseteta tiukkoja raameja oman tekstin

---

<sup>47</sup> Saarenmaa 2023.

<sup>48</sup> Tilastokeskus 8.3.2023.

<sup>49</sup> Bella Tablen kaverihaku, Instagram 8.6.2022.

kirjoittamiselle, vaan jokainen saa jakaa sellaiset asiat itsestään, mitkä tuntuvat hyvältä ja luontevalta.

Kaverihakuihin voi myös osallistua vastaamalla jonkun postaukseen kommentin jättäneen viestiin. Viestiin voi vastata joko postauksen alle tai yksityisviestillä, joka näyttää olevan yleisempi tapa. Oman julkisen kommentin jättäminen ei ole siis pakollista, mikä voi madaltaa joidenkin kynnystä osallistua kaverihakuun. Lisäksi useassa kaverihaussa kannustetaan tekemään jotain yhdessä ja näkemään kasvotusten. Myös yhdessä tekemiseen voi löytyä valmiita vinkkejä Kaverihaku-postauksesta, kuten kävely, kahvittelu tai ravintolaan meneminen.

Havainnollistavana esimerkkinä nostan Nonsensen ensimmäisen Kaverihaku-postauksen, jonka teksti ja ohjeet kuuluivat näin:

Soulsistereinä vielä harmaana ja kurttusinakin <3 Puuttuuko sulta kuitenkin vielä omasi? TEE KAVERIHAKU-ILMOITUS tämän kuvan kommentteihin, kirjoita muutama sana itsestäsi (kuka olet, missä asut, ikä & joku hauska fakta), laita DMää toiselle kommentoineelle ja me pidetään peukut pystyssä, että teillä klikkaa! Koskaan ei hei tiedä, mistä ne uudet ystävydet tulee eteen. Ja me tietty toivotaan, että Nonsense yhdistäis ainakin jotkut teistä. #nonsensekamu <sup>50</sup>

Postaus keräsi 1056 tykkäystä ja 599 kommenttia <sup>51</sup>, postaus oli siis todella suosittu, mikä voi kertoa siitä, että sille oli tarvetta. Postaukseen tulleet kommentit olivat toiset tiiviimpiä ja toiset laajempia esittelyjä itsestään, mutta kaikki vaikuttivat innostuneilta. Lähes jokaisessa kommentissa oli tykkäys Nonsenseltä itseltään: tämä on myös yksi tapa huomioida seuraajia ja kaverihakuihin osallistuvia, luoda yhteisöllisyyden ilmapiiriä, kannustaa muitakin kirjoittamaan kommentteja ja toisaalta myös kannustaa ihmisiä vastaamaan kommentteihin.

Kaverihaun konseptissa on tärkeää huomioida se, että vaikka vaikuttaja luo mahdollisuuden ystävyydelle julkaisemalla Kaverihaku-postauksen, hän ei ole aktiivisesti mukana yhdistämässä seuraajia, vaan se on seuraajien tehtävänä ja vastuulla. Vaikuttaja on tässä vaiheessa vain ystävien löytämisen mahdollistaja sekä ensimmäinen yhdistävä tekijä. Toinen tärkeä huomio on se, että nämä hakuilmoitukset vastaavat nimenomaan ystävyuden tarpeeseen eikä niitä ole ensisijaisesti tarkoitettu romanttisten suhteiden etsimiseen.

---

<sup>50</sup> Nonsensepodi, Instagram 14.9.2018.

<sup>51</sup> Tarkistettu 5.4.2024.

Toisaalta konseptia voisi verrata jo perinteisiksi muodostuneisiin verkon deittailualustoihin, kuten Tinderiin tai jopa vielä perinteisempään tapaan tavata kumppaneita: sokkotreffailuun.

Mä muistan et me ei oltu mitenkää ihan hirveesti edes viestitely, et siis ihan muutamii pieniä viestejä. Et mä totesin iteki, et tää on oikeestaan aika tämmönen sokkotreffit asetelma, et mä en oikeestaan tiedä täst tyypistä yhtään mitään, et me oltiin ihan muutama sananen vaihdettu ja sit todettu, et no hei et tavataanko mieluummin kasvotusten? – H6

Kuten esimerkiksi Tinderissä deittaillessa, kaverihakuun osallistujat eivät myöskään tiedä etukäteen toisistaan muuta kuin esittelytekstissä kerrotun sekä mahdollisesti Instagram-profiilista selvinneet asiat. Kaverihaussa siis ikään kuin pyyhkäistään oikealle tai vasemmalle hyvin pienin tiedoin toisesta ja tutustuminen alkaa vasta, kun molemmat ovat pyyhkäisseet oikealle ja valinneet toisensa.

No ainakin tuol instagramissa sit ku niit yhteydenottoi tuli, nii helposti sit meni jonkun profiilin kattomaan, et millanen tää tyyppi on. Ja jos oli julkinen profiili, nii helposti sit tuli joku ennakkokäsitys ja katto vähän, et ollaankohan me samantyyppisii ihmisii. – H4

Instagram-profiilin katsominen ja tutkiminen luo ennakkokäsityksiä toisesta niin hyvässä kuin pahassa. Ennakkokäsityksen mukaan luotu mielikuva ei kuitenkaan anna oikeaa tietoa kyseisestä henkilöstä. Instagram-profiili kertoo vain pienen osan toisesta ja hänen elämästään. Profiilista voi selvittää samoja mielenkiinnon kohteita tai toisaalta sieltä voi saada kuvan, että toinen ei ole yhtään samantyylinen kuin itse, vaikka hän oikeasti olisikin.

Ja mä esimerkiks tän mun ystävän kohdalla huomasin, et sen mielikuva mikä mulla oli hänen instagramista oli sit ihan täysin päinvastanen, et ku hän ei kuitenkaa oo itse niin aktiivinen laittamaan mitään omia kuvia, et hän enemmän seuraa muita. Nii tota siit tule ehkä ihan erilainen kuva millanen hän sit lopulta oli. Et se tietysti on hyvässä ja pahassa, et sit jos jollain saattaa ehkä olla ku näkee jonkun profiilin et ”aa ei tää oo yhtään munlainen tyyppi”, vaikka sit todellisuudessa saattaiskin olla. – H6

Vertaamalla Kaverihaku-konseptia vanhempiin sosiaalisen verkostoitumisen muotoihin, kuten Suomi24-foorumeihin, huomaa selkeän evoluution siinä, miten ihmiset muodostavat sosiaalisia suhteita verkossa ja miten he niitä etsivät. Kuten osaltaan nykypäivän sosiaalinen mediakin, 2000-luvun alussa verkkokeskustelupalstojen sosiaalisuus perustui käyttäjien vuorovaikutukseen ja keskusteluihin, mutta sisällön jakaminen ja verkostoituminen olivat luonteeltaan erilaisia: keskustelupalstat olivat kansalaiskeskustelun paikkoja <sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> Suominen 2013, 41.

Keskustelupalstoilla ei välttämättä etsitty oikeita sosiaalisia suhteita tai yhteyksiä, vaan ne olivat enemmänkin paikkoja, joissa jaettiin provosoivia viestejä ja joissa tunteet kuumenivat<sup>53</sup>. Sosiaalinen media on kuitenkin syntynyt ihmisten syvemmästä sosiaalisesta tarpeesta nykyaikaisessa yhteiskunnassa<sup>54</sup> ja ihmiset haluavat muodostaa aitoja sosiaalisia suhteita. Sosiaalisen median kehityksen myötä verkossa olevat suhteet eivät ole myöskään vain yksityisten henkilöiden välisiä vaan perinteisestä mediasta tutummat parasosiaaliset suhteet ovat siirtyneet myös someympäristöön.

Instagramin kaverihaut ikään kuin osuvat uusille ystäville avoimina olevien tielle somea selaamalla ja niihin osallistuminen saattaa olla melko spontaaniakin, koska se on tehty helpoksi. Vanhemmat verkostoitumisen muodot taas vaativat enemmän vaivaa, jos uusia ystäviä halusi löytää:

Et just ku mä googlailin sitä Suomi24:sta, ennen ku tuli vastaan, et mistä mä lähen alottamaan sen ettimisen? Et ei Facebookissa oo sellasta, et lähöks sä sit sieltä kaupungin kautta vai? Jotenkin tosi vaikee, et millä sanoilla sä lähet ettimään et ”pienen vauvan kanssa kotona seuraa”. Et se oli hankala. Mut sit ku sieltä googlaili, nii rupes löytyy just sitä. Et sattumalta oli sit se Suomi24:ssa. Ja sit mä mietin, et no kysyys mä neuvolasta, et no onks tääl nyt jotain yksinäisiä äitejä. Et mun mielestä on tosi helppo toi Instagramin. – H2

Kaverihaut Instagramissa tarjoavat uuden tavan kommunikoida uusien ihmisten kanssa ja luovat uusia väyliä samankaltaisten ihmisten löytämiseen:

Et onhan se niinku tosi helppo tapa kommunikoida muiden ihmisten kanssa ja niinku tutustua. Ku mietitää niinku aikaa ennen somee, nii sulla oli koulusta ne kaverit that’s it tai sit harrastuksista, et ei ollu semmosta niinku tavallaa väylää niinku tutustuu uusii ihmisii, että kyllä varmasti niinku helpottaa siinäki. – H5

Ystävien etsiminen ja yhteyksien löytäminen on ihmisille tärkeää, ja olemme siirtymässä kohti monimuotoisempaa sosiaalista verkostoitumista, jossa paikkoja verkostoitua luodaan yhä enemmän. Muun muassa uudemmat deittailualustat tarjoavat toimintoja myös ystävien etsimiseen. Esimerkiksi Bumblen ”Bumble for Friends” ”on paikka löytää samanhenkisiä ihmisiä”<sup>55</sup>. Palvelu on selvästi luotu uusien ystävien löytämiseen eikä deittailuun, mutta myös Bumblen deittailusovellus korostaa yhteisöllisyyden tärkeyttä:

---

<sup>53</sup> Suominen 2013, 45.

<sup>54</sup> Van Dijk 2012.

<sup>55</sup> Bumble For Friends, <https://bumble.com/fi/bff>

Rohkaisemme kaikkia luomaan uusia yhteyksiä hyvällä itsetunnolla ja annamme naisille vapauden ja vallan päättää, kuka voi pitää heihin yhteyttä. Ennen kaikkea haluamme luoda yhteisön, jossa kaikki kunnioittavat ja arvostavat toisiaan.<sup>56</sup>

Tämä kertoo siitä, että yhteisöllisyyden tunne korostuu myös muissa yhteyksissä sosiaalisessa mediassa kuin vain ystävyyksissä.

### 3.2 Kaverihaku somevaikuttamisen muotona

Instagramin rooli sosiaalisessa mediassa on kasvanut huomattavasti sen perustamisesta lähtien. Alun perin yksinkertaisena valokuvien jakamisen alustana se on muotoutunut monipuoliseksi ympäristöksi, joka tukee vaikuttajamarkkinointia, brändäystä sekä yhteisöjen rakentamista. Vaikuttajien kyky tuottaa sisältöä, joka resonoi laajan yleisön kanssa, on olennainen osa Instagramin vetovoimaa. Tämä ei ainoastaan auta vaikuttajia rakentamaan ja ylläpitämään yhteisöjä, vaan myös muokkaamaan niiden vuorovaikutusta ja dynamiikkaa uusilla, luovilla tavoilla<sup>57</sup>.

Somevaikuttajat luovat seuraajiensa kanssa yksipuolisia ihmissuhteita ja illuusiota läheisyydestä käyttämällä keskustelevaa puhetapaa, joka vaikuttaa epämuodolliselta ja rennolta. Vaikuttajat ohjailevat vuorovaikutusta seuraajiensa kanssa laajentamalla paljastuksia niin sanotusti kulissien taakse näyttämällä tarkkaan harkittuja palasia henkilökohtaisesta elämästään, mutta vaikuttajien somesisällön nopeus ja määrä luovat vaikutelman siitä, että he jakavat jatkuvasti seuraajilleen omaa elämäänsä hyvinkin yksityiskohtaisesti.<sup>58</sup> Vaikuttajien itsestään kertominen vahvistaa seuraajien kiinnostusta ja heidän omistautuneisuuttansa vaikuttaja sisällön seuraamiseen. Vaikuttaja joutuu jatkuvasti pohtimaan oman sisältönsä henkilökohtaisuuden astetta, sisällön kiinnostavuutta ja sisällön mahdollista menestymistä suhteessa hallintaan omasta yksityisyydestään. Vaikuttajan yksityisyydestä ja henkilökohtaisista asioista tulee ikään kuin valuuttaa, jolla sitoutetaan seuraajia itsensä seuraamiseen.<sup>59</sup> Digitaalinen aikakausi on muovannut julkisuuden henkilöiden ja heidän seuraajiensa suhteita. Vaikka perinteisesti "fanit" ovat ihailleet julkisuuden henkilöitä etäältä, somevaikuttajat suosivat termiä "seuraajat", korostaen läheisempää ja tasavertaisempaa

---

<sup>56</sup> Bumble, <https://bumble.com/fi/>

<sup>57</sup> Marwick & Boyd 2011.

<sup>58</sup> Abidin 2016, 288–289.

<sup>59</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 106.

suhdetta. Tämä korostaa heidän pyrkimystään säilyttää vaikutelma arkipäiväisyydestä ja saavutettavuudesta, mikä on olennainen osa heidän vetovoimaansa.<sup>60</sup>

Vaikuttajat käyttävät Instagramia luodakseen ja jakaakseen uudenlaista sisältöä. Heidän tuottamansa sisältö, oli paitsi elämäntyylistä, muodista, matkailusta tai hyvinvoinnista, myös pohjan yhteisöille, jotka jakavat samankaltaisia arvoja ja kiinnostuksen kohteita.

Kaverihaut ovat uusi innovaatio tässä kontekstissa, tarjoten alustan, jossa seuraajat voivat olla vuorovaikutuksessa seuraamansa vaikuttajan kanssa sekä löytää ystäviä toisistaan. Tämä luo uuden ulottuvuuden parasosiaalisille suhteille, syventäen seuraajien välistä yhteisöllisyyttä ja sitoutumista. Somevaikuttajien ja seuraajien väliset parasosiaaliset suhteet ilmentävät tätä monimutkaista vuorovaikutussuhdetta, jossa seuraajat voivat kokea syvää yhteenkuuluvuuden tunnetta vaikuttajia kohtaan, jopa ilman henkilökohtaista tapaamista<sup>61</sup>.

Vaikuttajat voivat käyttää kaverihakuja strategisesti yhteisönsä laajentamiseen ja vuorovaikutuksen lisäämiseen. Vaikuttajat osaavat tehokkaasti edistää parasosiaalisia suhteita yleisöihin vaikuttaakseen brändiasenteisiin ja ostopäätöksiin<sup>62</sup> ja tätä samaa voidaan nähdä kaverihauissa. Ystävyksien esittäminen ihailtavalla tavalla luo illuusion ihanneystävyydestä, jota halutaan tavoitella. Luomalla tiloja, joissa seuraajat voivat aktiivisesti etsiä uusia ystäviä ja tuttavuuksia, vaikuttajat edistävät merkityksellisiä yhteyksiä yksilöiden välillä. Näen, että tämä ei ainoastaan vahvista olemassa olevaa yhteisöä, vaan voi myös houkuttaa uusia seuraajia, jotka etsivät samanhenkistä seuraa. Kaverihaut tarjoavat ainutlaatuisen tavan vahvistaa vaikuttajan henkilöbrändiä, yhdistämällä ihmisiä ja luomalla positiivisia kokemuksia, jotka heijastavat takaisin vaikuttajaan ja hänen brändiinsä. Vaikuttajat rakentavat ja ylläpitävät verkkoidentiteettiään ja vuorovaikutustaan seuraajiensa kanssa useiden eri sosiaalisen median alustojen kautta, korostaen kunkin alustan ja välineen erityisvahvuuksia<sup>63</sup>. Instagramin vahvuus on sen mahdollisuus tukea vaikuttajamarkkinointia ja brändäystä sekä vuorovaikutusta monen eri median – kuvan, videon ja tekstin – keinoin. Lisäksi vaikuttajan vastavuoroinen vuorovaikutus yhden seuraajan kanssa sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi kommenttiin vastaaminen, voi kasvattaa myös muiden seuraajien parasosiaalista kokemusta<sup>64</sup>. Instagram mahdollistaa myös yksityisviestien laittamisen vaikuttajalle, mikä tuo vaikuttajaa yhä lähemmäs seuraajia, sillä seuraajalla on mahdollisuus siihen, että vaikuttaja

---

<sup>60</sup> Abidin 2015, 2–3.

<sup>61</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 95–96.

<sup>62</sup> Gurrieri, Drenten & Abidin 2023, 915.

<sup>63</sup> Abidin 2016, 42.

<sup>64</sup> Reinikainen 2019, 106.

vastaa hänelle henkilökohtaisesti. Tietoisuus edes pienestä oikeasta vuorovaikutuksen mahdollisuudesta kasvattaa edelleen kokemusta parasosiaalisesta suhteesta <sup>65</sup>.

Parasosiaaliset suhteet ja kokemukset luovat somevaikuttajille myös parasosiaalista pääomaa. Tällä tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi vaikuttajaa kohtaan koettu parasosiaalinen suhde vaikuttaa kyseisen vaikuttajan uskottavuuteen ja luotettavuuteen. Lisäksi tämä koettu parasosiaalinen suhde voi lisätä positiivisia tunteita koko yhteisöä kohtaan. Parasosiaalinen pääoma edistää vaikuttajan asemaa seuraajiensa silmissä sekä myös kiinnostaa brändejä ja organisaatioita. <sup>66</sup> Brändeille ja organisaatioille nämä vaikuttajien luomat parasosiaaliset suhteet ovat arvokkaita, koska vaikuttajat voivat tehokkaasti niiden kautta vaikuttaa yleisön brändiasenteisiin ja ostopäätöksiin. Parasosiaaliset suhteet vaikuttavat siis kuluttajien ostokäyttäytymiseen, mikä on arvokasta brändeille ja organisaatioille. <sup>67</sup> Vaikuttajan pääoman lainaaminen brändin tai organisaation omiin viestinnällisiin ja markkinoinnillisiin tarkoituksiin voi olla myös riskialtista. Jos vaikuttaja käyttää parasosiaalista pääomaansa liikaa hyödyksi taloudellisiin tarkoituksiin, voi parasosiaalinen suhde vaikuttajiin kärsiä. Parasosiaalista pääomaa voi kuitenkin myös kasvattaa muun muassa edistämällä parasosiaalista suhdetta kertomalla itsestään lisää tai jutustelemalla avoimesti. <sup>68</sup> Kaverihaut ovat yksi keino kasvattaa tätä parasosiaalista pääomaa luomalla aitoa ja seuraajia yhdistävää sisältöä mainosmaisemman sisällön keskelle.

Ihmisten yhdistäminen osana henkilöbrändiä on keskeinen osa kaverihakujen vetovoimaa. Vaikuttajat, jotka hyödyntävät kaverihakuja, osoittavat ymmärrystä ja sitoutumista seuraajiensa tarpeisiin ja toiveisiin. On havaittavissa, että tämä ei ainoastaan luo syvempää luottamusta ja lojaaliutta vaikuttajan ja seuraajien välille, vaan voi myös vahvistaa vaikuttajan asemaa alallaan. Somevaikuttajien kyky luoda vuorovaikutteisia ja vastavuoroisen oloisia suhteita seuraajiensa kanssa antaa seuraajille mahdollisuuden tuntee olonsa arvostetuksi ja huomioituksi sekä tunteen olevansa osa yhteisöä <sup>69</sup>. Aineistoni perusteella yhteisöjen rakentaminen ja niiden aktiivinen tukeminen kaverihakujen kautta nähdään arvokkaana lisänä vaikuttajan henkilöbrändille, korostaen heidän asemaansa paitsi sisällöntuottajina myös yhteisön rakentajina ja yhdistäjinä. Kaverihaut voivat kasvattaa vuorovaikutusta ja aktiivisuutta sekä muita vaikuttajalle tärkeitä lukuja vaikuttajan tilin ympärillä ilman, että

---

<sup>65</sup> Reinikainen 2019, 106.

<sup>66</sup> Reinikainen 2019, 107.

<sup>67</sup> Gurrieri, Drenten & Abidin 2023, 915–917.

<sup>68</sup> Reinikainen 2019, 107.

<sup>69</sup> Abidin 2015, 7–8.

seuraajat välttämättä huomaavat sen olevan tarkoituksellista, mikä ylläpitää Instagram-tilin ja vaikuttajan aitouden illuusiota. Somevaikuttajien ja seuraajien välillä vallitsee koettu keskinäinen yhteys, jossa molempien osapuolten aktiivinen osallistuminen luo aitouden vaikutelman, vaikka toiminta olisikin kaupallisesti motivoitunutta <sup>70</sup>. Vaikuttajan on kuitenkin tärkeää tuntea oma yleisönsä, jotta hän tietää, mikä on oikea tapa puhutella seuraajiaan ja millainen sisältö heitä kiinnostaa <sup>71</sup>. Jos kaverihaut eivät sovi vaikuttajan muun sisällön kontekstiin, voi vaikutus olla päinvastainen: seuraajat kaikkoavat. Ilman tietoa yleisöstä, on hankala määrittää, miten käyttäytyä tai tehdä muutoksia sisältöön <sup>72</sup>.

Mielenkiintoinen aspekti kaverihauissa somevaikuttamisen muotona on nimenomaan myös niiden kantaottavuus ihmisten yksinäisyyteen ja ystävyyksien tarpeeseen. Kuten aikaisemmin esitin, vaikuttajat voidaan määritellä arkipäiväisiksi internetin käyttäjiksi, joilla on suhteellisen suuri seuraajakunta sosiaalisessa mediassa, ja jotka ansaitsevat elantonsa sisällyttämällä mainoksia postauksiinsa <sup>73</sup>. Kirjaimellisesti somevaikuttajat ovat kuitenkin vaikuttajia monella eri alueella: heidän markkinoimansa tuotteet myydään loppuun, mutta samaan aikaan heidän mielipiteensä muun muassa politiikasta vaikuttavat yleiseen asenneilmapiiriin. Kun somevaikuttaja julkaisee Kaverihaku-postauksen, hän tuo esille ihmisten kaipuun ystävyteen ja yhteisöllisyyteen: vaikuttajan on mahdollista rikkoa yksinäisyyden tabua luomalla ystävien etsimisestä yhteisöllistä ja julkista. Samaa aikaan on kiinnostavaa pohtia, voiko ystävien etsimisen julkiseksi tekeminen kuitenkin yhtä aikaa lisätä häpeää yksinäisyyden ympärille? Kaverihakujen tärkein vaikuttamisen muoto näyttäisi ulospäin kuitenkin olevan seuraajien mahdollisuudet löytää uusia samanhenkisiä ihmisiä elämäänsä vaikuttajan pienellä avustuksella.

Tarjoamalla omalle vakiintuneelle seuraajakunnalle kaverihakuja, vaikuttaja voi myös korostaa omaa tunnettaan siitä, miten hänen omistautunut yleisönsä tuntuu suurelta kaveripiiriltä. Miisas-vaikuttajan itsereflektio vaikuttajatutkijan roolissa paljastaa parasosiaalisen suhteen kertovan oman työn merkityksellisyydestä:

Taloudellisesta hyödystä huolimatta yleisön parasosiaalinen suhde vahvistaa kaikista eniten kuitenkin vaikuttajan tunnetta oman työn merkityksellisyydestä. Omistautunut yleisö tuntuu kuin valtavalta kaveripiiriltä, jolle oman elämäntarinan jakaminen tuntuu itsestään selvältä. Vaikka vaikuttaja ei ikinä opi

---

<sup>70</sup> Abidin 2015, 5–6.

<sup>71</sup> boyd 2011, 50.

<sup>72</sup> boyd 2011, 50.

<sup>73</sup> Abidin, 2015, 1.

tuntemaan seuraajia samalla tavalla kuin he tuntevat hänet, yhteys yleisöön tuntuu läheiseltä. Vaikuttajasta tuntuu, että hänen ja seuraajien välille on vuosien aikana syntynyt yhdessä luotu turvallinen tila, jossa jokainen saa olla juuri sellainen kuin on.<sup>74</sup>

En siis väitä, että vaikuttajat eivät voisi pitää kaverihakuja oikeasta kiinnostuksesta ja aidosta välittämisestä seuraajiensa hyvinvointia kohtaan, mutta mielestäni on tärkeää huomioida vaikuttajien kaupalliset sekä henkilökohtaiset motiivit, kun tarkastellaan suosittujen vaikuttajien valintoja omissa julkaisuissaan. Kaverihakujen pitäminen on valinta ja sen takia on tärkeää pohtia, mistä motivaatio julkaisuun syntyy ja mitä vaikutuksia kaverihakujen pitamisellä on vaikuttajan tilille ja tilillä väitetyn yhteisöllisyyden tunteen rakentamiselle.

Kuten Suvi Uski kirjoittaa väitöskirjaansa perustuvassa artikkelissaan ”*Minän esittäminen yhteisöpalveluissa: profiilityöllä aitouteen*”: Sosiaalisen median yhteisöpalvelujen kentässä käydään kovaa taistelua siitä, kuka houkuttelee eniten aktiivisia käyttäjiä. Profiilityötä tehdään niin paljon kuin pystytään.<sup>75</sup>

### 3.3 Nonsense ja Rosie Londoner Instagramissa

Tutkimuksen haastateltavista seitsemän oli osallistunut Nonsensepodin kaverihakuun ja yksi brittiläisen Rosie Londonerin kaverihakuun. Nonsensepodi ja Rosie Londoner ovat esimerkkejä siitä, miten vaikuttajat käyttävät Instagramia yhteisönsä aktivoimiseen ja laajentamiseen kaverihakujen kautta. Heidän kykynsä yhdistää ihmisiä yhteisen kiinnostuksen ja identiteetin ympärille osoittaa, miten sosiaalisen median affordanssit voivat edistää uudenlaista sosiaalista verkostoitumista ja ystävyysuhteiden syntyä digitaalisessa ympäristössä.

Nonsensepodi on suomalaisten alun perin bloggaajina tunnettujen lifestyle-vaikuttajien Alexa Dagmarin ja Linda Juholan perustama podcast, jonka ympärille on rakentunut myös aktiivinen tili ja yhteisö Instagramissa. Podcast kasvatti suosiotaan nopeasti ja ensimmäisen vuoden aikana se keräsi 2 miljoonaa kuuntelukertaa<sup>76</sup>. Alun perin bloggaajina aloittaneet ja tunnetuksi tulleet Dagmar ja Juhola perustivat yhteisen podcastinsa huhtikuussa 2018 ja lopettivat sen loppuvuodesta 2023. Nonsensepodi kuvailee itseään seuraavasti podcastin kuvauksessa:

---

<sup>74</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 107–108.

<sup>75</sup> Uski 2016, 381.

<sup>76</sup> Nonsense, Instagram 26.4.2019.

”Bloggaajina ja parhaina ystävyksinä tunnettujen Alexan ja Lindan hostaamassa Nonsense-podcastissa puhutaan vaikeistakin asioista eikä punastella turhia. Linjat käyvät kuumina Helsingin ja Tukholman välillä, kun ystävykset keskustelevat niin itsetunnosta, parisuhteista, naiseudesta kuin vatsavaivoistakin. Nonsense on koonnut ympärilleen tiiviin yhteisön ja näihin keskusteluihin sinutkin on kutsuttu mukaan, you can sit with us!”<sup>77</sup>

Podcast on selvästi brändätty Dagmarin ja Juholan ystävyiden ja dynamiikan ympärille, mikä on ymmärrettävää: podcast keskittyy kahden ystävän väliseen vuoropuheluun ja lähes joka jakso vaikuttaa ystävysten yksityiseltä keskustelulta. Kuvauksessa korostetaan podcastin pitäjien välistä ystävyttä sekä nostetaan esille myös podcastin ympärille syntynyt yhteisö, joka on kaikille avoin.

Nonsensepodi on kerännyt Instagramissa noin 16,7 tuhatta seuraajaa<sup>78</sup> ja podcastin 2-vuotispäivän aikoihin podcast oli kerännyt jo yli 5 miljoonaa kuuntelukertaa<sup>79</sup>. Podcastin ja sen Instagram-tilin yhteisöllisyyttä on luotu ja kasvatettu muun muassa Kaverihaku-postauksilla, Kamukiertueella sekä myymällä podcastin brändituotteita<sup>80</sup>. Vielä julkisina olevista 353 julkaisusta 13 on Kaverihaku-postauksia ja kolme Kamukiertueeseen liittyviä postauksia. Kaverihaut ovat olleet suuri osa seuraajien aktivointia, ja Kamukiertue toi kaverihaun livetapahtumaksi Helsinkiin, Turkuun ja Tampereelle. Kuten Instagramin kaverihauissa, myös Kamukiertueen tavoitteena oli löytää uusia ystäviä.

Kaverihaun tärkeydestä Nonsensepodin yleisölle yhteisöllisyyden, vuorovaikutuksen ja aktiivisuuden luoja kertoo se, että Nonsensepodin viimeinen Instagram-postaus podcastin lopettamisen jälkeen oli Kaverihaku-postaus (kuva 1), jossa he kuvasivat kaverihakua legendaariseksi ja korostivat sen tuoneen satoja ihmisiä yhteen:

”Mikä olisikaan parempi tapa lopettaa, kun laittaa vielä viimeinen legendaarinen KAMUHAKU käyntiin. Sadat tyypit ovat löytäneet Nonsensen kautta uusia ystäviä ja ollaan siitä ihan mielettömän onnellisia, joten eiköhän polkaista vika kamuhaku käyntiin.

Ootko siis vailla treenikamua, opiskelukamua, kahvittelukamua?! Pimeän joulunkuun keskellä halutaan tarjota teille mahdollisuus matchata, joten kerro alle hieman itsestäsi (kuka oot, mistä tuut, mitä puuhaat elämässä / mikä saa sut

---

<sup>77</sup> Podme, 5.3.2024.

<sup>78</sup> 5.3.2024.

<sup>79</sup> Nonsensepodi, Instagram 27.4.2020.

<sup>80</sup> Nonsensepodi, Instagram 14.3.2020.

innostumaan / joku hauska fakta) ja laita DM:ää toiselle kommentoineelle! Me toivotaan että teillä matchaa!”<sup>81</sup>



Kuva 1. Kuvakaappaus Nonsensepodin viimeisestä kaverihausta Instagramissa. Kuvakaappauksesta on editoitu pois osallistujien kommentit.

Myös brittiläinen Rosie Londoner aloitti someuransa bloggaajana. Hän aloitti bloginsa The Londoner vuonna 2011 ja Instagramissa hänellä on noin 355 tuhatta seuraajaa<sup>82</sup>. Hän kuvaa itseään Instagram-tilinsä kuvauksessa ”epätäydelliseksi äidiksi, joka etsii täydellisiä hetkiä”. Rosie Londonerin Instagram-tilillä on julkisena 5 630 julkaisua, eli hän on ollut hyvin aktiivinen postaja alustalla, mutta viimeisin postaus on julkaistu syyskuussa 2023, jonka jälkeen hän ei ole julkaissut feediinsä kuvia tai videoita.<sup>83</sup> Viimeisin julkaisu on kaverihaku (kuva 2).<sup>84</sup>

<sup>81</sup> Nonsensepodi, Instagram 20.12.2023.

<sup>82</sup> Rosien Londoner, Instagram 5.3.2024.

<sup>83</sup> Tarkistettu 5.3.2024.

<sup>84</sup> Rosielondoner, Instagram 29.9.2023.



Kuva 2. Kuvakaappaus Rosie Londonerin viimeisimmästä postauksesta ja kaverihausta Instagramissa. Kuvakaappauksesta on editoitu pois osallistujien kommentit.

Rosie Londoner on brändännyt itsensä vaikuttajana luonnollisuuden ja aitouden puolestapuhujaksi. Hänen tilinsä keskittyy matkusteluun, kauniisiin hetkiin ja kuviin, joiden kuvatekstit voivat olla hyvinkin kevyitä, mutta niiden lisäksi hän puhuu Instagramissaan muun muassa naisten ulkonäköpaineista ja niitä vastaan taistelemisesta, neuroepätyypillisyydestä sekä äitiydestä. Kevyet aiheet näkyvät Instagarm-tilin feedissä, kun taas syvällisempiä omia ajatuksiaan Rosie on jakanut storyjen puolella.

Ensimmäisen kaverihaun Rosie Londoner julkaisi Instagram-tilillään huhtikuussa 2020. Julkaisu oli inspiroitunut hänen blogipostauksestaan, joka käsitteli ystävien löytämistä aikuisena ja kuinka hän on itse tavannut yhden parhaan ystävänsä sosiaalisen median kautta. Hän mainitsi kyseisessä Kaverihaku-postauksessa, että olisi mahtavaa, että hänen yhteisöstään ihmiset löytäisivät tällaisia läpi elämän eri tilanteiden kestäviä ystävyksiä Instagramista.<sup>85</sup> Postaus oli todella suosittu: se on kerännyt 19,5 tuhatta tykkäystä ja 4 680 kommenttia.<sup>86</sup>

<sup>85</sup> Rosielondoner, Instagram 14.4.2020.

<sup>86</sup> Tarkistettu 5.3.2024.

Kaverihaku-postauksen suosion vuoksi hän järjesti myös lisää kaverihakuja ja vuonna 2020 Rosie julkaisi Instagram-tilillään yhteensä kuusi kaverihakua. Näiden lisäksi hän julkaisi vuonna 2021 kaksi kaverihaku-postausta ja vuonna 2022 ja 2023 yhden. Erityisesti vuosien 2020 ja 2021 Kaverihaku-postauksissa hän korosti koronapandemian luoman yksinäisyyden vaikeutta ja kuinka kaverihauista voisi löytää myös ”kirjekavereita”, joiden kanssa voisi nähdä kasvotusten pandemian loputtua. Viimeisimmässä Kaverihaku-postauksessaan Rosie nosti esiin sen, kuinka hän rakastaa saada seuraajiltaan viestejä ja kuvia siitä, miten he ovat löytäneet ystäviä hänen postaustensa kautta ja kuinka häneltä on toivottu uutta kaverihakua.

## 4 Aineiston analyysi

Analyysin perusteella olen rajannut aineistostani kolme pääteemaa: ihanneystävyyden etsiminen, elämäntilanteen muutokset ja teknologian vaikutus. Kaikki nämä teemat kuitenkin limittyvät keskenään eikä niitä voi täysin erottaa toisistaan. Teemojen erottelu on kuitenkin oleellista tässä tutkimuksessa niiden analysoimisen onnistumiseksi. Näitä teemoja käsitellen vastaan tutkimuskysymyksiini:

Miksi ihmiset osallistuvat Instagramin kaverihakuihin? Miten kaverihakuihin osallistuminen vaikuttaa heidän a) sosiaalisiin suhteisiinsa ja käsityksiinsä ystävydestä sekä b) kokemuksiin yksinäisyydestä ja yhteisöllisyydestä?

Ensimmäisessä alaluvussa ”4.1 Ihanneystävyyttä etsimässä” käsitelen tietynlaisen ystävyuden tavoittelua ja etsimistä sekä sitä, miten tämä vertautuu seurattaviin somevaikuttajiin ja heidän ystävyksiinsä. Toinen alaluku ”4.2 En ole yksinäinen, mutta...” pureutuu kaverihakuihin osallistuneiden elämäntilanteeseen ja sen muutoksiin sekä kokemuksiin yksinäisyydestä. Viimeisessä alaluvussa ”4.3 Teknologiavälitteisestä oikeaan maailmaan” pohdin sitä, miten sosiaalinen media ja teknologia vaikuttavat ystävyteen ja sen etsimiseen. Luvussa käsitellään myös koronapandemian vaikutuksia teknologiavälitteisestä kommunikaatiosta kasvokkain tapaamiseen.

### 4.1 Ihanneystävyyttä etsimässä

Somevaikuttajat jakavat sosiaalisessa mediassa omaa elämäänsä ja sen eri puolia. Yksi näistä puolista voi olla ystävyys. Haastatteluissa nousi esiin se, että vaikuttajien jakamat ystävyudet herättävät kaipuuta löytää samankaltaisia ystävyyssuhteita kuin vaikuttajalla. Kuva ystävydestä vertautuu vaikuttajien ystävyksiin. Parasosiaaliset suhteet mahdollistavat vaikuttajalle omistautuneen yleisön, joka seuraa vaikuttajan somesisältöä tarkasti ja somevaikuttajien seuraajille voi syntyä yksipuolisia, ystävyuden kaltaisia tunnesiteitä<sup>87</sup>, joille kaivataan vastavuoroisuutta toisista seuraajista. Somessa vaikuttajat performoivat jonkinlaista tavoiteltavaa elämää ja sen rinnalla tavoiteltavaa ystävyyssuhdetta. Vaikuttajien ystävyuden ihannointi vaatii usein laajempaa tietämystä vaikuttajan elämästä, eikä vain yhden aspektin tunteminen riitä.

---

<sup>87</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 95.

Ihanneystävyydellä tarkoitan tässä tutkimuksessa ystävyyttä, jota ihannoidaan esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja jonka tyylistä ystävyyttä kaivataan ja etsitään. Kun somevaikuttajat jakavat läheisiä ystävyksiään sosiaalisessa mediassa ja ottavat sen avulla myös seuraajansa huomioon kaverihakujen kautta, seuraajat näkevät tämän ihanneystävyyden tavoittelun mahdollisena. Somevaikuttajien esittämä ystävyys herättää siis seuraajissa halun löytää vastaavanlaisia suhteita. Seuraajat kokevat vaikuttajien ja heidän ystäviensä välisen suhteen ihanteellisena, mikä heijastuu myös kaverihakuihin osallistumisen motivaatioon. Tämä ihanneystävyyden tavoittelu kumpuaa osittain seuraajien ihailusta vaikuttajia kohtaan ja toiveesta jakaa samankaltaisia kokemuksia.

Somevaikuttajien esittämä ystävyys Instagramissa näyttää ystävyyksistä usein vain ystävyksien parhaat puolet. Seuraajien kaipaama ihanneystävyyys vertautuu siis niihin täydellisiin hetkiin, jotka läpäisevät Instagramiin jaettavan sisällön seulan. Instagramiin jaetaan muun muassa arkiset kahvitreffit, leffaillat ja yhdessä treenaamiset sekä syvälliset juttuhetket, elämän juhlat ja yhteiset sisäpiirin vitsit. Nämä kaikki hetket ovat iloisia ja täynnä täydellisyyttä. Ystävä on mukana arkisissa asioissa unohtamatta elämän huippuhetkiä. Jos ei ole aikaa nähdä kasvokkain, ollaan ystävään yhteydessä päivittäin viestien tai puheluiden välityksellä. Ystävyys on kaikenkattavaa ja aktiivista. Mukaan mahtuu myös elämän surullisia pätkiä, mutta niissäkin somessa näytettävät ystävyudet ovat mukana tukemassa ja luomassa kuvaa siitä, että sydänystävä on mukana matkassa riippumatta matkan kivisyydestä tai elämäntilanteen vaikeudesta. Näyttämättä taas jää suhteiden huonot ja vaikeat puolet. Tapaamiset voivat peruuntua yllättäen, kohtaamiset voivat olla epäonnistuneita tai sisältää riitoja. Ystävyyksissä voi tulla vastaan yllättäviä arvoristiriitoja, erilleen kasvamista tai puutetta ajasta panostaa suhteeseen. Surun ja suuttumuksen hetkiä ystävyksissä toisiaan kohtaan ei näytetä julkisesti, vaan ne leikataan pois Instagramista. Tästä voidaan päätellä, että ystävyuden huonot puolet näyttävät olevan arkoja aiheita monelle. Somessa on helpompi kertoa muista elämän negatiivisista aspekteista ja monet vaikuttajat kertovatkin nykyään esimerkiksi parisuhteen tai äitiyden haasteista, mutta ystävyudet on rajattu näiden keskusteluiden ulkopuolelle. Tämä ero on mielenkiintoinen. Somessa on jopa helpompi kertoa eronneensa pitkästä parisuhteesta kuin ystävänsä menettämisestä.

Haastatteluissa nousi esille kaverihakuja pitävien ajattelevaisuus seuraajiaan kohtaan ja tätä vaikuttajien ajattelevaisuutta arvostettiin. Osallistujat ajattelevat kaverihakujen olevan hieno konsepti, jolla annetaan ihmisille mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin ja mahdollisesti löytää

ystäviä elämäänsä <sup>88</sup>. Esimerkiksi nousi Nonsensepodin pitäjien halu jakaa ystävyystään muille ja sen myötä seuraajien huomioimisen:

No onhan se tää Alexan ja Lindan koko juttu jotenkin tosi ihanaa. Ku he on niin hyvii ystäviä, nii he halua sitä jakaa muillekin ja ottaa huomioon sen, että voi olla yksinäisiä ihmisiä ympäri Suomee tai ympäri maailmaa. -- Mun mielestä se tosi hienosti heiltäkin tehty, kun ajattelee tollasta. – H2

Tästä esimerkistä huomaa myös toisen oleellisen asian, joka esiintyi haastatteluissa. Seuraajien käsityksiin vaikuttajista voi liittyä jo valmiiksi ihannointi kaikkea vaikuttajan tekemistä kohtaan. Kun vaikuttaja onnistuu kertomaan itsestään sosiaalisessa mediassa yleisöä kiinnostavalla tavalla, tulee yleisö somen kautta lähemmäksi vaikuttajaa ja lisää vaikuttajan sosiaalista vetovoimaa <sup>89</sup>. Aineistosta korostuu selkeästi kaverihakujen pitäjien ihannointi. Motivaattorina juuri tiettyihin kaverihakuihin osallistumiseen oli muun muassa se, että kyseessä oli esimerkiksi lempibloggaaja, kenestä pidetään ihmisenä sekä kenen tyylistä ja asioista, joista hän postailee ja puhuu, tykätään:

Hän oli yks mun lempibloggaaja, josta tykkäsin ihan hirveesti ja hänen tyylistä ja asioista, joista hän postailee ja puhuu, nii mä ajattelin et jos siellä on joku saman tyylinen henkilö, joka myös tykkää tästä bloggaajasta nii todennäköisesti hän on myös mun tyylinen henkilö ja näin sit tosiaan tapahtui. Hän on sanonut sitä ihan samaa, et sen takia hänki oli siihen kommentoinu siihen viestiin, et todennäköisesti jos joku seuraa tätä bloggaajaa, nii on varmaan hyvä tyyppi. – H6

Kaverihakuihin osallistumisen ja uusien ystävien etsimisen kynnys on matalampi, koska ajatellaan, että luultavasti muutkin osallistujat pitävät tästä samasta vaikuttajasta ja ovat mahdollisesti samankaltaisia kuin vaikuttajakin. Ihannointi näkyy siis myös vaikuttajaan luottamisena: uskottiin niin vahvasti vaikuttajan luonteeseen, että sen kaltaista ystävää lähdettiin etsimään. Rotola-Pukkilan ja Isotaluksen mukaan seuraajien parasosiaalisen suhteen ilmeneminen vaikuttajaan näkyy kahdella tavalla vaikuttajan Instagramin yksityisviesteistä: yksi ilmenemismuoto on nimenomaan luottamuksen osoittaminen, joka näkyy itsestäkertomisena ja kokemuksina vertaisuudesta, ja toinen ilmenemismuoto on suhteen todellisuus, joka tulee esille muun muassa empatian osoituksina, seuraajien koettuna samankaltaisuutena sekä siinä, että vaikuttaja nähtiin sosiaalisesti viehättävänä henkilönä <sup>90</sup>.

---

<sup>88</sup> H5

<sup>89</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 99.

<sup>90</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 101.

Vahvimpana seuraajien ja vaikuttajan välisen suhteen todentaa seuraajien kokema samankaltaisuus vaikuttajaan, ja esimerkiksi vaikuttajan elämäntilanteeseen tai luonteenpiirteisiin samaistutaan.<sup>91</sup> Lisäksi seuraajien tunteet suhteen todellisuudesta vaikuttajan kanssa ilmenevät haluna tavata vaikuttaja kasvokkain.<sup>92</sup> Koska somevaikuttaja, jota seurataan, nähdään kiinnostavana ja omantyyllisenä ihmisenä, myös hänen seuraajansa nähdään hyvinä tyyppinä. Kaverihausta löytynyttä ystävää kuvailtiin muun muassa seuraavanlaisesti:

Mäki totesin, et jos tää on tän bloggaajan kautta löydetty nii todennäkösesti se on aika saman tyylinen henkilö ja niin siinä oikeestaan sitten kävinkin, et se oli todella luonnollinen tapaaminen, et me molemmat naureskeltiin just sitä et oltiin todella saman tyyliisiä henkilöitä ja tultii hyvin juttuu saman tien. – H6

Kaverihakuun osallistuneiden ensitapaamiset liveinä eivät ole jännittäneet osallistujia paljoa, koska oletuksena on ollut samat kiinnostuksen kohteet:

Mutta meillä oli, mentiin siis syömään ja oli tosi kivaa, tuntu et oltais tunnettu aina ja höpöteltiin ihan kaikesta. Oli helppoo, mukavaa ja hän oli just sellanen tyyppi ku olin kuvitellutkin ja puhuttiin sellasista asioista, mitä oletinkin, et mitkä meitä yhdistää. Oli kyllä tosi rentoo ja kivaa ja ei jännittänyt vaikka se mun mies sitä yrittikin siinä sitä jännitystä boostata ennen lähtöä. Oli tosi kiva, ei yhtään vaivaannuttavaa, vaikka sitä pelkäsinkin. – H1

Jännitystä on myös poistanut se, että aina voi keskustella seuraamastaan vaikuttajasta, koska oletuksena on ollut myös se, että tämän henkilö ja hänen asiansa kiinnostavat molempia.

Myös ystävyys edetessä vaikuttaja voi pysyä keskusteluissa aktiivisesti mukana:

Kyllä mä oon huomannu, mä en tietysti tiedä, et onks se sit ollu sitä, et ku mulla on yhteinen ystävä kenen kanssa keskustella kyseisestä bloggaajasta tai hänen puhumistaan aiheista, niin koska mul ei oo siis muita ystäviä, jotka seuraa häntä, nii mä en oo samalla tavalla oo voinu puhuu siitä, nii ehkä senkin myötä, et sit tavallaan tulee keskusteltua juuri tästä tyypistä enemmän. – H6

Ihannoinnissa korostuu se, miten vaikuttajan brändi ja imago muodostavat yhden syyn osallistua tiettyyn kaverihakuun. Kun somevaikuttaja on saanut luotua itselleen tietynlaisen brändin sekä yhteisön, seuraajien osallistuminen kaverihakuun on helpompaa ja se nähdään houkuttelevampana. Kun vaikuttaja saa luotua yhdessä seuraajien kanssa turvallisen tilan jakaa arkaluontoisiakin asioita puolin ja toisin, huokuu seuraajien viesteistä vaikuttajalle tavallisuus: seuraajien viestejä vaikuttajalle yhdistää halu osallistua keskusteluun, samaistua,

---

<sup>91</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 103.

<sup>92</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 104.

luoda kumppanuutta ja yhteisiä merkityksiä sekä olla osana yhteisöä<sup>93</sup>. Kuten edellä esitän, yhteiset oletetut mielenkiinnonkohteet ovat yksi syy, miksi kaverihakuun on osallistuttu.

Toinen syy on ollut muun muassa somevaikuttajien luoma tunnelma seuraajien keskuudessa:

Mä jotenki aattelen, et ehkä se niinku Linda ja Alexa jotenki, ku ne oli niin rentoja ja ne on saanu luotuu just vähä sellasen niinku yhteisön siihen ympärille. Nii sit se kynnys osallistuaki tollaseen kaverihakuun ja kertoo itestää johonki julkasuun, nii oli jotenki pienempi. – H3

Kaikkiin kaverihakuihin ei kuitenkaan haluta osallistua, vaan on tärkeää, että se on tietynlaisen somevaikuttajan pitämä tai että joku postauksen kommentista herättää mielenkiinnon. Tämä johtuu nimenomaan siitä, että tällöin nähdään suurempi todennäköisyys itselle sopivan ystävän löytymiselle.

Vaikuttajat halutaan myös ottaa osaksi ystävyyttä muutenkin kuin vain yhteisten keskusteluiden kautta. Yksi haastateltava on pohtinut muutamaan kertaan ystävänsä kanssa, että pitäisikö heidän laittaa ystävänsä kanssa viestiä ja kuva tälle vaikuttajalle, jonka kaverihaun kautta tapasivat ja kertoa, että he ovat hänen ansiostaan löytäneet toisensa<sup>94</sup>. Toinen haastateltava taas pohti sitä, että vaikuttajat eivät itse välttämättä ymmärrä, kuinka monen elämään he voivat vaikuttaa kaverihakujen kautta. Tässäkin haastattelussa korostui, että vaikuttajien ansiosta he ovat tavanneet ystävänsä kanssa:

Mä oon joskus sitä miettiny että niinku varmaan ne podin pitäjät ei välttämättä edes niinku tajua, että kuinka moneen tavallaan elämään ne voi vaikuttaa kuitenkin sitte. Et niinku sehän on niinku niitten ansiota, että mä niinku tapasin sen mun kaverin oikeestaan. – H7

Kun tarkastellaan ihanneystävyyttä, on tärkeää tarkastella tarkemmin myös sitä, mitä ystävydessä tavoitellaan. Mistä ihanneystävyyttä siis tarkemmin koostuu?

Aineistossa korostuu somevaikuttajien tapa kehystää omia ystävyksiään, ja erityisenä käsitteenä aineistossa toistuu ajatus sydänystävyydestä. Kaverihakuihin osallistuneet nostivat sydänystävä -termin esiin haastatteluissa useasti. Sydänystävyyttä nähdään intensiivisenä ja ympäri vuorokautisena, syvänä jatkuvasti tavoitettavissa ja toisen tukena olemisena. Tämä peilautuu siihen, miten aineistosta nousee esille sellainen ystävyys, mille ei ole tilaa tällä hetkellä elämässä: pelkkä kahviseura ja työkuulumisten vaihto ei tyydytä kaipuuta syvällisestä yhteydestä ja sellaisia suhteita ei etsitä. Tunneintensiteetit näissä kahdessa

<sup>93</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 105.

<sup>94</sup> H6

ystävyydenmuodoissa ovat ikään kuin toistensa vastakohtat. Toinen on elämän läpi kestävää sielunsiskoutta ja toinen pintapuolista kaveruutta. Esimerkiksi Nonsensepodin pitäjien ystävyys nähdään nimenomaan tavoiteltavana:

Ja ehkä mulla oli sillo alussa myös semmonen mielikuva, et minkä takia mä etin semmosta sydänystävää, että vois saada semmosen ystävyden, ku Alexalla ja Lindalla on. – H8

Somevaikuttajien esittämä ystävyys nähdään siis hyvin syvällisenä eikä lainkaan pintapuolisena, mikä on melkein pä vastakohta sille, millaisena some yleensä koetaan. Sosiaalinen media voidaan nähdä pinnallisena ja vain täydelliset hetket taltioivana viestintäkanavana. Haastatteluissa nousee esille kaverihakuihin osallistuneiden tietoisuus siitä, että somevaikuttajienkaan somessa esittämä ystävyys tuskin on täydellistä:

Enkä mä ajattele, että heidän ystävyysuhde ois jotenki täydellinen tai siloteltu, mut et se oli semmonen et he oli tosi läheisiä ja pysty juttelee kaikesta ja näin, nii ehkä semmosta. Että, se on muutaki ku sitä että ”no mites on koulussa menny” ja ”miten on töissä menny” ja ”no mitäs kesällä”, vaa et voi soittaa ihan mistä tahansa vaivasta tai asiasta nii 24/7. – H8

Tästä huolimatta, somevaikuttajat voivat vahingossakin rakentaa somessa mallia täydellisestä ystävydestä. Kuten edellä esitin, somevaikuttajat näyttävät usein vain ystävyksien hyvät ja täydelliset puolet. Somesta jätetään pois ystävyksien vaikeat hetket, jolloin kaikki ei mene putkeen tai kun kaikki ei olekaan hauskaa yhdessä. Somessa on tärkeää näyttää, että ei ole yksin, vaan että ympärillä riittää mahtavia tyyppejä. Samalla, kun somevaikuttajat rakentavat ihannekuva ystävydestä, he nostavat jopa tietämättään esille sen, mitä seuraajalla ei välttämättä ole. Kun sosiaalisessa mediassa näkee vain pelkkää positiivista sisältöä ystävyksistä, jotka ovat hyvin intensiivisiä, se voi korostaa itsessä surullisia tunteita. Erityisesti silloin, jos oman elämän ystävydet eroavat siitä tai jos itsellä on vähän tai ei yhtään ystävää. Toisaalta kaverihakuihin osallistuneiden haastatteluista voi myös tulkita sävyn, että he eivät välttämättä itse ole tiedostaneet kaipuutaan intensiiviseen ystävyysuhteeseen, vaikka vastauksissa se käykin ilmi. Monessa haastattelussa toistui usein samankaltainen käsikirjoitus siitä, että ensin mainitaan sydänystävyyden ohi menen, jonka jälkeen todetaan, että kaverihakuun osallistuttiin ehkä vain sen takia, että se kuulosti hauskalta ja oli kiva lähteä mukaan uuteen juttuun. Lopulta kuitenkin päädyttiin siihen, että oma sydänystävä olisi kaivattu lisää omaan elämään.

## 4.2 En ole yksinäinen, mutta...

Kuten edellisessä alaluvussa nousee esille, jos sosiaaliset suhteet korostuvat somevaikuttajien sisällöissä, se voi samalla korostaa asioita, joita somen kuluttajat kokevat puuttuvan elämästään. Tyytyväisyytemme ja hyvinvointimme on väistämättä riippuvainen suhteistamme muihin ja ystävyys on yksi tällaisista suhteista: on vaikea kuvitella hyvää, kukoistavaa ja tyytyväistä elämää ilman sitä <sup>95</sup>.

Elämäntilanteen muutokset ovat yksi keskeinen syy kaverihakuihin osallistumiselle. Muutokset voivat esiintyä suoraan omassa tai läheisten elämässä. Osallistujat etsivät kaverihauista tukea ja seuraa elämänsä muutosvaiheisiin, kuten muuttoon, perheen perustamiseen tai uusien elämänvaiheiden aloittamiseen. Esimerkiksi, jos omassa ystäväporukassa monella on kotona olemiseen sitovia lapsia ja itsellä ei, tarve spontaaneille ystävyyksille korostuu tai jos itse saa lapsen, mutta muilla kaveripiirissä ei niitä vielä ole, nousee tarve äitiystäville. Tilanne voi olla myös sellainen, että monet ystävät ovat muuttaneet opiskelujen perässä ja itse kaipaa enemmän ystäviä, joiden kanssa voi viettää aikaa fyysisesti eikä puhelimesta. Tai jos on itse muuttanut ulkomaille ja alkaa rakentamaan sinne uutta ystäväporukkaa, tarve täysin uusille ystäville korostuu.

Kuten edellisen luvun sydänystävyyden kuvauksesta käy ilmi, syvälinen sydänystävyyden kestävä kaikki elämän myrskyt ja sydänystävät ovat aina toistensa tukena, joten monet kaipaavat sitä myös elämäntilanteen muutoksen keskellä. Vaikka kaverihauista etsitään ystäviä mahdollisesti uuteen elämäntilanteeseen kevyemmälläkin ajatuksella, taustalla on usein toive sydänystävyydestä yllä mainittujen odotusten lisäksi. Tärkeää on kuitenkin se, että kaverihauista etsitään ihmisiä, jotka ovat samassa elämäntilanteessa kuin itse. On myös tärkeää tarkastella tutkimusaineistoa objektiivisesti ja pohtia, voiko ihminen helpottaa mahdollista pettymystään väittämällä, ettei ollutkaan tavoittelemassa mitään tietynlaista ystävyyttä, ja että tilaisuus tarjosi vain uuden mahdollisuuden ja väylän tavata uusia ihmisiä.

Teknologian rooli ystävyysuhteiden muodostumisessa korostuu erityisesti silloin, kun perinteiset sosiaaliset verkostot eivät tarjoa tarvittavaa tukea <sup>96</sup>. Verkkoympäristöt tarjoavat uudenlaisia mahdollisuuksia vuorovaikutuksille, jotka poikkeavat perinteisestä kasvokkain tapahtuvasta kommunikaatiosta <sup>97</sup>, sekä ainutlaatuisia mahdollisuuksia yksilöiden väliselle

---

<sup>95</sup> Ess 2019, 134.

<sup>96</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 102–103.

<sup>97</sup> Walther, Carr, Choi, Deandrea, Kim, Tom Tong & Van Der Heide 2011, 17–38.

vuorovaikutukselle ja yhteisöllisyyden kokemiselle <sup>98</sup>. Aineistosta nousee esiin se, että elämäntilanteet ja ikä muodostavat hankalat lähtökohdat sekä uusien ystävien etsimiselle että pysyville ystävyysuhteille. Teknologian ja sosiaalisen median vaikutus ystävyysuhteiden muodostumiseen on merkittävää siis erityisesti aikuisiällä, kun perinteiset sosiaaliset verkostot eivät välttämättä tarjoa samaa tukea kuin aiemmin. Muutokset elämässä heijastuvat näihin sosiaalisiin verkostoihin. Tutut opiskelupiirit muuttuvat, työpaikat vaihtuvat sekä harrastuksista tulee kiireisen arjen keskellä paikkoja omalle ajalle, eikä niissä ihmisiin tutustuminen ole enää samanlaista kuin esimerkiksi lapsena. Ystävyystyminen aikuisiällä elämän jatkuvien muutosten keskellä koettiin vaikeaksi, joten kaverihausta etsittiin helpotusta tähän:

Ja aikuisena on aika vaikeaa löytää ystäviä tai edes kavereita. Toki harrastusten kautta, mutta en tiedä, suomalaiset ollaan jotenkin kankeita, niin sit tää oli ehkä semmonen hauskan kuulonen tapa löytää kavereita, että kaikki on heittäytyneitä siihen mukaan ja tosi avoimin mielin. Niin tässä oli mun mielestä tosi matala kynnyks ekanakin ottaa yhteyttä. – H1

Kiinnostavaa aineistossa on se, miten yksinäisyys siinä esiintyy. Aineistossa on havaittavissa eri tasoisia yksinäisyyden tunteita, mutta yksinäisyys näyttää olevan sanana ja konseptina ihmisille vaikea. Sosiaalisen median käytön ja yksinäisyyden välillä on monimutkaisia yhteyksiä, jotka vaihtelevat eri ikäryhmissä. <sup>99</sup> Vanhempien ihmisten sosiaalisen median käyttö on yhteydessä vähentyneeseen sosiaaliseen yksinäisyyteen, kun taas nuoremmilla käyttäjillä tiheämpi sosiaalisen median käyttö on yhteydessä suurempaan emotionaaliseen yksinäisyyteen. <sup>100</sup> Tämä korostaa sitä, että sosiaalisen median käytön motiivit ja vaikutukset voivat vaihdella elämänvaiheen mukaan. Vanhemmat aikuiset saattavat käyttää sosiaalista mediaa tietoisemmin yhteydenpidon välineenä, kun taas nuoremmat käyttäjät voivat kokea sosiaalisessa mediassa vertailun ja ulkopuolelle jäämisen tunteita. Tämä vertailu ja ulkopuolelle jäämisen tunne ei koske pelkästään sosiaalista mediaa, vaan se nousee esiin myös ystävyyksissä:

Kateus on mun mielestä tosi vahva tunne kuvaamaan sitä, mut kylhän sit tulee sit vähä sellane niinku ihmissuhteis ylipäänsähän sit vähä miettii et kelpaanko mä niinku tällasena tai et joku toinen on niinku jos toinen on läheisempi toisenkaa nii sit vähä niinku miettii et mitä yhteist noil on niinku enemmän ku mitä meillä on? – H3

---

<sup>98</sup> boyd 2011, 39–58.

<sup>99</sup> Bonsaksen et. al 2021.

<sup>100</sup> Bonsaksen et. al 2021, 4–5.

Sosiaalinen media vaikuttaa ihmisten käsityksiin ystävyydestä ja yksinäisyydestä.<sup>101</sup>

Vaikuttajien kiillotetut kuvaukset sosiaalisista suhteista voivat asettaa epärealistisia odotuksia ja lisätä yksinäisyyden tunteita. Kuten todettua, sosiaalisen median alustat tarjoavat ainutlaatuisia mahdollisuuksia yhteydenpitoon ja yhteisöllisyyteen, mutta samalla ne voivat korostaa olemassa olevia sosiaalisia eroja ja yksinäisyyden kokemuksia. Aineistosta voi osittain tulkita, että monella esiintyy haluttomuutta tai vaikeutta nimetä oma tilanne tai tunteet yksinäisyydeksi. Haastattelujen sisällöstä on kuitenkin tulkittavissa, että osallistujat ilmaisevat jonkinlaisia yksinäisyyden tunteita:

Se ei ehkä sinänsä ollut yksinäisyyttä, mut koin tavallaan sen, et mul ei ollu sellasta henkilöä, jonka kanssa jakaa tietynlaisia kivoja juttuja niinku naisten kesken. Mul on siis puoliso täällä eli tietysti siinä mielessä en ollut ihan täysin yksinäinen, mutta siinä mielessä, et ei ollu ehkä tällasta tyttökaveruutta samalla tavalla, et ku suurin osa ystävistä on Suomessa ja kun on täällä. Kuitenki se yksinäisyys tavallaan on vähän erilaista täällä ollessa. –H6

Yksinäisyys ei ole yksinomaan seurausta fyysisestä eristäytyneisyydestä, vaan se voi olla myös emotionaalisen tuen ja syvälisten ystävyyssuhteiden puutetta. Osassa haastatteluissa korostui, että osallistujalla on jo valmiiksi paljon kavereita elämässä tai puoliso, joten ei ollut sen takia yksinäinen. Tämän taustalla voi olla mustavalkoinen ajatus yksinäisyydestä ja siitä, miten se näyttäytyy. Vaikka ihmisellä olisi puoliso tai perhe, voi silti kaivata tietyn tyyppistä ystävyyttä tai tuntea itsensä yksinäiseksi tietyissä sosiaalisissa tilanteissa. Tämä korostaa yksinäisyyden monimuotoisuutta ja sitä, ettei yksinäisyyttä voi aina nähdä ulkoapäin.

Jonkin kaipuu on kuitenkin hyvin vahvasti läsnä kaverihakuihin osallistuneiden vastauksissa, vaikka kyse ei olisikaan suoranaista yksinäisyydestä. Sydänystävyyden lisäksi tunnistettiin kaipuu myös naisten väliseen ystävyyteen tai isompaan läheiseen tyttöporukkaan. Osalla kaverihakuihin osallistuneilla yksinäisyys oli selkeämmin läsnä elämässä ja nimettävissä oleva osasy siihen, miksi kaverihakuihin on haluttu osallistua:

Mä muistan joskus vielä muutama vuosi sitten niin jotenki se oli tosi raastavaa, et mä koin, et mä oon tosi yksin, niinku mun elämäntilanne on just ihan eri, ku kavereilla. Toiset oli töissä ja toisella oli just lapsia, pieniä lapsia ja niinku jotenki, emmä tiiä. Sillo se oli jotenki tosi raskasta, mut jotenki nyt ajan myötä se on jotenki hyväksynyt ja se ei oo enää nii paha, vaikka ei siitä nyt vielääkään nauti, mutta et jotenki sen osaa käsitellä paremmin. – H5

---

<sup>101</sup> Bonsaksen et. al 2021, 4–5.

Yksinäisyys voi näyttäytyä myös porukkaan kuulumattomuutena. Vaikka ihmisellä olisi useita kavereita, hänellä ei välttämättä ole yhtä hyvää ystävää tai hän ei ole osa isompaa läheistä kaveriporukkaa. Vaihtoehtoisesti tilanne voi olla sellainen, että on osa isompaa porukkaa, mutta kaipaa enemmän syvällisempää ystävyysuhdetta edes yhden kanssa:

Et ehkä tavallaan just semmosta jonkun asteista tavallaan yksinäisyyttä, että tavallaa vaikka ei ois oikeesti yksinäinen nii silti on välillä sillai tuntuu, että tavallaan on yksinäinen. – H7

Kaverihakuun osallistuminen voi olla yksinäisyyttä vähentävää, jos sen kautta löytää ystävän. Myös se, että kaverihaun kautta pääsee tutustumaan ja keskustelemaan uusille ihmisille, joilla on mahdollisesti sama elämäntilanne, voi olla helpottavaa:

Joo, joo kyllä mä koen, että just se et pääs ees sitä kautta juttelee uusille ihmisille ja tutustuu ja sitte just ku näki kuitenkin muutaman kerran muita ihmisiä sitte just sieltä sai kuitenkin yhen ystävänki lisää niin, et kyl se niinku helpotti. – H5

Jos kaverihausta ei tarttunut matkaan syvällisiä ystävyysuhdetta, sen nähtiin johtuvan siitä, että tavattiin suuremmissa ryhmässä, mistä oli vaikea lähteä luomaan yksittäisiin ihmisiin suhteita tai siitä, että ei itse antanut kaikkea asian eteen. Itsensä laittaminen vastuuseen ja oman panoksen vähättely tässä tilanteessa voi helpottaa asian hyväksymistä. Ihminen asettaa itsensä haavoittuvaan asemaan, kun laittaa itsensä alttiiksi ja toivoo saavansa uuden ystävän kaverihausta. Kun ystävyden löytäminen ei onnistukaan, se voi herättää vaikeita tunteita, joten on helpompaa syyttää asiasta omaa panostusta asiaan:

Mä nään et mul on siis sen kautta muutama niinku tosi hyvä kaverisuhde ja sit on niinku tuttuja, mutta et en mä mitään silleen sydänystäviä niinku sitä kautta saanu. Mutta että se ei loppujen lopuks oo kenenkää muun syy ku just oma --

-- Kyl siinä varmasti taustalla oli niinku se ajatus sillo oli (*toive sydänystävyydestä*)... Oli, mut sitte toisaalt myös just se, että kun niinku sanoin aluks, nii mulla kumminki on se tilanne, et on siis todella paljon läheisiäki ystäviä nii sitte ei ehkä jaksanu nähä nii paljoo sen eteen vaivaa. – H3

Myös koronapandemian aikana ihmisten sosiaalisen median käytön motiivit ja yksinäisyyden kokemukset ovat saattaneet muuttua. Rajoitukset ja sosiaalisen etäisyyden noudattaminen ovat tehneet fyysisistä kohtaamisista harvinaisempia, mikä on lisännyt painetta digitaalisten yhteyksien varaan ystävyysuhdeissa ja sosiaalisessa kanssakäymisessä. Tämä on korostanut sosiaalisen median roolia paitsi tiedon jakamisen myös emotionaalisen tuen kanavana.<sup>102</sup>

---

<sup>102</sup> Bonsaksen et. al 2021.

Koska somessa sosiaaliset suhteet korostuvat vaikuttajien sisällöissä, se voi myös lisätä yksinäisyyden tunnetta. Muuttaako vaikuttajien presentaatio ihmisten ajatusta ystävydestä ja voiko somessa luotu, mahdollisesti kiilloteltu, kuva ystävydestä nostaa ystävyden riman korkealle ja samalla lisätä yksinäisyyden sekä riittämättömyyden tunteita? Erityisesti viime vuosina on puhututtanut sosiaalisen median luomat paineet kaikissa elämän osa-alueissa. Instagramissa esitetty vaivaton ihanne-elämä luo epärealistisia odotuksia arkielämäältä. Esimerkiksi kodin ja oman ulkonäön pitäisi olla tietynlaisia, että ne sopivat somessa esitettyyn ihannelaatikkoon. Nämä ihannestandardit ulottuvat myös muun muassa äitiyteen. Vain näihin ihanteisiin osuvat tavat ovat hyväksyttäviä. Sosiaalinen media luo paineita jopa ylikultukseen ja aiheuttaa nuorten velkaantumista <sup>103</sup>. On siis luontevaa, että nämä odotukset ja paineet, mitä sosiaalinen media esittää, ulottuvat myös ihmissuhteisiin ja ystävyksiin.

### 4.3 Teknologiavälitteisestä oikeaan maailmaan

Se, että kaverihakuja pidetään Instagramissa, koettiin helpoksi tavaksi lähteä mukaan etsimään uusia ystäviä melko matalalla kynnyksellä. Some tarjoaa laajemman mahdollisuuden löytää itselleen sopivan tyyllisiä ihmisiä elämään, sillä esimerkiksi työpaikalla tai harrastuksessa ihmiset voivat olla hyvinkin eri elämäntilanteessa, mikä voi vaikeuttaa ystävien löytymistä somen ulkopuolella. Toisaalta somealustojen tekniset valinnat, erityisesti muun muassa Instagramin, rakentuvat ja ohjaavat nopeiden, lyhyiden, kätevien ja ohimenevien verkkosuhteiden ympärille. Haasteena on siitä syntyvät uudet kommunikaatitottumukset, jotka eivät näytä vaativan sinnikkyyttä tai kärsivällisyyttä, joka taas on ominaista ja merkittävää kasvokkain tapahtuvalle kommunikaatiolle <sup>104</sup>.

Aineistosta löytyneessä kolmannessa teemassa on erityisen mielenkiintoista se, että haastateltavien mielipiteiden jakautuminen on huomattavasti selkeämpää kuin aikaisemmissa teemoissa. Edellisissä luvuissa käy ilmi, että haastateltavien ajatukset ovat olleet melko yhteneväisiä, mutta teknologiasta ja teknologiavälitteisestä ystävydestä puhuttaessa ajatukset Instagramin ja somen aitoudesta jakoivat haastateltavia. Osa tarkastelee somea ja somessa esiintymistä kriittisemmin ja toiset näkevät sen jo niin arkipäiväisenä, että se ei herätä suuria ajatuksia. Sosiaalinen media on mullistanut tapamme kommunikoida toistemme kanssa, tarjoten uusia mahdollisuuksia yhteydenpitoon ystävien ja perheen kanssa. Samalla se tuo

---

<sup>103</sup> Perttunen, Markkinointiuutiset 30.5.2023.

<sup>104</sup> Ess 2019, 135.

mukanaan haasteita, kuten pinnallisten yhteyksien lisääntymisen ja syvällisten, merkityksellisten ihmissuhteiden vähenemisen riskin.<sup>105</sup>

Sosiaalisen median ja samalla teknologian rooli ystävyysuhteiden muodostumisessa on monitahoinen. Sosiaalisen median käytön ja yksinäisyyden välinen suhde vaihtelee eri ikäryhmissä, mikä heijastuu myös sosiaalisen median käytön motiiveihin ja ystävyysuhteiden laatuun.<sup>106</sup> Tämä viittaa siihen, että sosiaalisen median alustat, kuten Instagram, voivat tarjota arvokkaita mahdollisuuksia uusien ystävyysuhteiden solmimiseen, mutta samanaikaisesti ne voivat luoda haasteita syvempien, kestävien ystävyysuhteiden muodostumiselle. Sosiaalisen median välityksellä syntyvät suhteet eivät välttämättä täytä kaikkien käyttäjien tarpeita syvällisemmälle ja merkityksellisemmälle yhteydelle toisiin ihmisiin.

Osa haastateltavista koki, että somen kautta tapahtuva kommunikaatio ei eroa merkittävästi kasvotusten kommunikoimisesta, kun taas toiset kokivat somealustat enemmänkin välineenä, joka mahdollistaa uudenlaisten yhteyksien muodostamisen. Sosiaalinen media ei välttämättä tarjoa samanlaista syvyyttä suhteisiin kuin perinteiset kohtaamiset<sup>107</sup>. Yksi aineistosta löytyvä näkökulma somen aitouteen on se, että somekommunikaatio ei eroa kasvotusten käytävästä kommunikaatiosta. Ajateltiin, että koska Instagramissa on kuvakin itsestä, niin harva lähtee esittämään siellä jotain toista kuin itseään toisella profiililla tai kuvalla. Luotetaan siis siihen, että ihmiset ovat omina itsenään somessa:

En usko, että se on erilaista kuin kasvotusten. Ja sit tuol Instagramissakin on se, et on kuvakin, et harva siel varmaan sit lähtee esittää mitään toisella profiililla tai toisella kuvalla. Emmä usko, mä oon niin sinisilmäinen, et luottaa siihen, et on oma itsensä siellä. – H2

Toisaalta todettiin, että some ja tekniikka ovat nykypäivänä niin suuri osa arkipäivää, että sen ei koettu vaikuttavan ystävyuden laatuun, tai teknologiavälitteiseen kommunikaatioon ei olla edes kiinnitetty erikseen huomiota, koska se on niin normaalia itselle:

Some ja tekniikka on niin arkipäivää nykyään, et se oikeestaan on ehkä tavallaan helpottanutkin sitä, että vaikka me ei nähä niin hirvein usein, nii me silti kuitenkin viestitellään paljon sekä somen kautta että sitte puhelimella tekstareilla sun muuta, mut et mä en sanois et se on mitenkää vaikuttanu siihen tavallaan tota toi ystävyuden laatuun tai muuta, et kyl kuitenkin ku se on niin normaalia nykyään, niin en oo mitenkää kiinnittäny huomiota siihen. – H6

---

<sup>105</sup> Ess 2019, 129–130.

<sup>106</sup> Bonsaksen et. al 2021, 4–5.

<sup>107</sup> Bonsaksen et. al 2021, 4–5.

Toinen aineistosta nouseva näkökulma someen on hieman kriittisempi. Instagramin käyttöön voi liittyä ristiriitaisia tunteita, koska somen koetaan tuovan paljon paineita, minkä takia sen käyttöä on jopa vähennetty omassa arjessa. Jatkuva sosiaalisen median käyttö ja digitaalisten ympäristöjen läsnäolo elämässämme vaikuttavat henkilökohtaiseen hyvinvointiimme ja identiteettimme muodostumiseen <sup>108</sup>. Sosiaalinen media voi tarjota yksilölle alustan itsensä ilmaisemiselle ja identiteetin tutkimiselle, mutta se voi myös johtaa vertailun kulttuuriin, mikä voi vaikuttaa negatiivisesti itsetuntoon ja yksilön kokemaan sosiaaliseen paineeseen <sup>109</sup>. Erityisesti pohdituttaa se, kuinka aitoja ihmiset loppujen lopuksi pystyvät somessa olemaan:

Nii jotenki just se ehkä se aitous ja sitte seki, että et pystyyks siinä muodostaa niinku sellasii suhteita. Et jotenki kumminki se, et kuinka aitoja ihmiset pystyy olla vaikka somes? Nii kyl mä uskon, et kaikki vähä silottelee. – H3

Samaa näkökulmaa sivuaa ajatus oman somekäyttäytymisen analysoimisesta. Koettiin, että somessa on helpompi olla heti oma itsensä, mutta samassa lauseessa pohdittiin sitä, että siellä on helpompi olla, koska siellä on aikaa miettiä todella tarkkaan se, mitä haluaa sanoa niin, ettei tule väärinymmärretyksi. Tämän voidaan nähdä olevan osa profiilityötä, jonka yleinen päämäärä on aitouden esittäminen <sup>110</sup>. Profiilityö on strategista minän esittelyä sosiaalisen median sivustoilla ja se muotoutuu sekä teknisten mahdollisuuksien että niihin liittyvien sosiaalisten normien pohjalta <sup>111</sup>. Somekäyttäjät pyrkivät esittämään aitoutta profiilityössään, vaikka se saattaa joskus vaatia ”teeskentelyä” vastatakseen sosiaalisia normeja <sup>112</sup>. Sosiaaliset normit ja teknologian käyttö ovat tiiviisti kietoutuneita yhteen, muokaten strategista minän esittelyä, eikä aitouden esittäminen sosiaalisen median profiileissa ole yksinkertaista tai suoraviivaista, vaan se on onnistuneen profiilityön tulos <sup>113</sup>. Koettiin, että kasvotusten keskustellessa saattaa sanoa jotain ohi suunsa, joka voi johtaa helpommin väärinymmärryksiin, jolloin somessa käytyä kommunikaatio on helpompi hallita:

Ku sitte taas tällein keskustellaan nii sä saatat sanoo jotain tyhmää ja sit sä tajuut sekunnin päästä sillee, et eii, ei ois kannattanu ehkä sanoo näin tai niinku just et voi tulla just paljon helpommin väärinymmärryksiä ja kaikkee tällasta. Et kyl mä koen, et se on just somessa, ku se on paljon harkitumpaa niinku siellä, et on se ehkä sillee nii. – H5

---

<sup>108</sup> Ess 2019, 131–132.

<sup>109</sup> Ess 2019, 131–132.

<sup>110</sup> Lampinen & Uski 2016, 452.

<sup>111</sup> Lampinen & Uski 2016, 447.

<sup>112</sup> Lampinen & Uski 2016, 458.

<sup>113</sup> Lampinen & Uski 2016, 461–462.

Toisin sanoen somessa on helpompi olla oma itsensä, mutta koetaan kuitenkin, että oma kommunikaatio somessa on paljon harkitumpaa kuin kasvotusten. Voi siis sanoa, että some poistaa jonkin kärjen ihmisten aitoudesta, ainakin osittain. Toisaalta ajateltiin, että toki somessa voi yrittää esittää muuta kuin on, ihan kuten kasvotustenkin. Todettiin, että teknologiavälitteisessä viestinnässä on mukana muun muassa hymiöiden käyttöä eikä eläviä ilmeitä ja eleitä, joka erottaa ne selvästi toisistaan. Affordanssien, kuten tykkäysten, hashtagien, kommenttien ja emojiin, luova ja strateginen käyttö auttaa käyttäjiä rakentamaan yhteisöllisyyttä, saavuttamaan yhteisymmärrystä ja synkronoimaan jaettuja tunnekokemuksia<sup>114</sup>. Teknologiavälitteinen viestintä voi olla aitoa, mutta se on hieman erilaista kasvokkain tapahtuvasta viestinnästä:

En mä niinku nää että tokihan siinä voi feikata, mutta voihan sitä yrittää feikata niinku liveä ilman niinku, en mä sitä koe ongelmaksi. Ja tietystihän tommosessa digitaalisessa viestinnässä aina niinku jotain tai niinku jos miettii vaikka jotain tai vaikka niinku hymiöiden käyttöä versus eläviä ilmeitä ja eleitä, nii totta kai ne on niinku erilaisia, mut et en mä silti aattele etteikö se digitaalinen viestintä vois olla aitoo. Se on vaa vähä erilaista. – H8

Vastaukset somen aitoudesta olivat vaihtelevia, mutta kaikkien haastateltavien mielestä some on paikka, missä ystävien löytäminen voi toimia ja olla jopa helpompaa kuin oikeassa elämässä. Kaikki olivat myös sitä mieltä, että somesta voi löytää aitoja ystävyysuhteita. Jopa ne osallistujat, jotka eivät ole löytäneet tällä kertaa pysyviä ystävyysuhteita ovat positiivisia siitä, että Instagramin kaverihakujen kautta voi löytää jotain aitoa ja pysyvää.

Vaikka ajatellaankin, että somesta voi löytää yhtä aitoja ystävyysuhteita kuin oikeassakin elämässä, somesta halutaan siirtyä mahdollisimman nopeasti tapaamaan liveä. Pelkkää somessa olevaa ystävyyttä ei siis ajatella pysyvänä. Aitoon ystävyteen kaivataan aitoa kontaktia. Some nähdään enemmänkin välineenä ja yhteyksiä mahdollistavana alustana. Kaverihaku ajatellaan ponnahduslautana uusiin ihmisiin tutustumiselle, mutta syvempään ystävyysrakentamiseen vaaditaan vaivaa molempien puolelta. Some nähdään välineenä yhteydenpitoon puolittujen kanssa, josta lähdetään rakentamaan ystävyyttä tapaamalla kasvokkain. Uskottiin, että somen kautta ei pääse tutustumaan toiseen ilman, että tavataan kasvokkain ja päästään kommunikoimaan liveä.<sup>115</sup>

---

<sup>114</sup> Lüders, Dinkelberg & Quayle 2022, 7.

<sup>115</sup> H3

Pelkästään somessa pysyvää ystävyyttä ei nähdä tavoiteltavana toisin kuin oikeassa elämässä olevaa sydänystävyyttä. Teknologiavälitteinen ystävyys tai esimerkiksi somen kautta tapaaminen ei vähennä haastateltavien mielestä sinänsä ystävyuden aitoutta, mutta koetaan, että ystävyys ei kestä tai syvene, jos se pysyy vain somessa. Vain pelkästään teknologiavälitteistä ystävyyttä ei nähdä siis automaattisesti aitona, vaan siihen kaivataan rinnalle mahdollisimman nopeasti kontakti somen ulkopuolella. Koettiin, että jos tutustuminen olisi jatkunut viesteillä tai jos ei olisi pystynyt tapaamaan jostain syystä nopeasti kasvatusten, olisi innostus uuden ystävän löytämisestä voinut lopahtaa. Nähtiin, että tuntemattoman ihmisen kanssa olisi ollut vaikea lähteä tutustumaan vain viestien kautta:

Ainoastaan jos se olisi jatkunut tai ei olisi pystynyt tapaamaan joistain syistä niin nopeasti, niin se ois voinut sitten lopahtaa. Ehkä se niillä viesteillä tuntemattoman ihmisen kaa ois ollu vaikee lähtee tutustumaan. Kyl meil se oli vaa, et viestiteltiin ja todettiin, että ollaan saman henkisiä ja sovittiin heti treffit. Siitä se sit niinku lähti. – H1

Jos kaverihaun kautta löytyneen mahdollisen ystävän kanssa ei tule heti sovittua päivämäärää näkemiselle tai yhteistä tekemistä, niin tutustuminen jää helposti puhumisen tasolle näkemisestä, jolloin ystävyyttä ei muodostu:

Sit siel kaverihaussa, ku ottaa johonki yhteyttä vaikka, nii se helposti jää siihen et hei ois kiva nähä joskus, mut jos ei tuu heti sovittuu sitä päivämäärää tai tekemistä et mitä me mennää tekemää, niin sit se helposti jää vaa roikkumaan. – H4

Haastattelut on tehty koronapandemian aikana, joten pandemian vaikutukset näkyvät pohdinnoissa ja vastauksissa. Koronapandemian aikana somen mahdollisuudet ja siellä solmitut suhteet korostuivat. COVID-19-pandemia on tuonut ainutlaatuisia haasteita ihmisten välisiin yhteyksiin ja yksinäisyyden kokemuksiin ympäri maailmaa: pandemia on vaikuttanut merkittävästi sosiaalisen median käytön ja yksinäisyyden välisiin suhteisiin eri ikäryhmissä <sup>116</sup>. Sosiaalisen median käytön lisääntyminen pandemian aikana on yhteydessä sekä emotionaalisen että sosiaalisen yksinäisyyden kokemuksiin <sup>117</sup>.

Pandemian aiheuttama fyysisten kohtaamisten rajoittuminen on lisännyt digitaalisten alustojen merkitystä ihmisten yhteydenpidossa. Sosiaalinen media on tarjonnut keinoja ylläpitää ja luoda uusia sosiaalisia suhteita, kun perinteiset kohtaamistavat ovat olleet rajoitettuja. Digitaalisen vuorovaikutuksen lisääntyminen ei kuitenkaan automaattisesti

<sup>116</sup> Bonsaksen et. al 2021, 1.

<sup>117</sup> Bonsaksen et. al 2021, 4–5.

vähennä yksinäisyyden tunteita. Erityisesti nuoremmilla aikuisilla tiheä sosiaalisen median käyttö on yhteydessä korkeampaan emotionaaliseen yksinäisyyteen, mikä viittaa siihen, että sosiaalinen media voi toimia kaksiteräisenä miekkana yksinäisyyden kokemuksen näkökulmasta.<sup>118</sup>

Pandemian vuoksi kasvokkain tapaamiseen siirtyminen oli osalle vaikeampaa, koska yleiset suositukset ja rajoitukset estivät livetapaamiset ja ihmiset halusivat olla varovaisia terveytensä takia. He, jotka olivat osallistuneet kaverihakuun pandemian aikana, joutuivat pohtimaan uskaltaako itse tai uskaltaako toinen tavata täysin tuntematonta aikana, jolloin suositeltiin kontaktien minimoimista. Koettiin, että se vaikutti ainakin siihen, että joutui erityisen tarkasti pohtimaan, missä voisi tavata ja kuinka usein. Pahimpaan korona-aikaan kasvokkain tapaamiset toteutuivat ulkona esimerkiksi lenkkeilyn merkeissä. Korona-aikana rajoitukset koettiin hankaliksi uusiin ihmisiin tutustumisen ja ystävyyden näkökulmasta. Kun ei päästy tapaamaan heti kasvatusten, niin tutustuminen tyssäsi helposti. Useiden ihmisten kanssa saatettiin puhua, että tavataan myöhemmin, mutta koska viesteillä tutustumista ei kuitenkaan koettu optimaaliseksi, niin viestittely on jäänyt eikä ystävyksiä ole syntynyt näiden ihmisten kanssa<sup>119</sup>. Useissa vastauksissa nousi esiin kuitenkin se, että tulevaisuudessa suositusten ja rajoitusten poistuessa on monenlaisia suunnitelmia yhdessä uuden ystävän kanssa.

Pandemia myös nosti kynnystä osallistua kaverihakuun. Kun ei itsekään halunnut tavata ulkopuolisia ihmisiä turvallisuussyistä, osallistumista pohdittiin erityisen pitkään siitä näkökulmasta, että onko siinä mitään järkeä, jos ei pääse tapaamaan ihmisiä:

No siinä vaiheessa mä muistan et mul oli aika yllättävänkin iso kynnys. Mä olin siinä vaiheessa sen verran jo kuitenkin yrittänyt tavata ihmisiä ja saada sopivia ja pysyviä ystävyysuhteita, et mä olin siinä vaiheessa, mul oli ehkä jo sellanen pieni burnout ihmisten tapaamisesta ja tietysti, koska no siinä vaiheessa oli myös tää pandemia ja karanteeni meneillään ja mä muistan, et se oli kuitenkin kesää ja mä siinä vaiheessa jo tajusin, et tää tulee jatkuu tosi pitkään. Et ihan siis yksistään senkin vuoks mä muistan miettineeni, et no onko mitään järkeä, ku en mä halua tavata ketään ulkopuolista ihmistä just nyt ihan siis turvallisuusasioista. – H6

Ystävyyslaatua ja pysyvyyttä voi olla myös hieman hankala arvioida pandemia-ajan takia, kun ei ollut välttämättä ehditty näkemään montaa kertaa.<sup>120</sup>

---

<sup>118</sup> Bonsaksen et. al 2021, 4–5.

<sup>119</sup> H5

<sup>120</sup> H8

Haastatteluiden perusteella somevälitteisen kommunikaation ei koeta luovan pysyvää pohjaa ystävyydelle itsestään, mutta joissakin haastatteluissa nousi esiin se, että somessa voi olla helpompi avautua, kun ruudun toisella puolella on vieras ihminen eikä tuttu. Verkkoympäristö mahdollistaa tietynlaisen anonymiteetin sekä antaa aikaa kirjoittaa ja pohtia vastauksia sekä kysymyksiä, jolloin ihminen kokee, että voi kertoa matalammalla kynnyksellä asioitaan. Pohdittiin, että kirjoittaminen voi olla alkuun helpompaa ja itsestään pystyy antamaan mahdollisesti enemmän, jos on kasvotusten uusien ihmisten kanssa ujompi. Teknologia mahdollistaa ja muokkaa tapojamme nähdä ja muokata itseämme, sekä itseilmaisun monimuotoisuutta <sup>121</sup>. Kun ensin pääsee tutustumaan ja tunnustelemaan somen kautta, voi ystävien löytäminen olla helpompaa:

No ehkä se kirjoittaminenhan voi olla alkuun helpompaa, et jos pystyy sitä kautta antaa itsetään enemmän, et jos sit kasvotusten on ujompi. Niin kylhän semmonen on sit, et molemmat pääsee siin ensin vähän tutustuu ja tunnustelee sitä kautta ennen ku päättää sit et no nähdäänkö. Et varmasti ujomille voi olla hyväki se, että eka sit vähä fiilistelee sillä tavalla. – H2

Tämänkaltaisia pohdintoja tuli ihmisiltä, jotka itse kertoivat olevansa ulospäinsuuntautuneita ja heittäytyvän helposti mukaan uusiin tilanteisiin. Vastauksista voi siis selkeästi havaita usean pohtivan asioita toisten ihmisten näkökulmasta.

Vaikka haastatteluissa selkeästi korostuu todellisen ystävyuden olevan kasvokkain olemista, voi somesta löytää myös ihmisiä, joita ei ole koskaan tavannut, mutta joille esimerkiksi ihmissuhdehuolista avautuminen tuntuu luonnolliselta. Taustalla koettiin vaikuttavan ihmisten vähäinen tieto toistensa elämäntilanteista, jolloin lähes tuntemattomalle ihmiselle suunnattu rehellisyys tuntui helpommalta. Samaa on huomattavissa seuraajien kokemassa parasosiaalisessa suhteessa vaikuttajan kanssa: voi tuntua luontevalta avautua luotettavan ja tutun oloiselle samaan aikaan tiedostaen, että vaikuttaja ei tule koskaan kuulumaan omaan lähipiiriin eikä tule ikinä tekemään tiedolla mitään <sup>122</sup>. Puolituttuudessa ei ole ennakkoluuloja kummankaan osapuolen kohdalla:

Mulla on siis muutama sellanen ihminen ketä mä en oo niinku koskaa vaik tavannu kasvotusten, mut et jos on jotain ihmissuhdehuolia nii kyl niinku koen, että et mä pystyn niinku heidän kaa jutella. Et en sit tiä siinä voi olla niinku ehkä taustalla seki, et he ei kumminkaa nii hyvin niinku tunne mua, et ne ei oo niinku sillee, ne on puolituttuja, mut sit nehän ei oikeesti tiä et mitä mun elämäs niinku tapahtuu mitää muuta, ku mitä mä kerron niille tai mitä ne näkee jostain snäpistä.

<sup>121</sup> Rettberg 2017, 429–443.

<sup>122</sup> Rotola-Pukkila & Isotalus 2021, 105–106.

Et toisaalt siinä voi olla kyl seki, et ehkä pystyy sellasille ihmisille, jotka ei oo niin tuttuja, nii olee joteki rehellisempi. Et siin on toisaalt niinku myös se puoli, et ku ei oo mitää ennakkoluuloja tai mitään nii. – H3

Pääasiassa teknologia nähtiin nimenomaan välineenä ystävien löytämiseen, mutta ei niinkään välineenä ystävyuden syventämiseen. Monella sydänystävyyden etsiminen on tärkeä osa kaverihaun ilmiötä ja kokemusta, ja koronapandemian aikana teknologiavälitteisestä kommunikaatiosta kasvokkain tapaamiseen siirtyminen ei ollut mahdollista. Tämä vaikeutti kaverihaun kautta muodostettujen kaverisuhteiden syventämistä ystävyteen ja vaikutti näin ollen joidenkin osallistujien kokemuksiin ystävien löytämisestä. Sosiaalisen median alustat tarjoavat uusia tapoja yhteydenpidolle ja voivat auttaa yksilöitä löytämään samanhenkisiä ystäviä. Kuitenkin aitojen, syvällisten suhteiden muodostaminen vaatii usein enemmän kuin vain digitaalisen vuorovaikutuksen. Tämä haastaa käyttäjiä tarkastelemaan kriittisesti omaa somekäyttäytymistään ja pohtimaan, miten teknologiavälitteiset suhteet täydentävät heidän sosiaalisia tarpeitaan ja tukevat ystävyyssuhteiden syvempää kehittymistä.

## 5 Lopuksi

Palatakseni alun kysymykseen: Entä jos sinulla olisi mahdollisuus löytää samankaltainen oikea ystävä itsellesi kuin lempivaikuttajasi? Tähän kiteytyy kaverihakujen viehättävyys. Tutkimukseni valottaa, kuinka parasosiaalinen suhde vaikuttajaan voi siirtyä digitaalisesta maailmasta todelliseen elämään ystäväystymällä toisen seuraajan kanssa. Mutta mitä parasosiaalisuudelle tällöin tapahtuu, kun suhde siirtyy vaikuttajan vaikutuspiiristä seuraajien väliseksi? Tutkielmani osoittaa, kuinka jonkinlainen kiintopiste ja parasosiaalinen suhde vaikuttajaan säilyy kasvattaen vaikuttajan suosiota entisestään, kun hän pysyy keskustelujen aiheena ja muistutuksena ystävyysyden alkutaipaleesta. Kun kahden seuraajan välille syntyy tasavertainen ystävyysyysuhde, putoaako ”para” -etuliite pois yhtälöstä? Vaikuttajan tarjoaman kaverihaun kautta löytynyt ystävyys syventää parasosiaalista suhdetta vaikuttajaan entisestään, mutta samalla luo täysin uuden sosiaalisen suhteen toiseen seuraajaan, jota ei leimaa vastavuoroisuuden puute, vähäinen vastavuoroisuus tai välttämättä ihailukaan. Uusi syntynyt ystävyysyysuhde on täysin oma suhteensa, joka ei loppujen lopuksi perustu pelkästään parasosiaaliseen suhteeseen, vaan kahden yksilön oikeaan kemiaan.

Tutkimukseni käsittelee Instagramin kaverihakuja ja niiden merkitystä nykyaikaisessa ystävyysyden etsinnässä. Tarkastelen, miksi Instagramin kaverihakuihin osallistuttiin, miten osallistuminen vaikutti osallistujien sosiaalisiin suhteisiin ja käsityksiin ystävyysydestä sekä kokemuksiin yksinäisyydestä ja yhteisöllisyydestä. Kaiken kaikkiaan tarkastelen siis Instagramin kaverihakuihin osallistuneiden kokemuksia ja näkemyksiä kaverihauista ja niihin osallistumisesta. Analyysin perusteella aineistostani rajautuu kolme pääteemaa, joiden kautta lähestyn näitä kysymyksiä. Pääteemat ovat ihanneystävyyden etsiminen, elämäntilanteen muutokset ja teknologian vaikutus. Tutkimustuloksiin pääsin analysoimalla aineistoa, joka koostuu haastatteluista henkilöiden kanssa, jotka ovat osallistuneet kaverihakuihin Instagramissa. Kahdeksan haastateltavan kokemukset tarjoavat arvokasta näkemystä siitä, miten digitaalisen aikakauden ystävyysyysuhteet muotoutuvat ja mitä merkityksiä sosiaalinen media voi tuoda ihmisten välisiin suhteisiin.

Tutkimuksessani käsitellään ihanneystävyyden käsitettä, joka kumpuaa somevaikuttajien esittämistä ystävyysyysistä, joita heidän seuraajansa ihannoivat sosiaalisen median kautta. Tämänkaltaista ihanneystävyyttä kaivataan ja etsitään omaan elämään vaikuttajien pitämistä kaverihauista, koska niiden kautta ihanneystävyyden tavoittelu nähdään mahdollisena. Seuraajat näkevät vaikuttajien ystävyysyysuhteet mallina omille ihanteilleen. Tämä motivoi

osallistumaan kaverihakuihin ja toivomaan vastavuoroisuutta muilta samankaltaisilta seuraajilta. Aineistossani korostuu selkeästi kaverihakujen pitäjien ihannointi. Seuraajien käsityksiin vaikuttajista liittyy siis ihannointi kaikkea vaikuttajan tekemistä ja hänen elämäänsä kohtaan ystävyyksien esittämisen lisäksi. Vaikuttajan itsestään jakamat asiat kiinnostavat seuraajia vetäen heitä lähemmäs vaikuttajan maailmaa, mikä taas lisää vaikuttajan vetovoimaa somessa. Ihannointi näkyy myös vaikuttajaan luottamisena. Kaverihakuihin osallistuneet uskovat niin vahvasti vaikuttajan luonteeseen, että he lähtivät etsimään samankaltaista ystävää. Motivaattorina juuri tiettyihin kaverihakuihin osallistumiseen voi olla se, että kyseessä on nimenomaan oma lempibloggaaja, kenestä pidetään ihmisenä sekä kenen tyylistä yleisesti tykätään. Ihanneystävyyden tavoittelu somevaikuttajien luomien esimerkkien kautta ilmentää ihailua vaikuttajaa kohtaan ja tarvetta kuulua yhteisöön, jossa jaetaan samankaltaisia mielenkiinnonkohteita ja kokemuksia.

Aineistosta nousee esiin myös kiinnostava ristiriita. Somevaikuttajien esittämä ystävyys nähdään hyvin syvällisenä eikä lainkaan pintapuolisena, mikä on melkein vastakohta sille, millaisena some yleensä koetaan. Instagram voidaan nähdä pinnallisena ja vain täydelliset hetket taltioivana viestintäkanavana. Aineistosta nousee kuitenkin myös esille kaverihakuihin osallistuneiden tietoisuus siitä, että somevaikuttajienkaan somessa esittämä ystävyys tuskin on täydellistä. Tästä huolimatta vaikuttajien luoma epätäydellisen täydellinen ystävyysuhde nähdään hyvin aitona. Aitouden syvällisemmän tarkastelun näkökulmasta tämä osoittautuu erittäin mielenkiintoiseksi. Ihaillaanko vaikuttajia jo sen verran, että heidän seuraajansa haluavat uskoa vaikuttajien sisällön olevan sataprosenttisesti aitoa ja kaiken ihailemisen arvoisia, vaikka samaan aikaan tiedostetaan, että some ei näytä elämän kaikkia puolia ja vaikuttajatkin tekevät tietoisia valintoja siitä, mitä he someen postaavat?

Kaverihaut ovatkin erityisen kiehtova vaikuttamisen muoto. Instagramin käyttö vaikuttajamarkkinoinnin ja yhteisöllisyyden edistämiseen on merkittävä ilmiö. Alustan monipuolisuus tukee erilaisia sisällöntuotannon mahdollisuuksia, mikä houkuttelee vaikuttajia rakentamaan vuorovaikutussuhteita seuraajiensa kanssa, joka voi puolestaan myös viehättää uusia mahdollisia seuraajia. Vaikuttajat luovat yksipuolisia ihmissuhteita seuraajiinsa keskustelevalle ja rennolla tyyllillä, jakamalla henkilökohtaista elämäänsä ja rakentamalla parasosiaalisia suhteita, jotka vahvistavat heidän asemaansa luotettavina mielipidevaikuttajina. Kaverihaut ovat innovatiivinen elementti tässä kontekstissa tarjoten mahdollisuuden syventää yhteisöllisyyttä ja vuorovaikutusta vaikuttajan ja seuraajien välillä. Kaverihaut mahdollistavat seuraajien välisen yhteyden, edistävät aitoa vuorovaikutusta ja

luovat merkityksellisiä kokemuksia, jotka vahvistavat vaikuttajan henkilöbrändiä ja lisäävät sitoutumista. Vaikka kaverihakujen pitämisen motiiveina voivat olla kaupallisuus, oman kanavan kasvattaminen ja oman brändin vahvistaminen, ne myös vahvistavat vaikuttajan tunnetta työnsä merkityksellisyydestä. Tämä syventää luottamusta ja lojaaliutta vaikuttajan ja seuraajien välillä ja auttaa vaikuttajaa ymmärtämään sekä vastaamaan yleisönsä tarpeisiin tehokkaammin. On tärkeää huomioida vaikuttajien motiivit kaverihakujen takana ja miten ne vaikuttavat heidän kykyynsä ylläpitää aitouden illuusiota sosiaalisessa mediassa.

Koska tietynlaiset sosiaaliset suhteet korostuvat vaikuttajien sosiaalisen median sisällöissä, se voi myös lisätä seuraajien yksinäisyyden tunnetta ja samalla korostaa asioita, joita somen kuluttajat kokevat puuttuvan elämästään. Vaikuttajien kiillotetut kuvaukset sosiaalisista suhteista voivat asettaa epärealistisia odotuksia ja lisätä yksinäisyyden tunteita. Sosiaalisen median alustat tarjoavat ainutlaatuisia mahdollisuuksia yhteydenpitoon ja yhteisöllisyyteen, mutta samalla ne voivat korostaa olemassa olevia sosiaalisia eroja ja yksinäisyyden kokemuksia. Vaikka kaverihauista etsitään ystäviä muun muassa uuteen elämäntilanteeseen kevyemmälläkin ajatuksella, taustalla on usein toive samanlaisesta sydänystävyydestä, jota vaikuttajat esittävät sisällöissään. Ystävystyminen aikuisiällä elämän jatkuvien muutosten keskellä koetaan vaikeaksi, joten kaverihausta etsitään helpotusta tähän. Aineistostani on havaittavissa eri tasoisia yksinäisyyden tunteita, vaikka yksinäisyys näyttää olevan sanana ja konseptina ihmisille vaikea. Aineistosta voi osittain tulkita, että monella esiintyy haluttomuutta tai vaikeutta nimetä oma tilanne tai tunteet yksinäisyydeksi. Haastattelujen sisällöstä on kuitenkin tulkittavissa, että osallistujat ilmaisevat jonkinlaisia monimuotoisia yksinäisyyden tunteita, joita ei voi nähdä ulkoa päin. Havaitsen haastateltavien vastauksissa kuitenkin jonkin kaipuu, vaikka kyse ei olisikaan suoranaisestä yksinäisyydestä. Näiden havaintojen valossa onkin kiinnostavaa pohtia, muuttavatko vaikuttajien presentaatiot ihmissuhteista ihmisten ajatusta ystäväydestä ja voiko somessa luotu, mahdollisesti kiilloteltu, kuva ystäväydestä nostaa ystäväyden riman korkealle ja samalla lisätä yksinäisyyden sekä riittämättömyyden tunteita?

Kaverihaut Instagramissa ilmentävät ajan henkeä, jossa yhteisöllisyyttä ja ystäväyksiä etsitään yhä enemmän digitaalisista ympäristöistä, joissa perinteiset tapaamispaikat ja -tavat ovat muuttuneet. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että Kaverihaku-konsepti vastaa nykypäivän ihmisten tarpeeseen löytää yhteisöjä ja ystäviä, jotka jakavat samankaltaisia kiinnostuksen kohteita ja arvoja. Kaverihaut tarjoavat mahdollisuuden löytää syvempiä ja merkityksellisiä yhteyksiä, jotka voivat kehittyä kestäviksi ystävyysuhteiksi. Kaverihakujen

vaikutus ihmisten välisiin suhteisiin ja yhteisöllisyyden kokemukseen on merkittävä. Tutkimukseni tulokset osoittavat myös, miten moninaisia kaverihakuun osallistumisen motiivit ovat: toisille se tarjosi mahdollisuuden löytää samanhenkisiä ystäviä, kun taas toiset hakivat tukea ja yhteisöllisyyttä elämäntilanteen muutoksen keskelle. Osallistujien kokemukset olivat pääasiassa myönteisiä, ja monille kaverihaut mahdollistivat merkityksellisten ystävyysuhteiden syntymisen. Vertailllessani tuloksiani aiempaan tutkimukseen havaitsin, että kaverihaut tukevat nykykäsityksiä siitä, miten sosiaalinen media voi edistää yhteisöllisyyttä ja ystävyysuhteita. Kuitenkin pitää ottaa huomioon, että tutkimukseni otanta perustui lähes pelkästään yhden Instagram-tilin ja vaikuttajaduon kaverihakuun osallistuneiden kokemuksiin, mikä asettaa rajoituksia tulosten yleistettävyydelle.

Kiinnostavaa on myös se, että molemmat tutkimani tilit joko lopetettiin tai muuten vain hiljenivät vuonna 2023. Nonsensepod lopetti podcastinsa, mikä luonnollisesti vaikutti myös podcastin Instagram-kanavan lopettamiseen muiden projektien tieltä. Rosie Londoner puolestaan ei ole virallisesti ilmoittanut lopettaneensa tiliään, vaan se on kaikessa hiljaisuudessaan hiljentynyt. Onko tämä vain osa luonnollista some-elinkaarta vai löytyykö tähän muita mahdollisia selityksiä? Hiljentyminen voi heijastella monenlaisia tekijöitä, jotka vaikuttavat somevaikuttajien päätöksiin. Yhtenä tekijänä voivat olla esimerkiksi muutokset algoritmeissa, jotka vaikuttavat näkyvyyteen ja siten seuraajamääriin ja sitoutumiseen tai markkinasuuntaukset, jotka saattavat muuttaa yleisön mielenkiinnon kohteita. Toisaalta tekijöinä voivat olla henkilökohtaisen elämän muutokset tai halu siirtyä uusiin projekteihin. Tilin hiljentyminen voi myös liittyä laajempaan ilmiöön digitaalisessa kulttuurissa, jossa jatkuva sisällöntuotanto ja yleisön odotusten täyttäminen muodostavat painetta, joka voi olla pitkällä aikavälillä kestäväntöntä. Tämä voi johtaa uupumukseen tai haluun priorisoida muita elämäntilanteita. Lisäksi on olennaista pohtia, kuinka somevaikuttajien identiteetti ja brändi kehittyvät ajan myötä. Heidän päätöksensä saattavat heijastaa pyrkimystä uudistaa omaa brändiään tai kokea vapautta kokeilla uusia formaatteja ja alustoja. Hiljentyminen voi siis olla osa strategista uudelleensuuntautumista tai taukoa, joka mahdollistaa uudenlaisen lähestymistavan kehittämisen.

Kaverihakujen suosio kuitenkin jatkuu. Kaverihakuja järjestettiin jo ennen koronapandemiaa, mutta tutkimuksen aloittamisen jälkeen kaverihaut ovat lisääntyneet huomattavasti ja yhä useammat vaikuttajat pitävät niitä Instagram-tiliillään, ja Kaverihakupostaukset keräävät edelleen paljon kommentteja ja tykkäyksiä. Lisäksi perinteisemmät

julkisuuden henkilöt, kuten Maria Veitola <sup>123</sup>, ovat järjestäneet kaverihakuja omilla tileillään. Myös esimerkiksi Porin kaupunki on järjestänyt kaupunkilaisille kaverihaun kaupungin virallisessa Instagramissa <sup>124</sup>. Sain graduprosessin aikana idean hyödyntää Kaverihaku-konseptia myös silloisessa työpaikassani Porin kaupungin viestintäyksikössä. Idea konseptin hyödyntämisestä kaupungin sosiaalisessa mediassa sai alkunsa kaupunkilaisen viestistä, jossa toivottiin kaupungilta enemmän paikkoja ja mahdollisuuksia kohdata uusia ihmisiä. Konsepti päädyttiinkin toteuttamaan myöhemmin, kun olin jo siirtynyt seuraavaan työpaikkaan.

Mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe olisikin ilmiön tutkiminen toisesta näkökulmasta: Mitkä ovat vaikuttajien ja muiden toimijoiden motiivit kaverihakujen järjestämiseen ja miten vaikuttajien ja osallistujien motiivit eroavat toisistaan? Olisi myös mielenkiintoista pureutua yhä syvemmälle siihen, mitä kaverihakujen suosio kertoo yhteiskuntamme tilasta. Onko kyse vain tämän hetken ilmiöstä, jossa ihmiset janoavat oikeita yhteyksiä siloteltujen sisältöjen keskelle, vai olemmeko suuntaamassa aikakauteen, jossa ihmiset kääntyvät yhä enemmän sosiaalisen median puoleen ystävyysien etsinnässä ”oikean” elämän sijaan?

Loppupäätelmänä voidaan todeta, että kaverihakuja voidaan hyödyntää monin tavoin. Ne tarjoavat uuden väylän sosiaalisen median vaikutusten ja ystävyysuhteiden tutkimiselle, ja niiden potentiaali yhteisöllisyyden luojana on merkittävä. Ne voivat toimia esimerkkinä siitä, miten digitaalista teknologiaa voidaan käyttää positiivisten sosiaalisten suhteiden edistämiseen ja miten somevaikuttajat voivat käyttää kaverihakuja somevaikuttamisen ja sitouttamisen muotona. Instagramin kaverihaut tarjoavat arvokkaan välineen ystävyysuhteiden tutkimiseen ja ymmärtämiseen digitaalisessa maailmassa. Ne eivät ainoastaan heijasta nykyistä tarvetta yhteisöllisyydelle ja merkityksellisille yhteyksille, vaan myös tarjoavat uusia mahdollisuuksia sosiaalisen median vaikutusten ja ihmissuhteiden muodostumisen ymmärtämiseksi yhteiskuntamme digitaalisella aikakaudella.

---

<sup>123</sup> @mariaveitola, Instagram 11.9.2023.

<sup>124</sup> @porinkaupunki, Instagram 25.8.2023.

## Lähteet

Kaikki internetosoitteet on tarkistettu 25.4.2024.

### Tutkimushaastattelut:

Zoomilla 10.–19.5.2021

H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8.

Haastatteluiden kesto: 19:04–36:08 minuuttia.

Litteraatiot tekijän hallussa.

### Verkkosivut ja -artikkelit:

Perttunen, Mikko (30.5.2023) Sosiaalinen media luo paineita ylikulutukseen – nuorten aikuisten vaikea velkaantuminen kasvaa. Markkinointiuutiset.

<https://www.markkinointiuutiset.fi/artikkelit/sosiaalinen-media-luo-paineita-ylikulutukseen-nuorten-aikuisten-vaikea-velkaantuminen-kasvaa>

Saarenmaa, Kaisa (28.3.2023) Snäppiä, podaamista, tokkerointia – vaikuttajat näkyvät nyt myös tilastoissa. Tieto&Trendit. Tilastokeskus.

<https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2023/snappia-podaamista-tokkerointia-vaikuttajat-nakyvat-nyt-myos-tilastoissa/>

Tilastokeskus (Katsaus 8.3.2023). Näyttörüutujen äärellä kului vuonna 2021 enemmän aikaa kuin koskaan aiemmin. Ajankäyttötilaston katsaus.

<https://stat.fi/julkaisu/cl8ipicxx123r0bw2oxe42g8i>

### Tutkimuskirjallisuus:

Abidin, Crystal 2015: Communicative <3 Intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. *Ada: A Journal of Gender, New Media and Technology* 8.

Abidin, Crystal 2016: Please Subscribe!: Influencers, Social Media, and the Commodification of Everyday Life. Doctoral dissertation. Perth, University of Western Australia.

Bonsaksen, T., Ruffolo, M., Leung, J., Price, D., Thygesen, H., Schoultz, M., & Geirdal, A. Ø. 2021: Loneliness and its association with social media use during the COVID-19 outbreak. *Social Media + Society*, 7(3), 20563051211033821.

boyd, danah 2011: Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. Teoksessa *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Toimittanut Papacharissi, Zizi. Routledge. 39–58.

Butcher, T. & Helmond, A. 2018: The affordances of social media platforms. Teoksessa *The SAGE Handbook of Social Media*. Toimittaneet Burgess, Jean, Marwick, Alice & Poell, Thomas. Los Angeles, SAGE Publications. 233–253.

Burgess, Jean, Marwick, Alice & Poell, Thomas 2018: *The SAGE Handbook of Social Media*. Los Angeles, SAGE Publications.

Ess, Charles 2019: Friendship, Death Online, Slow/Fair Technology, and Democracy. *Digital Media Ethics*. Teoksessa *Digital Media Ethics (Third edition)*. Polity Press. 128–153.

Gurrieri, Lauren, Drenten, Jenna & Abidin, Crystal 2023: Symbiosis or parasitism? A framework for advancing interdisciplinary and socio-cultural perspectives in influencer marketing. *Journal of Marketing Management*, 39(11-12), 911-932.

Horton, Donald & Wohl, Richard R. 1956: Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry* 19:3, 215–229.

Hyvärinen, Matti, Suoninen, Eero & Vuori, Jaana 2021: Haastattelut. Teoksessa *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Toimittanut Jaana Vuori. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto, Tampere. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>

Juhila, Kirsi 2021: Teemoittelu. Teoksessa *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Toimittanut Jaana Vuori. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto, Tampere.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/>

Kuula, Arja & Tiitinen, Sanni 2010: Eettiset kysymykset ja haastattelujen jatkokäyttö. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toimittaneet Johanna Ruusuvoori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Vastapaino, Tampere, 446–459.

KvaliMOTV. Teemoittelu. [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_4.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_4.html)

Lüders, Adrian, Dinkelberg, Alejandro & Quayle, Michael 2022: Becoming “us” in digital spaces: How online users creatively and strategically exploit social media affordances to build up social identity. *Acta Psychologica*, 228, 103643.

Lähiluku. Jyväskylän Yliopiston Koppa.

<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/lahiluku>

Marwick, Alise E., & Boyd, Danah 2011: "I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience." *New Media & Society*, 13(1), 114-133.

Nikander, Pirjo 2010: Laadullisten aineistojen litterointi, kääntäminen ja validiteetti. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toimittaneet Johanna Ruusuvoori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Vastapaino, Tampere, 432–445.

Papacharissi, Zizi 2011: *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge.

Raatikainen, Panu 2004: *Ihmistieteet ja filosofia*. Gaudeamus, Helsinki.

Reinikainen, Hanna 2019: Parasosiaaliset suhteet sosiaalisessa mediassa. Teoksessa *Osallistava viestintä*. Toimittaneet Luoma-Aho, V. & Pekkala, K. ProComma Academic. 102-115. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/6f045ad4-36aa-4fba-b993-5bda88480552/content>

Rettberg, Jill Walker 2018: Self-Representation in Social Media. Teoksessa *The SAGE Handbook of Social Media*. Toimittaneet Burgess, Jean, Marwick, Alice & Poell, Thomas. Los Angeles, SAGE Publications. 429–443.

Rotola-Pukkila, Miisa, & Isotalus, Panu 2021: Ystävyyttä vai illuusiota? : Parasosiaalisen suhteen näkyminen seuraajien viesteissä sosiaalisen median vaikuttajalle. Lähikuva – Audiovisuaalisen Kulttuurin Tieteellinen Julkaisu, 34(2-3), 95–110.

Ruusuvuori, Johanna 2010: Litteroijan muistilista. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toimittaneet Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Vastapaino, Tampere, 424–431.

Ruusuvuori, Johanna & Nikander, Pirjo 2010: Haastatteluaineiston litterointi. Teoksessa *Haastattelun analyysi*. Toimittaneet Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Vastapaino, Tampere.

Ruusuvuori, Johanna, Nikander, Pirjo & Hyvärinen, Matti 2010: *Haastattelun analyysi*. Vastapaino, Tampere.

Salo, Ulla-Maija 2015: Simsalabim, sisällönanalyysi ja koodaamisen haasteet. Teoksessa *Umpikujasta oivallukseen*. Toimittaneet Sanna Aaltonen & Riitta Hogbacka. Tampere University Press, Tampere.

Suominen, Jaakko, Sari Östman, Petri Saarikoski & Riikka Turtiainen 2013: Sosiaalisen median lyhyt historia. Gaudeamus Helsinki.

Turtainen, Riikka & Östman, Sari 2013: Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Teoksessa *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Toimittaneet Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen, Janne & Tikka, Minttu. Vastapaino, Tampere.

Uski, Suvi 2016: Minän esittäminen yhteisöpalveluissa: Profiilityöllä aitouteen. *Psykologialehti* 51:5, 378–381.

Uski, Suvi & Lampinen, Airi 2016: Social norms and self-presentation on social network sites - Profile work in action. Sage. 18(3), 447–464.

van Dijck, Jose 2012: The Network Society. SAGE Publications.

Vuori, Jaana 2021: Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto, Tampere. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/>

Walther, J. B., Carr, C. T., Choi, S. S. W., Deandrea, D. C., Kim, J., Tom Tong, S. & Van Der Heide, B. 2010: Interaction of interpersonal, peer, and media influence sources online: A research agenda for technology convergence. Teoksessa *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Toimittanut Papacharissi, Zizi. Routledge. 17–38.