

“ERINOMAISUUTTA JA TÄYDELLISYYTTÄ”

**– INSTAGRAM-TAPAUSTUTKIMUS KIRJOITTAMISESTA JA
IDENTITEETTIHUIJAUKSESTA**

Sara Yliluoma
Maisterintutkielma
Kirjallisuus / Kirjoittaminen
Musiikin, taiteen ja kulttuurin
tutkimuksen laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Musiikin, taiteen ja kulttuurin tutkimuksen laitos
Tekijä Sara Yliluoma	
Työn nimi "Erinomaisuutta ja täydellisyyttä" – Instagram-tapaustutkimus kirjoittamisesta ja identiteettihuijauksesta	
Oppiaine Kirjoittaminen	Työn tyyppi Pro gradu
Aika Kevät 2023	Sivumäärä 58
Ohjaaja Juri Joensuu	
Tiivistelmä <p>Tässä maisterintutkielmassa tarkastellaan kirjoittamista digitaalisessa ympäristössä. Kirjoittamista on pitkään tutkittu konkreettisista teoksista, mutta teknologian kehitys on luonut uusia alustoja kirjoittamiselle. Tämän vuoksi tässä laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan sitä, miten kirjoittaminen rakentuu suositussa kuvapalvelu Instagramissa. Tutkimuksessa käsitellään kuvia ja tekstiä yhdisteleviä Instagram-julkaisuja multimodaalisen kuva-analyysin sekä lähiluvun metodien avulla. Näiden kautta hahmotetaan kokonaiskuvaa siitä, mitä Instagram-kirjoittaminen on ja millaiset tekijät tekstiin vaikuttavat. Analyysissä käsitellään yksittäistä kirjallisen huijauksen tapausta, jossa taiteilija nimeltä Amalia Ulman loi 175 Instagram-julkaisun fiktiivisen kokonaisuuden. Tästä New Exhibitions Museumin online-näyttelystä kerätystä aineistosta tutkitaan tarkemmin Ulmanin kuvatekstien kirjoitusta ja sitä, miten ne yhdistyvät kuviin. Samalla tarkastellaan sitä, miten kuvan ja tekstin keinoin voidaan rakentaa epätodellista kerrontaa Instagramin sisällä. Tutkimuskysymykset ovat millaista multimodaalinen eli kuvaa ja tekstiä yhdistävä kirjoittaminen on Instagramissa, ja miten identiteettihuijauksen piirteet näkyvät Amalia Ulmanin Instagram-julkaisuissa. Näihin vastataan perehtymällä Ulmanin yksittäistapaukseen. Aineisto sekä tapaustutkimuksen menetelmät antavat kiinnostavan katsauksen sosiaalisen median käyttöön sekä nykyiseen kirjoittamiseen. Samalla tutkimus johdattaa kirjoittamisen ja kirjallisuuden tutkimusta kohti modernimpaa suuntaa: nykyinen kirjoittaminen nimittäin tapahtuu suurelta osin verkossa. Tämän vuoksi tutkimus on ajankohtainen ja tärkeä tutkimuksen kohde, jotta voidaan osoittaa, millaista nykykirjoittaminen on yksittäisessä sosiaalisen median palvelussa.</p>	
Asiasanat Kirjoittaminen, sosiaalinen media, Instagram, kirjallinen huijaus, identiteettihuijaus, autofiktio	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja -	

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	4
2. TEOREETTISET TAUSTAT	7
2.1. Instagram ja digitaalinen tekijyys	7
2.1.1. Sosiaalisen median tekijän rooli	9
2.1.2. Tapaus Amalia Ulman	11
2.2. Kirjoittaminen sosiaalisessa mediassa	14
2.2.1. Instagram-kirjoittaminen	17
2.2.2. Multimodaalisuus	20
2.3. Instagram-huijaukset	22
2.3.1. Autofiktio	25
2.3.2. Instagram-identiteetti	27
3. ANALYYSI	30
3.1. Analyysin metodit	30
3.2. Huijauksen keinot Excellences & Perfections -kokonaisuudessa	32
3.2.1. Luksustyttö	37
3.2.2. Sugar baby	41
3.2.3. Hyvinvointiaddikti	45
4. PÄÄTÄNTÖ	51
4.1. Tulokset	51
LÄHTEET	55

1. JOHDANTO

Tässä maisterintutkielmassa tarkastelen kirjoittamista digitaalisessa ympäristössä. Kirjoittamista on tutkittu paljon niin kaunokirjallisista teoksista kuin verkkojulkaisuista, mutta teknologian kehitys on luonut uusia tutkittavia alustoja viimeisen 10 vuoden aikana. Näitä alustoja ovat esimerkiksi suosioon nousseet sosiaalisen median kanavat, kuten Youtube, Facebook ja Instagram, jotka toimivat pääosin käyttäjien luoman sisällön avulla eli ne perustuvat digitaalisen kirjoittamisen myötä syntyneeseen vuorovaikutukseen. Tätä sosiaalisessa mediassa käytettyä digitaalista tekstiä on hyvä tutkia laajemmin, jotta voimme ymmärtää paremmin sosiaalisen median käyttötapoja sekä sitä, miten kirjoittaminen toimii yksittäisellä sosiaalisen median kanavalla. Tämän vuoksi haluan tässä tutkielmassa tarkastella kirjoittamisen rakentumista rajatussa digitaalisessa ympäristössä. Tutkimukseni tarkoituksena on osoittaa, miten kirjoittaminen ja etenkin teksti toimii sosiaalisessa mediassa, ja mitkä tekijät vaikuttavat tekstin muodostumiseen.

Tutkimukseni kohteeksi valitsin sosiaalisen median palveluista Instagramin, sillä alusta on nykyisin erittäin suosittu. Lisäksi Instagram mahdollistaa monipuolisen kirjoittamisen keinot, sillä alustalla vuorovaikutetaan sekä tekstin että kuvien kautta. Kyseinen sosiaalisen median alusta perustuu siihen, että käyttäjä voi jakaa kuvia ja videoita elämästään tai mielenkiintonsa kohteista. Instagramin käyttäjä voi jakaa itse tekemäänsä sisältöä kahteen paikkaan: käyttäjän etusivulle eli feediin sekä tarinat-osioon (stories), jossa kuvat ja videot näkyvät ainoastaan 24 tunnin ajan. Julkaisualustalla julkaistavia kuvia täydennetään usein tekstillä, joka on yksittäinen sijainnin tai merkityksen määrittävä sana tai vaihtoehtoisesti käyttäjä voi kirjoittaa usean virkkeen verran ajatuksiaan. Kaiken tämän tarkoituksena on, että käyttäjä voi jakaa valitsemiaan hetkiä toisten Instagram-käyttäjien kanssa, joita kutsutaan seuraajiksi (follower). Suurin syy sisällön jakamiseen on se, että käyttäjä voi vuorovaikuttaa muiden käyttäjien kanssa sekä luoda profiilistaan oman tyyllisen, ja kerätä näin kuviinsa tykkäyksiä sekä profiiliinsa lisää seuraajia. Instagramin päätarkoitus onkin yhdistää käyttäjiä ja antaa heille mahdollisuus luoda kuvallista ja sanallista sisältöä muiden nähtäville.

Jotta tutkimus ei muodostu liian laajaksi kokonaisuudeksi, rajasin aiheen tapaustutkimukseksi. Valitsin tarkastelun kohteeksi argentiinalaistaiteilija Amalia Ulmanin vuoden 2014 Instagram-julkaisut, jotka paljastuivat myöhemmin suunnitelluksi huijaukseksi. Ulman julkaisi lähes puolen vuoden aikana 175 kuvaa ja videota, jotka lopulta muodostivat *Excellences & Perfections* -teoskokonaisuuden, joka suomeksi käännettynä tarkoittaa “Erinomaisuutta ja Täydellisyyttä”. Taiteilijan mukaan hän halusi kuvillaan osoittaa, millainen naisten asema on Instagramissa, ja miten helposti yksittäinen käyttäjä voi luoda valheellista sisältöä sosiaaliseen mediaan (Ulman 2020). Nämä seikat hän osoitti seuraajilleen esiintymällä omilla kasvoillaan ja nimellään, mutta kolmessa eri roolissa Instagram-tilillään. Ensimmäisessä roolissa Ulman esitti vaaleatukkaista rikasta ja luksusbrändeihin ihastunutta nuorta naista. Toisessa roolissa hän muutti rajusti tyyliään ja alkoi esiintyä puolialastomana sekä etsiä kyseenalaisilla keinoilla rahaa. Kolmannessa roolissa hän esitti hyvinvointiin hurahtanutta nuorta naista, joka onnistui selättämään mielenterveysongelmansa. Roolien vaihdokset Ulman teki sen verran huolellisesti, että onnistui vakuuttamaan useat Instagram-seuraajansa siitä, että hän kävi nämä vaiheet läpi todellisessa elämässään (Maguire 2019). Taiteilija myönsi myöhemmin käsikirjoittaneensa roolit eli tehneensä kirjallisen huijauksen, jota tässä tutkimuksessa tarkastelen identiteettihuijauksen näkökulmasta.

Tätä Ulmanin julkaisukokonaisuutta käsittelemän multimodaalisuuden ja kirjallisen huijauksen käsitteiden avulla. Rajasin aineiston alle 20 kuvaan, joista voin kuvien ja tekstien sekä Ulmanin kommenttien perusteella tutkia sitä, miten Instagramissa kirjoitetaan. Käytän tutkimusmetodeina lähilukua sekä kuva-analyysiä, jotta pystyn lukemaan Ulmanin multimodaalisia eli kuvaa ja tekstiä yhdisteleviä Instagram-julkaisuja mahdollisimman tarkasti. Tutkittavissa julkaisuissa keskityn erityisesti tekstin ja kuvan vuorovaikutukseen sekä siihen, miten Ulmanin eri roolit vaikuttivat julkaisuihin sekä niihin tullessiin kommentteihin. Tutkimukseni avulla pyrin vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaista multimodaalinen kirjoittaminen on Instagramissa?
2. Miten identiteettihuijauksen piirteet näkyvät Amalia Ulmanin Instagram-julkaisuissa?

Tutkimuskysymyksiin vastaan käsittelemällä teoriaosuudessa monipuolisesti Instagram-kirjoittamista sekä kirjallisen huijauksen keinoja, kuten identiteettihuijausta. Teoriaosuudessa hyödynnän laajasti aiempaa tutkimusta, joka koostuu pääosin 2020 vuoden jälkeisistä pro gradu-tutkielmista sekä teoriakirjallisuudesta. Instagramia ei ole tutkittu vielä

kovinkaan paljon, joten katsoin pro gradujen runsaamman käytön tarpeelliseksi tätä työtä varten. Käsittelen kirjoittamista ja huijauksen piirteitä tarkemmin Nyqvistin ja Ojan (2018) *Kirjalliset väärennökset. Huijauksia, plagiaatteja ja luovia lainauksia* -teoksen avulla, sillä se syväluotaa kirjallisten huijausten maailmaa sekä sitä, miten kirjoittamalla voi luoda plagioitua tai valheeseen pohjautuvaa tekstiä. Sivuan tutkimuksessa multimodaalisuuden ja kirjoittamisen käsitteiden lisäksi autofiktion ja identiteetin käsitteitä, sillä ne liittyvät vahvasti sosiaalisen median kirjoittamisen tyyliin. Teoriaosuuden jälkeen tulevassa analyysiosiossa puolestaan käyn läpi New Exhibitions Museumin sivustoilta kerätyn aineiston sekä Amalia Ulmanin vuonna 2020 kirjoittaman artikkelin avulla sitä, miten Ulman toteutti kirjallisen huijauksensa sosiaalisessa mediassa. Pyrkimyksenäni on havainnoida tämän laadullisen tutkimuksen aineistosta mahdollisimman monipuolisesti ja eettisesti Ulmanin kirjoittamisen tapoja ja kirjallisen huijauksen luomisen keinoja. Tutkimuksen eettisyys perustuu siihen, että Ulman on itse myöntänyt tehneensä sosiaalisen median huijauksen. Tämän pohjalta Ulmanin tapausta sekä julkaisuja voidaan tutkia huijauksena ja eritellä identiteettihuijauksen alle, sillä taiteilija itse on avoimesti kertonut luoneensa käsikirjoitetun tarinan, jossa hän on halunnut tuoda esiin sosiaalisen median kääntöpuolia. Näillä periaatteilla lähdän käsittelemään Amalia Ulmanin luomaa fiktiivistä Instagram-kokonaisuutta, josta tutkin multimodaalisten julkaisujen kirjoittamisen tapoja sekä huijauksen piirteitä.

2. TEOREETTISET TAUSTAT

2.1. Instagram ja digitaalinen tekijyys

Teknologian kehityksen myötä syntyi Web 2.0 -teknologian käsite, joka viittaa älypuhelinajan aikaan sekä internet-pohjaisiin sosiaalisen median sovelluksiin (Kontinen 2022, 9). Näihin sovelluksiin kuuluvat muun muassa YouTube, Facebook, Twitter ja Instagram. Pagen (2012, 7) mukaan nämä nykyiset sosiaalisen median sovellukset perustuvat laajempaan internet-vuorovaikutukseen, mikä erottaa uuden "someajan" eli Web 2.0 -ajan internetin aiemmista kehitysvaiheista. Aiempiin sovelluksiin ja internet-sivustoihin verrattuna nykyiset sosiaalisen median palvelut ovat yhteisöllisempiä, vuorovaikutuksellisia ja persoonallisempia, sillä sovellusten käyttäjät voivat luoda itse enemmän sisältöä kuin aiemmin (Page 2012, 18). Tämä vaikuttaa siihen, että internetistä ja puhelinten sovelluskaupoista löytyy runsaasti muun muassa keskustelupalstoja, kuva- ja videopalveluita sekä avustavia työkaluja sisällöntuottoon. Samalla monipuolinen sisällöntuotto eli omien julkaisujen laatiminen ja julkaiseminen on mahdollistanut vuorovaikutuksen muiden internetin käyttäjien kanssa. Sosiaalisen median palvelut perustuvatkin kokonaan tällaiseen käyttäjien keskinäiseen vuorovaikutukseen ja oman sisällön jakamiseen.

Näihin kahteen toimintoon perustuu myös suosittu sosiaalisen median palvelu Instagram, joka perustettiin vuonna 2010 (MacDowall & Budge 2021, 17). Banzerus (2016, 16) kertoo, että Instagramin luojat Kevin Systrom ja Mike Krieger saivat idean palvelun tekemiseen internetin blogeista: he halusivat ihmisten voivan julkaista lyhyitä kuvallisia päivityksiä. Lisäksi he halusivat päivitysten teon olevan helppoa, joten he suunnittelivat palvelun puhelimeen ladattavaksi applikaatioksi, joka olisi aina mukana (MacDowall & Budge 2021, 17; Collier 2019, 266). Kehittyneen, visuaalisen ja uudenlaisen käyttöjärjestelmänsä vuoksi Instagramista tuli nopeasti yksi suosituimmista sosiaalisen median sovelluksista eri puolilla maailmaa (Rissanen 2021, 1). Esimerkiksi vuonna 2015 Instagramia käytti jo 24 % koko maailman väestöstä (Duggan 2015). Tämän jälkeen käyttäjämäärä on noussut vuosittain, ja nykyisin Instagramilla on miljardeja aktiivisia käyttäjiä ympäri maailmaa (Collier 2019, 283). Nykyään Instagram onkin yksi sosiaalisen median suosituimmista sovelluksista, sillä se

mahdollistaa luovan ja vapaan sisällön tekemisen ja jakamisen sekä yhdistää ihmisiä eri puolilta maailmaa.

Luotuaan oman henkilökohtaisen Instagram-tilinsä käyttäjä voi ottaa henkilökohtaisia kuvia ja lyhyitä videoita, jakaa tekemäänsä sisältöä sekä keskustella muiden sovellusta käyttävien ihmisten kanssa (Collier 2019, 266). Käyttöjärjestelmän on tarkoitus pitää käyttäjä aktiivisena, joten algoritmit ehdottavat etenkin uudelle käyttäjälle muita tilejä, joita seurata. Käyttäjien välinen vuorovaikutus on keskiössä, joten käyttäjän etusivulla näkyy hänen seuraamiensa henkilöiden uusimpia julkaisuja. Hakutoiminnossa puolestaan voi etsiä uusia seurattavia henkilöitä, jotka ovat algoritmien ehdottamia. Tärkeimmät toiminnot löytyvät kuitenkin käyttäjän omalta sivulta eli profiilista. Siellä näkyvät käyttäjän nimi, profiilikuva, oman etusivun eli feedin julkaisut sekä vuorokauden kestävät hetkelliset tarinat, mikäli käyttäjä on lisännyt tekemäänsä sisältöä sinne. (Collier 2019, 292.) Sisältöä pääasiassa luodaan omaan profiiliin, joka on kuin visuaalinen kuvien ja videoiden värittävä ”kuva-albumi”, jonka muut käyttäjät näkevät. Yksittäisen käyttäjän tekemään ja jakamaan sisältöön voivat muut Instagram-käyttäjät reagoida: kuviin ja videoihin voi jättää sekä tykkäyksiä että kommentteja, jotka näkyvät julkaisijalle sekä muille käyttäjille (Bateman, Wildfeuer & Hiippala 2017). Käyttäjä voi myös halutessaan rajata profiilinsa sisällön yksityiseksi, jolloin vain hänen seuraajansa näkevät hänen tekemänsä sisällön. Tällöin kuka tahansa ei voi tulla kommentoimaan kuvia, vaan ne ovat rajattu kohdennetulle yleisölle. Kuka tahansa voi asetuksista huolimatta laittaa käyttäjälle yksityisen viestin käyttäjän virtuaaliseen postilaatikkoon. Tällöin yleisönä on vain viestin kohteena oleva käyttäjä ja keskustelua voi käydä kahden kesken, jos ei kuvien kommenttikentissä halua julkisesti keskustella.

Instagramin päätavoite on MacDowallin ja Budgen (2021, 20) mukaan se, että käyttäjä kerää itselleen seuraajia ja vuorovaikuttaa heidän kanssaan jakamalla kuvia ja kirjoittamalla viestejä. Juuri vuorovaikutuksen ja sisällöntuotannon mahdollisuuksiensa vuoksi Instagram koetaan käyttäjää viihdyttäväksi sovellukseksi, johon voi hetkeksi upota selaamaan muiden jakamia kuvia (Collier 2019, 265). Visuaalista ja viihteellistä näyttävyyttä lisää se, että kuvia voi muokata erilaisten asetusten sekä filttereiden avulla. Usein lopputulos on sävytetty filtreillä eli kuvaa muokkaavilla asetuksilla, jotta se näyttää esimerkiksi värikkäämmältä. Tällöin se kiinnittää seuraajien huomion helpommin, jolloin käyttäjä saa julkaisuilleen paremmin reaktioita. Tämän kaltainen vuorovaikutus lisää kommunikaatiota tuttujen ja tuntemattomien kanssa, mikä puolestaan voi lisätä käyttäjän aktiivisuutta sosiaalisessa

mediassa (Leppänen ym. 2015, 7). Sovelluksen tarkoituksena onkin, että käyttäjät luovat omaa sisältöä, jakavat sitä muiden kanssa ja keskustelevat julkaisuista ja niiden aiheista keskenään. Instagramin käyttö perustuu siis käyttäjän omaan aktiivisuuteen, mutta myös siihen, että käyttäjät jakavat visuaalista sisältöä ja näin ylläpitävät kyseistä sosiaalisen median palvelua. Seuraavassa alaluvussa käsittelen tarkemmin tätä Instagram-käyttäjän aktiivista roolia sosiaalisessa mediassa, sillä yksittäisellä tekijällä on runsaasti mahdollisuuksia luoda omaa sisältöä ja sitä kautta vaikuttaa muihin käyttäjiin.

2.1.1. Sosiaalisen median tekijän rooli

Sosiaalisen median käyttäjät eli omaa sisältöä tuottavat tekijät ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa ja luovat erilaisia verkkoyhteisöjä. Teknologian kehityksen myötä tekijää ei siis voida tarkastella yksinäisenä kirjoittajana, vaan enemmänkin oman kulttuurinsa ja yhteiskuntansa alaisena vaikuttajana. Tekijyyttä tutkittaessa huomioon otetaan myös yhä enemmän kirjoittamisen kulttuuri sekä kirjoittajan identiteetti. Tekijä ei siis sosiaalisessa mediassa ole ainoastaan sisällön eli tekstin luoja, vaan hän myös tuo identiteettinsä ja arvonsa siellä esiin. Svinhufvudin (2016) mukaan kirjoittajaidentiteetti määrittää paljon sitä, mitä kirjoittaja eli tekijä kirjoittaa ja käsittelee teksteissään. Tämä identiteetti on sidoksissa kulttuuriin: muiden ihmisten mielipiteet ja arvostukset vaikuttavat paljon tekijän omiin arvoihin ja toimintaan (Svinhufvud 2016). Kirjoittaja on siis samalla yksilöity tekijä, mutta myös vuorovaikutuksellisen yhteisön osa, joka toimii yhteisön ja yhteiskunnan arvojen mukaan. Tämä tarkoittaa, että kirjoittaja representoi omaa kulttuuriaan ja yhteisönsä normeja kirjoittaessaan. Rissasen (2021, 21) maisterintutkielman mukaan juuri tällainen tekijyyteen liittyvä yksilön ja yhteisön muutos johtuu Web 2.0:n eli sosiaalisen median kehityksestä.

Nykyaikainen tekijyys on siis laaja-alaisemmin tarkasteltavaa kuin aiemmin, sillä sosiaalinen media on muuttanut käsitteen rakennetta. Nykyään melkein kuka tahansa internetin ääreen pääsevä voi kirjoittaa ajatuksiaan ja mielipiteitään julki, ja saada siten aikaan julkista keskustelua. Tekijyys on yhteisöllisempää kuin aiemmin, ja kirjoittaessa ei tarvitse monia muokkausvaiheita, sillä digitaalinen ympäristö tarjoaa mahdollisuuden yksittäisen ajatuksen julkaisuun. Niemi-Pynttärin (2008, 130) mukaan tällainen vuorovaikutuksellinen tekijyys on

suuri muutos aiempaan, sillä kirjoittaja saa nopeammin palautetta ja kommentteja teksteistään. Tämä hyödyttää kirjoittajaa, sillä hän voi kehittää itseään kirjoittajana nopeasti saadun palautteen mukaan. Hyöty kulkee myös toiseen suuntaan, sillä tekijä voi olla yhteyksissä lukijoihinsa. Vincent (2018, 203) toteaa, että sosiaalisen median ympäristö yhdistää ihmisiä eri olosuhteista ja lähtökohdista käsin. Erilaiset lukijat ja tekijät kohtaavat sosiaalisen median palveluissa ja voivat helposti kommunikoida keskenään. Tämä puolestaan luo läheisiä vuorovaikutussuhteita sekä yhteisöjä, joissa tekijät vaikuttavat. Tekijä ja lukija voivat myös ystävystyä verkossa, jolloin he jakavat tunteitaan ja kokemuksiaan internetin välityksellä. Tällöin tekijän identiteetti sekä rooli sosiaalisen median yhteisössä korostuu, ja hän on osa vuorovaikutuksellista kokonaisuutta, mutta voi myös itse vaikuttaa muihin laajasti.

Sosiaalinen media on muuttanut tekijyyden käsitettä suuntaan, jossa kuka tahansa voi olla kirjoittaja. Tämä mahdollistaa sen, että useampi ihminen voi kirjoittaa lähes mitä tahansa sosiaalisen median profiiliinsa, sillä suuren käyttäjämäärän valvominen on haasteellista. Vahingollista tässä mallissa on se, että vilpin mahdollisuus kohoaa. Sosiaalisen median tekijä voi valehdella identiteettinsä esiintymällä jonkun toisen nimellä ja kuvilla tai hän voi esittää itsestään kuvaa, joka ei vastaa todellisuutta. Rettberg (2014, 12) korostaakin, että sosiaalisessa mediassa käyttäjä voi kontrolloida sitä, millaisen kuvan hän antaa itsestään muille. Tämä tapahtuu esimerkiksi valikoimalla itsestään parhaimmat kuvat, kuten selfiet eli kuvat, jotka tekijä on ottanut itse itsestään yleensä puhelimen etukameraa käyttäen. Toinen tapa on muokata kuviaan filttäreillä, jotka muuttavat kuvan värejä, valotusta sekä sumentavat valikoituja osia kuvasta. (Rettberg 2014, 12 & 21.) Tällainen kuvien valikointi sekä kuvamanipulaatio voi muokata tekijästä toisen näköisen kuin hän todella on. Instagramissa filterien käyttö on normaalia, mutta kuvien muokkaus ja toisena henkilönä esiintyminen lukeutuvat jo vilpin piiriin. Suurin ongelma tällaisessa toiminnassa on se, että muut käyttäjät eivät välttämättä tunnista tekijän luomaa kuvien tai identiteetin valheellisuutta. Vincentin (2018, 203) mukaan tässä ongelmallista on se, että sosiaalisessa mediassa käyttäjät luottavat helposti muihin käyttäjiin yhteisöllisyyden vuoksi, jolloin he voivat joutua toisen käyttäjän huijaamaksi.

Pagen (2012, 25) mukaan suurin osa sosiaalisen median käyttäjistä noudattaa sääntöjä eli he toimivat sosiaalisten etikettien mukaan. Tämä tarkoittaa, että moni sosiaalisen median sisällön tekijöistä pyrkii luomaan todenmukaista sisältöä ja kohtelemaan muita hyvin

yhteisöllisellä alustalla. Yleisesti siis tekijän vilpillisyys ei ole oletus, vaan se on enemmänkin poikkeus. Tosin pelkkä tekijän identiteetti eli se, millä nimellä ja kuvilla hän esiintyy, ei aina kerro tarpeeksi tekijän kirjoittamisen motiiveista. Jokaisella kirjoittajalla on motiivi taustalla, joka voi olla esimerkiksi kirjoittaa kirja, saada huomiota tai tulla julkisuuden henkilöksi. Sosiaalisessa mediassa tekijyyttä tuleekin tarkastella monipuolisesti, sillä tekijä on sidoksissa yhteisöönsä. Siltanen (2003, 19) täsmentää, että teknologian ajalle tyypillistä on, että viestien ja sisällön vastaanottamisen kynnyks on matala. Sosiaalisessa mediassa tämä tarkoittaa sitä, että kuka tahansa voi julkaista mitä tahansa, ja helpon vastaanottamisen kautta valheellinenkin sisältö voi mennä käyttäjille läpi. Tekijää tarkastellessa tulisi ottaa huomioon tämän kirjoittajaidentiteetti, yhteisö sekä se, miten hän viestii yhteisölle ja millainen uskottavuus hänellä on.

Näitä tekijän, identiteetin ja vilpin teemoja kartoitan seuraavassa alaluvussa, jossa esittelen Amalia Ulmanin Instagram-huijaustapauksen. Ulman onnistui puolen vuoden ajan uskottelemaan seuraajilleen *Excellences & Perfections* -sarjan julkaisujen olevan täyttä totta. Hän käytti sosiaalisen median asemaansa, identiteettiään sekä yhteisön hyväuskoisuutta hyväkseen luodakseen fiktiivisen kerronnan kokonaisuuden. Motiivina oli osoittaa, miten Instagramissa ihmiset vastaanottavat erilaisia julkaisuja eivätkä epäile niiden totuutta, vaan uskovat suhteellisen helposti muiden jakaman sisällön olevan totta (Ulman 2020). Ulman siis käytti kirjoittajan taitojaan hyödyksi ja muutti niin sanotusti tekijän rooliaan sellaiseksi, ettei se vastannut hänen todellista identiteettiään. Hän teki itsestään Instagramissa enemmänkin “fiktiivisen hahmon” sen sijaan, että esittäisi tavallisesta arjestaan kuvia seuraajilleen. Tätä Ulmanin tapausta ja hänen rooliaan tekijänä lähdän tutkimaan tarkemmin.

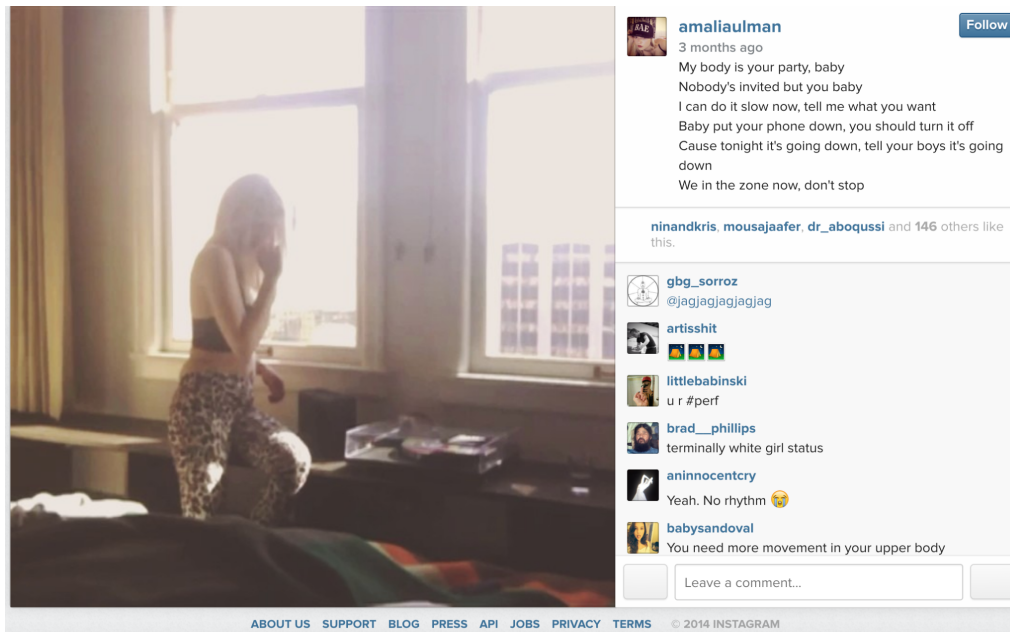
2.1.2. Tapaus Amalia Ulman

Vuonna 2014 argentiinalaistaustainen taideopiskelija Amalia Ulman teki jotain sellaista, mitä sosiaalisessa mediassa ei silloin vielä oltu nähty. Hän julkaisi yhteensä 175 Instagram-julkaisua, jotka paljastuivat myöhemmin käsikirjoitetuksi kokonaisuudeksi nimeltä *Excellences & Perfections* (Maguire 2019, 17). Vuonna 2010 perustettu Instagram oli tuolloin erilainen kuin nykypäivänä eli suora oletus oli, että käyttäjät esiintyvät alustalla omalla nimellään ja julkaisevat kuvia ja videoita todellisesta arjestaan. Ulman rikkoi tämän illuusion

luomalla taidekokeilunsa, jonka tarkoituksena oli rikkoa naisten kaavamaisia rooleja sosiaalisessa mediassa sekä kokeilla, miten herkästi muut käyttäjät uskoisivat hänen luomaansa valheeseen (Ulman 2020). Omien sanojensa mukaan Ulman (2020) halusi herättää huomiota luomalla stereotyyppiset roolit, joiden ympärille hän loi yksinkertaisen tarinan. Samalla hän halusi yhdistää taiteen ja tarinankerronnan uudenaikaisessa ympäristössä, jossa ei sen alkuaikoina vielä ollut selkeää kuvien manipulaatiota tai yleistä tietoa käyttäjien sisällön vilpillisyydestä.

Excellences & Perfections -kokonaisuuden idea syntyi, kun Ulman koki, että hän esitti jo roolia sopeutuakseen joukkoon niin tosielämässä kuin verkossa (Langmuir 2016). Hän kuvaili olevansa arka introvertti, joka ei saanut näkyvyyttä (Ulman 2020). Tämän vuoksi taiteilija halusi kokeilla käsikirjoitetun tarinan voimaa ja sitä, mitä tapahtuisi, jos hän esittäisi kunnolla jotakin roolia. Ajatuksen myötä syntyivät kolme erilaista roolihahmoa, joita Ulman esitti lähes puolen vuoden ajan Instagram-seuraajilleen. Maguiren (2019, 12) tutkivan artikkelin mukaan Ulman aloitti roolileikkinsä värjäämällä tummat hiuksensa vaaleiksi ja ottamalla kuvia muodikkaissa ja luksusmerkkejä edustavissa vaatteissa. Vaaleiden ja hempeiden kuvien lomassa hän ilmoitti yhtäkkiä eronneensa poikaystävästään, jolloin alkoi synkempi vaihe julkaisujen osalta (Maguire 2019, 13). Tuolloin Ulmanin käytös muuttui ja hän alkoi esiintyä yhä vähäpukoisemmin. Julkaisujen sävy muuttui myös kokoajan rajummaksi, sillä kuvista alkoivat hävitä värit ja Ulman esiintyi niukassa vaatetuksessa esimerkiksi aseiden kanssa ja alkoi etsiä itselleen sugar daddyä eli elättäjää seksuaalisia palveluja vastaan.

Ulmanin tekemä muutos näkyy hänen julkaisuissaan esimerkiksi siten, että hän julkaisi etäisempiä kuvia itsestään. Samalla hän alkoi kirjoittaa julkaisujen kuvateksteihin kantaottavia ja ajatuksia herättäviä kuvatekstejä, jotta seuraajat huomaisivat jotakin olevan meneillään. Ulman esimerkiksi julkaisi kuvan, jossa hän seisoo ikkunan ääressä (kuva 1). Kuva itsessään on suhteellisen neutraali, mutta kuvateksti kertoo aivan muuta. Kuvatekstissä Ulman kuvailee pidemmän runomaisen tekstin kautta sitä, miten hänen kehonsa on muiden käytössä. Hän vihjailee siinä seksiin ja siihen, että haluaa jonkun leikkivän kehollaan. Tämä julkaisu on tehty juuri ennen käsikirjoitettua romahdusta, ja kuvaa hyvin taitoskohtaa ennen huonoa käännettä.



Kuva 1. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kuva 1 osoittaa sen, että Ulman oli valmis viemään tekijän roolinsa pitkälle esittääkseen mielenterveysongelmissa ja rahapulassa olevaa nuorta naista. Hän siis laittoi oman identiteettinsä ja kirjoittajan roolinsa likoon luodakseen uskottavaa sisältöä. Ulman jopa lavasti mielenterveytensä romahduksen eli esitti itkuista ja huonosti voivaa. Juuri tätä romahdusvaihetta esittäessään Ulman vei julkaisunsa pitkälle: hän julkaisi itkuisia ja sekavan oloisia kuvia, jotka saivat hänen seuraajansa huolestumaan. Tätä vaihetta esittäessään Ulman rohkeni viedä roolinsa synkkien ja ahdistavienkin teemojen maailmaan: hän puhui seksipalveluista, pahasta olostaan sekä julkaisi itkuisia kuvia. Tämän vaiheen vuoksi hän sai seuraajiltaan runsaasti tukea esimerkiksi kannustavien viestien kautta. (Langmuir 2016.) Itkuisten ja toivottomien julkaisujen jälkeen Ulman lopetti julkaisujen tekemisen kuin seinään ja piti tauon Instagramista. Lopulta hän palasi sosiaalisen median palveluun vuolaan anteeksipyyntönä. Siinä hän pyysi anteeksi seuraajiltaan käytöstään ja kiitti heitä saamastaan tuesta. Tämän jälkeen Ulman alkoi jälleen luoda värikkäämpiä julkaisuja näyttääkseen seuraajilleen uuden vaiheensa eli uusimman kirjoittajan ja tekijän roolinsa. Julkaisuissa Ulman alkoi vannoa hyvinvoinnin ja terveyden nimeen sekä löysi poikaystävänsä, joka sai hänen elämänsä takaisin “normaaliksi”. Näiden roolien vaikutus muihin oli se, että Ulmanin kolmeen eri rooliin uskottiin ja seuraajat toivoivat tälle kaikkea hyvää (Langmuir 2016).

Ulmanin *Excellences & Perfections* -projekti päättyi syyskuussa 2014, jonka jälkeen paljastui, että kaikki huhtikuusta syyskuuhun olevat julkaisut olivat Ulmanin lavastamia ja täysin fiktiivistä kerrontaa. Tuossa vaiheessa Ulman oli saanut seuraajamääränsä nousemaan noin sadasta henkilöstä 90 000 seuraajaan (Langmuir 2016). Samalla hänen kehittämänsä tarina oli mennyt onnistuneesti seuraajien ja Instagram-yhteisön keskuudessa läpi. Monet Ulmanin seuraajat luulivat Maguiren (2019) havaintojen mukaan, että Ulman oli todellisessa elämässään selittänyt vaikean masennuksensa sekä muut mielenterveyden ongelmat. Ulmanin uskottiin todella keskittyvän hyvinvointiinsa ja tasapainoiseen arkeen, kunnes todellisuus paljastui. Taiteilija paljasti taideinstituutin paneelikeskustelussa koko mielenterveyden romahduksen ja sen jälkeisen hyvinvointivaiheen olleen täysin keksittyjä eli täyttä valhetta. Hän kertoi esittäneensä kolmea eri stereotyyppistä roolia, joiden kautta hän pystyi havainnoimaan sitä, miten helposti ihmiset uskovat Instagram-julkaisujen olevan aitoja. (Maguire 2019, 13–15.)

Ulman myönsi käyttäneensä kirjoittajan rooliaan tietoisesti väärin eli hän loi valheellista tarinaa seuraajiensa nähtäville. Samalla hän uskotteli ottamiensa roolien kautta kaiken olevan täyttä totta. Tämän huijauksen paljastuttua Ulman sai uhkailevia ja seksistisiä yksityisviestejä Instagram-seuraajiltaan. Lisäksi Langmuirin (2016) artikkelin mukaan Ulmanin yhteistyökumppanina toimiva museo käski Ulmanin lopettaa Instagram-työnsä. Taiteilijan läheiset eivät myöskään vakuuttuneet *Excellences & Perfections* -kokonaisuudesta, sillä he uskoivat vaiheiden olevan totta siitakin huolimatta, että taiteilija oli sanonut heille etukäteen lavastavansa kaiken. Palautteen mukaan Ulmanin fiktiivinen Instagram-tarina oli liian aidon oloinen ja ”julma” sosiaalisen median ympäristöön. (Langmuir 2016.) Fiktiivisellä tarinan kerronnallaan Ulman osoitti, miten sosiaalisessa mediassa voi ottaa roolin, jota esittää. Vaikka Ulman esitti itseään, hän vaihtoi tekijän identiteettinsä fiktiivisiin rooleihin: rikas suloinen luksustyttö, rahasta seksiä myyvä ahdistunut nainen ja lopulta itsensä ja hyvinvointinsa avaimet löytänyt nainen (Ulman 2020). Näiden kautta hän kertoi tarinaa ja loi itselleen identiteetin, joka perustui käsikirjoitettuun huijaukseen. Hän myös hyödynsi Instagramin kirjoittamisen keinoja eli kuvia ja tekstejä luodakseen onnistuneen huijauksen. Seuraavassa luvussa tarkastelenkin sitä, mitä kirjoittaminen on sosiaalisessa mediassa ja miten kuvia ja tekstejä voi lukea multimodaalisuuden kautta.

2.2. Kirjoittaminen sosiaalisessa mediassa

Tässä luvussa käyn tarkemmin läpi sitä, mitä kirjoittaminen tarkoittaa, ja miten se näkyy digitaalisessa ympäristössä. Svinhufvud (2016) toteaa, että kirjoittamista ei voi määritellä yhdellä sanalla, sillä se on kattokäsite monelle eri merkitykselle. Hän jakaa kirjoittamisen kolmeen eri tasoon: tekstiin, kirjoittamisprosessiin ja kirjoittamisen kulttuuriin (2016). Yksinkertaisimmillaan kirjoittaminen tarkoittaa tuotettua tekstiä. Svinhufvudin (2016) mukaan itse teksti on kirjoittamisen fyysinen olomuoto ja lopputulos, jonka funktiona on muodostaa yhden tai useamman sanan tai virkkeen kokonaisuus. Tämän määritelmän mukaan teksti on kirjoittamisen näkyvin osa ja se muodostaa kokonaisuudesta tekstilajin, joka voi tarkoittaa esimerkiksi reseptiä, päiväkirjan sivua tai sosiaalisen median päivitystä. Svinhufvudin (2016) teorian mukaan teksti siis tarkoittaa kirjaimin muodostettua kokonaisuutta. Tässä tutkielmassa käytän tätä tekstin määritelmää eli viittaan tekstillä konkreettisesti näkyvään kirjoitusasuun, sillä kirjoittaminen käsitteenä on liian laaja viittaamaan yksittäiseen sanaan tai virkkeeseen. Svinhufvudin (2016) sanoin kirjoittaminen nimittäin viittaa tämän konkreettisen kirjoitusasun lisäksi kirjoittamisen prosessiin sekä kulttuuriin. Tämä tarkoittaa, että tekstin tuottoon liittyy niin ajatusprosessi, itse kirjoittaminen, kirjoittajan omat arvot kuin yhteiskunnan normit, joiden kautta kirjoittaja tuottaa tekstiä. Svinhufvudin (2016) mukaan kirjoittaminen ei siis ole ainoastaan tekstiä, vaan se sisältää myös kirjoittajan ja tämän luoman kirjoitusprosessin.

Käytän tätä tekstiä ja kirjoittajaa yhdistävää kirjoittamisen käsitettä tässä tutkimuksessa, sillä Piipon ja Kilpiön (2022, 18) mukaan digitalisaatio on tuonut kirjoittamiseen ja sen tutkimukseen uusia ulottuvuuksia. Tämä viittaa siihen, että nykyteknologia perustuu käyttäjäystävälliseen ideologiaan, joka tarkoittaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa sitä, että käyttäjät luovat itse sisältöä eli toimivat kirjoittajina. (Piippo & Kilpiö 2022, 17.) Sosiaalinen media onkin tuonut kirjoittajan ja tekstin käsitteet lähemmäs toisiaan, sillä nykyään yhä useampi internetin ja puhelimen omaava henkilö voi kirjoittaa ja tuottaa julkista tekstiä. Tämä digitalisaation luoma mahdollisuus on tehnyt sen, että kirjoittajia on enemmän kuin aiemmin. Samalla kirjoittamisesta eli tässä kohtaa tekstin tuottamisesta on tullut vapaampaa, kun tarinan kerronnalle on muodostunut uusi ympäristö (Roine 2022, 247). Tämä tarkoittaa, että kirjoittaminen ja sen lopputuloksen julkinen jakaminen eivät enää ole ainoastaan kirjailijoiden etuoikeus, vaan sosiaalisen median ympäristö mahdollistaa sen, että kuka

tahansa voi tuottaa tekstiä ja julkaista ajatuksiaan kaikkien nähtäville. Kirjoittamisesta on tullut tällaisten mahdollisuuksien myötä useamman tekijän kohde. Roine (2022, 249) nimittäin huomauttaa, että verkossa olevan sisällön kopiointi, leikkaus ja uudelleen järjestely on vaivatonta. Koskimaan (2012, 511) tällainen dokumenttilajien yhdistely on tuonut digitaaliseen ympäristöön uusia kirjoittamisen tapoja, mikä näkyy sosiaalisessa mediassa toisten luomien tekstien jakamista sekä niiden pohjalta uuden tekemistä. Digitaalinen kirjoittaminen onkin mahdollistanut tämän jakamisen ja uudelleenkirjoittamisen tavan, jossa kirjoittaja ja tämän tuottama teksti ovat kirjoittamisen keskiössä.

Sosiaalisessa mediassa kirjoittamista ei siis voi tutkia ainoastaan tekstin näkökulmasta, sillä kirjoittajan rooli on korostunut. Sosiaalisen median palveluihin voi kuka tahansa internetin ja tietokoneen tai älypuhelimien omaava tehdä käyttäjäprofiilin ja siten luoda sisältöä. Se, mitä käyttäjän tilillä tapahtuu, on täysin tämän omalla vastuulla. Kuten Joensuu on todennut, ilman tekijää ei ole kirjoittamista (2008, 10). Tämä sama virke pätee sosiaalisen median sisältöön, sillä ilman käyttäjiä ei ole sisältöä. Käyttäjä on kirjoittaja, joka luo kuvien ja tekstin avulla sosiaalisen median tililleen sisältöä. Tämä tapa on sosiaalisen median tyypillistä kirjoittamista. Sosiaalisen median kirjoittaminen onkin yhteisöllistä: monesti asioiden uudelleenkertomista ja -kirjoittamista sekä lyhyttä kuvailevaa tekstiä. Tämän kaltainen muutos verrattuna aiempaan johtuu siitä, että verkkoympäristö luo kirjoittamiselle tietyt raamit, joiden puitteissa käyttäjä kirjoittaa. Lisäksi käyttäjän tekemistä ei valvota tarkasti, joten tällä on suhteellisen rajattomasti vapauksia kirjoittaa. Väliwerrosen (2002, 83) mukaan tyypillinen kirjoittaminen on prosessi, joka alkaa ideoinnista ja päättyy useiden muokkausvaiheiden jälkeen valmiiksi tuotokseksi. Tätä vaihetta ei sosiaalisessa mediassa ole, sillä siellä tarkoituksena on kirjoittaa ajatuksia sekä hetkellisiä kommentteja ylös, jolloin usein muokkausvaiheita ei ole.

Sosiaalisen median kirjoittaminen on siis tekstin tuottoa, joka toimii kirjoittamisprosessin ja kulttuuristen normien ja arvojen alla. Kirjoittamisen mahdollisuudet ovat laajat: sosiaalinen media mahdollistaa sen, että kuka tahansa palveluun rekisteröitynyt voi tuottaa omaa tekstiä. Usein nämä tekstit ovat julkisia, jolloin henkilö voi saada laajaa näkyvyyttä ja suosiota ilman, että on prosessoinut tekstiä pitkään esimerkiksi kustannustoimiston avulla. Sosiaalinen media antaaakin tilaa jokaiselle eri tasoiselle kirjoittajalle. Kirjoittamisen ongelmanratkaisu ja uuden luominen ovat yhä säilyneet tekstin tuoton ja prosessin ytimenä (Väliwerrosen 2022, 83), mutta kirjoittajien määrä on laajentunut Roineen (2022) mukaan ja sitä kautta teksti on

muuttanut muotoaan kohti vapaampaa suuntaa. Lisäksi kirjoittajalla on vastuu sanoistaan, sillä hän usein esiintyy omalla nimellään ja kasvoillaan sosiaalisessa mediassa. Vaikka kirjoittaminen usein on huoletonta eikä viimeisen päälle hiottua sosiaalisessa mediassa, useat kuitenkin miettivät tarkasti sitä, mitä he julkaisevat ja millaisen kuvan he luovat itsestään kirjoittamalla. Tätä digitaalisen kirjoittamisen muutosta käsittelen tarkemmin seuraavissa alaluvuissa tarkemmin.

2.2.1. Instagram-kirjoittaminen

Piippo ja Kilpiö (2022, 18) toteavat, että verkossa tekstuaaliset objektit toimivat eri tavalla kuin painetut tekstit. Tämä tarkoittaa, että esimerkiksi Instagramissa kirjoittaminen on hieman erilaisempaa verrattuna kaunokirjallisen teoksen tekstiin. Verkossa oleva teksti eroaa Niemi-Pynttärin (2008, 135) mukaan tyyppillisestä kirjoittamisesta siten, että internetissä teksti on puhetyylisempää ja ilmauksissa käytetään arkisia sanoja. Puhekielen käyttö puolestaan on muokannut sosiaalisen median palveluita suuntaan, jossa lyhyemmät ilmaisut ovat normaaleja. Instagram-julkaisun yhteydessä voi esimerkiksi olla tekstinä yksi sana tai jopa lyhenne. Monet myös käyttävät aihetunnistetta eli hashtagia, joka on julkaisua määrittävä yksittäinen sana (Kontinen 2022, 12). Instagramissa kirjoittaminen on vapaamuotoista ja pituus voi olla mitä tahansa yhdestä sanasta useampaan virkkeeseen. Tyyppillisesti käyttäjät kirjoittavat yhden sanan tai lauseen kuvaamaan tunnetilaansa tai ajatuksiaan. Lyhyen ilmaisun lisäksi vapaus näkyy siinä, että harvoin Instagram-käyttäjät päättävät virkettä pisteeseen, vaan teksti jää ikään kuin ”roikkumaan”. Tämä tarkoittaa sitä, että teksti vaikuttaa huolettomalta ja ajatuksenomaiselta, kun se ei lopu tyyppillisen kielioopin mukaiseen pisteeseen tai esimerkiksi kysymysmerkkiin. Nämä pienet seikat osoittavat, että kirjoittamisen tyyli ja muoto ovat Instagramissa erittäin vapaita, sillä tekstin ei tarvitse noudattaa sääntöjä. Tämä on Piipon ja Kilpiön (2022, 18) kuvaamaa nykyajan kirjoittamisen ja tekstin muutosta.

Kirjoittaminen ei kuitenkaan ole täysin vapaata Instagramissa. Tekstille ja kuville on rajatut paikkansa, jonne ne voi sijoittaa. Tämä rajoittaa osittain sitä, miten paljon tekstiä tai kuinka monta kuvaa käyttäjät voivat kerralla julkaista. Sisältö ei kuitenkaan ole rajattua, vaikka Instagramissa tulisi toimia hyvien käytöstapojen mukaisesti ja siellä esimerkiksi alastonkuvat

ja vaaralliset aineet ovat kiellettyjä. Käyttäjä voi kuitenkin hyödyntää Instagramin eri kenttiä luodakseen mieleistään sisältöä ja ilmaistakseen itseään sanoin ja kuvin. Käyttäjä voi esimerkiksi kirjoittaa kuvatekstiin konkreettisia sanoja tai sitten vain kirjaimia toistensa perään, jolloin muodostuu epämääräinen tekstikokonaisuus ilman sanallista merkitystä. Tämän lisäksi ajatuksia ja tunteita voi ilmaista yhdellä tai useammalla emojilla, joka tarkoittaa nykyaikaista hymiötä. Usein emoji kuvastavat joko esineitä, eläimiä, ihmisiä tai muita objekteja. Näiden avulla ei tarvitse tuottaa kirjaimin muodostettua tekstiä, vaan pelkkä yksittäinen pieni jotakin objektia esittävä kuvake voi ilmaista laajasti ajatuksia ja tunteita. Tällaisesta tekstin käytöstä sekä muutoksesta voidaan ottaa esimerkki tutkimastani aineistosta. Amalia Ulmanin aivan ensimmäinen julkaisu osoittaa hyvin, miten Instagramissa tyypillisesti kirjoitetaan.



Kuva 2. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Esimerkkikuvan 2 näkymä on siitä kohdasta, kun käyttäjä on avannut katsomansa julkaisun kokonaan auki. Tällöin kuva jää vasemmalle puolelle ja oikealle jää näkyviin tekstikenttä. Oikeaa puolta havainnoidessa voidaan nähdä, että ylimmäksi sijoittuu käyttäjän nimimerkki eli tässä tapauksessa Amalia Ulman. Tämän alla näkyy julkaisuaika, jonka jälkeen avautuu kuvatekstin oma kenttä. Kuvateksti on ainoastaan sen hallussa, joka on julkaissut kuvan. Tässä tapauksessa Ulman itse on kirjoittanut taidekokonaisuutensa *Excellences & Perfections* eli “Erinomaisuutta ja Täydellisyyttä” -nimen. Tähän kohtaan Instagramin käyttäjä voi kirjoittaa mitä haluaa määritelläkseen ajatuksiaan tai pohjustaakseen kuvan ideaa. Kuvassa 2

nähdään, että Ulman on halunnut kirjoittaa aloittamansa projektin nimen. Tämän kuvateksti-kohdan alla näkyvät tykkäysten määrät, jotka Instagramissa kerääntyvät muiden käyttäjien tekemien klikkausten myötä. Tämän kohdan alle puolestaan avautuu kommenttikenttä, johon kuka tahansa voi kommentoida lähes mitä ja miten tahansa, mikäli kommenttikenttää ei ole rajoitettu. Kuvassa 2 näkyikin, että Ulmanin seuraaja on kommentoinut julkaisua emojiin. Nämä emojiit ovat tässä julkaisussa huulipunaa ja sandaalia kuvaavat kuvakkeet, joiden voidaan tulkita esimerkiksi tarkoittavan tyyliä. Niiden tarkoitus ei kuitenkaan aukea suoraan tekstiä ja kuvaa katsoessa, sillä kuvassa ei esimerkiksi näy Ulman itse, vaan kuvassa on tekstiä. Kuvassa eli tässä tapauksessa tekstiä sisältävässä kuvajulkaisussa lukee "Part I", mikä suomeksi tarkoittaa ensimmäistä osiota.

Näiden havaintojen perusteella voidaan todeta, että Instagram-kirjoittaminen toimii omissa tekstikentissään. Käyttäjä voi kirjoittaa julkaisuunsa kuvatekstin sekä sen lisäksi liittää siihen sijainnin tai aihetunnisteita, joita esimerkkikuvassa ei ole laitettu. Lisäksi muut käyttäjät voivat kommentoida toisten käyttäjien tekemää sisältöä julkaisujen kommenttikentissä, kuten emojiit liittänyt käyttäjä osoittaa. Myös kuvissa voi olla kirjoitettua tekstiä, jotka välittävät merkityksiä, kuten kertovat lisää kuvan tapahtumista. Lisäksi Instagramissa kirjoittamista on yksityisviestien ja käyttäjän profiilikuvausten puolella, joita en tässä tutkimuksessa käsittele. Tekstin tutkimuksen keskiössä ovat kuvatekstit, kommentit sekä kuvat. Kuvien merkitys korostuu Instagramissa, sillä Kääriäisen tutkimuksen (2021, 15) mukaan sosiaalisessa mediassa kommunikointi tapahtuu enimmäkseen kuvien kautta. Kuvat vetoavat muihin käyttäjiin, jonka myötä he alkavat seurata toisia käyttäjiä, kommentoivat heidän julkaisuihinsa ja näin ovat yhteyksissä keskenään (Leppänen ym. 2015, 7). Kuvat ovat Instagramissa yhtä tärkeä kirjoittamisen tutkimuksen kohde kuin tekstikin, sillä ne kertovat tarinaa ja yleensä liittyvät kuvatekstiin.

Pähkinänkuoressa Instagramissa kaikki toiminnot pyrkivät siihen, että käyttäjät tavoittavat toisiaan ja vuorovaikuttavat keskenään. Käyttäjien luoman sisällön eli niin sanotusti Instagram-kirjoittamisen tarkoituksena on jakaa julkaisuja ja keskustella ystävien sekä muiden seuraajien kanssa, sillä sisältö on luotu toteuttamaan aktiivista ja käyttäjien välistä toimintaa (Leppänen, Møller, Nørreby, Stæhr & Kytölä 2015, 8). Samalla keskustelut luovat uutta sisältöä ja uusi sisältö luo uutta keskustelua, jolloin vuorovaikutuksen ja kirjoittamisen rinnakkainen sykli jatkuu. Instagramissa tekstin on tarkoitus kiinnittää muiden huomio ja saada nämä aktiivisiksi. Pelkkä teksti ei siis riitä, vaan kuvilla ja videoilla on suuri merkitys

sovelluksen käytössä ja toimintatavoissa. Kääriäisen (2021, 30) havaintojen mukaan Instagramin teksti on usein multimodaalista. Tämä tarkoittaa, että sisältö ei rajoitu ainoastaan Svinhufvudin (2016) määrittelemään tekstiin, vaan kuvat ja videot luovat merkityksiä ja vuorovaikutusta tekstien rinnalla. Käyttäjät siis luovat monipuolista ja multimodaalista tekstiä tehdessään omia julkaisujaan, ja vuorovaikuttaessaan muiden kanssa niille ennalta määritellyissä kentissä. Tätä näkökulmaa tarkastelen seuraavassa alaluvussa tarkemmin, sillä digitaalinen ympäristö vaatii uusia ja erilaisia menetelmiä, jotta sitä voidaan tulkita ja ymmärtää paremmin (Burgess, Bruns & Hjorth 2013, 1).

2.2.2. Multimodaalisuus

Ledinin ja Machinin (2018, 16) mukaan multimodaalisuuden käsite soveltuu parhaiten viestinnän ja tekstin tutkimukseen, sillä se lähestyy kieltä sen sosiaalisesta tulokulmasta käsin. Tässä kappaleessa käynkin tarkemmin läpi mitä multimodaalisuus on ja miten se näkyy sosiaalisen median tutkimuksessa sekä kirjoittamisessa. Tämän tulokulman vuoksi hyödynnän multimodaalisuuden käsitteen määrittelyssä uusia tutkimuksia ja artikkeleita alkuperäisen teoksen sijaan. Multimodaalisuuden käsite perustuu Gunther Kressin ja Theo van Leeuwenin 1980-luvulla alkaneeseen sosiosemiotiikan tutkimukseen (Mikkonen 2012, 296). Kyseinen tutkimussuunta tutkii kieltä sen sosiaalisesta ja viestinnällisestä näkökulmasta käsin, jolloin kieli nähdään merkityksiä tuottavana elementtinä eikä niinkään kieliopillisena konstruktiona (Ledin & Machin 2018, 16). Teorian mukaan multimodaalinen kommunikaatio ei rajoitu ainoastaan tekstiin vaan kohteena voi olla mikä tahansa visuaalinen elementti. Yleensä tarkastelun kohteena ovatkin sellaiset dokumentit ja elementit, jotka välittävät tietoa eri aistikanaville. (Piippo & Kilpiö 2022, 18.) Näitä multimodaalisia kohteita ovat Ledinin ja Machinin (2018, 16) mukaan esimerkiksi valokuvat, tilat, äänet ja tekstit, joita tarkastellaan sisällön viestinnällisten keinojen kautta. Esimerkiksi aisteja herättävän dokumentin, kuten videon, tarkoitus on kiinnittää katsojan huomio multimodaalisuuden avulla. Videossa esimerkiksi katsoja kiinnittää huomiota ääniin, liikkuvaan kuvaan, liikkeeseen, väreihin sekä mahdollisesti vielä teksteihin. Juuri nämä elementit ovat viestinnän keinoja, jotka välittävät merkityksiä katsojalle, mutta luovat samalla lajinsa sisällön.

Ledinin ja Machinin (2018, 1) havaintojen mukaan teknologian kehitys on tehnyt multimodaalisuudesta yleisemmän tekstin ja viestinnän keinon. Heidän mukaansa kuvasta on tullut hallitseva elementti, joka välittää sen katsojille merkityksiä (2018, 1). Tämä tarkoittaa, että yhä useampi tekstimuodossa oleva dokumentti on muuttunut visuaalisemmaksi ja ilmenee nykyisin kuvamuodossa. Instagram on tällaisesta kehityksestä erinomainen esimerkki, sillä siellä käyttäjän julkaisemat kuvat ja videot ovat pääroolissa sisällöntuoton ja tiedonvälityksen osalta. Instagram-ympäristössä teksti on ikään kuin kuvan sivutuote, joka määrittää kuvaa, mutta ei hallitse sitä. Nørgaardin (2019, 14) mukaan tällainen muutos on tehnyt sen, että dokumentti kiinnostaa katsojaa kauemmin, ja monipuolisempi esitystapa välittää enemmän aisteilla havaittavia sisällöllisiä viestejä tälle. Tällöin esimerkiksi kuvan yksityiskohdat, kuten värit, taustat, valotus sekä syvyys saavat merkityksiä (Nørgaard 2019, 14). Nämä merkitykset luovat katsojalle kokonaiskuvan siitä, mitä kuvalla halutaan sanoa.

Multimodaalisuuden viestinnälliset keinot voidaan jakaa kahteen tasoon, joita ovat ylätaso eli aistittavat elementit (muun muassa ääni, kuva ja liike) ja alataso eli moodit. Moodi tarkoittaa Batemanin, Wildfeuerin ja Hiippalan (2017, 8) mukaan niitä dokumentin elementtejä, jotka luovat merkityksiä. Nämä merkityksiä jakavat moodit jakautuvat kahteen kategoriaan: ylä- ja alamoodeihin (Mikkonen 2012, 298). Ylämoodeihin kuuluvat visuaaliset viestinnän keinot, kuten kuva, kieli, ääni, liike, kosketus ja tuoksu. Näitä voidaan kutsua myös aisteilla havaittaviksi moodeiksi, sillä ylätasoon moodit ovat ne, joihin katsoja kiinnittää ensimmäisenä huomiota esimerkiksi kuulo- tai näköaistinsa avulla. (Mikkonen 2012, 298.) Alamoodit ovat ylätasoon elementtien sisällä olevat merkityksiä luovat keinot, kuten värit, rajaus, valotus tai liikkeen suunta (Mikkonen 2012, 300). Alamoodien tarkoitus on vahvistaa visuaalisen dokumentin ilmettä sekä muokata sisällön rakennetta. Nørgaard (2019, 36) toteaa, että dokumentin sisältö luo sen kontekstin, johon multimodaalisia elementtejä eli moodeja liitetään. Tällä Nørgaard viittaa siihen, että moodit valitaan sisältöön sopiviksi. Multimodaalisten elementtien funktiona on saada katsoja pysähtymään monipuolisen ja visuaalisen dokumentin, kuten kuvan tai videon äärelle. Tällöin valinnoilla, kuten väreillä, rajauksella, äänellä ja liikkeellä on todella merkitystä, jotta multimodaalinen teksti ja sen sisältö tavoittavat katsojan ja välittävät tälle sisällön merkitykset.

Kääriäinen (2021, 30) luokittelee maisterintutkielmassaan Instagramin olevan multimodaalinen alusta, jossa julkaisut välittävät muille käyttäjille merkityksiä. Näitä merkityksiä voivat olla esimerkiksi se, onko julkaisu mainos tai mitä se kertoo käyttäjästä.

Merkitykset ovat siis ne asiat, mitä kuvasta välittyy ja millaisia ajatuksia ja tunteita se heijastaa. Instagramissa julkaisujen tarkoituksena onkin kiinnittää muiden käyttäjien huomio ja sitä kautta saada nämä kommentoimaan kuva- tai videokokonaisuutta. Kääriäisen (2021, 31) havaintojen mukaan sosiaalisessa mediassa multimodaalisuus jakautuu seuraavalla tavalla: Konkreettinen teksti kertoo julkaisun sisällöstä, mutta julkaisu eli kuva tai video on visuaalinen ja eri moodeja yhdistelevä kokonaisuus. Tällöin päähuomio on esimerkiksi kuvassa, jossa esiintyy joku henkilö tämän valitsemassa ympäristössä sekä värimaailmassa. Kuva voi välittää omanlaistaan tarinaa ja kertoa henkilöstä asioita, kuten harrastuspaikan, millainen tämän luonne on tai minkä näköinen hän on. Kuvateksti puolestaan ikään kuin kirjaa ajatuksia kuvasta, jolloin ne viittaavat toisiinsa ja ne voidaan näin lukea multimodaaliseksi julkaisukokonaisuudeksi. Bateman, Wildfeuer ja Hiippala (2017, 18) toteavat, että nykyään tämänkaltaiset julkaisut ovat suosittuja. Heidän mukaansa suosituimmat multimodaaliset moodit ovat ääni ja visuaalinen kuva, joka tarkoittaa kuvia ja videoita (2017, 18). Näitä moodeja havainnoin tarkemmin analyysiosiossa, mutta sitä ennen käsittelen kirjallisia huijauksia eli sitä, miten teksti ja tekijän valinnat voivat luoda valheellisen kokonaisuuden. Pohjustan huijaus-teemaa ensin yleistasolla, jonka jälkeen tarkastelen identiteettihuijauksen piirteitä multimodaalisessa Instagram ympäristössä kirjoittamisen osalta.

2.3. Instagram-huijaukset

Nyqvist ja Oja määrittelevät *Kirjalliset väärennökset. Huijauksia, plagiaatteja ja luovia lainauksia* (2018) teoksessaan yleisimpiä kirjallisen huijauksen muotoja. Kirjalliset huijaukset tarkoittavat huijauksia, jotka tehdään yleensä taiteen piirissä joko kirjoittamalla tai muilla luovilla keinoilla. Näitä huijauksia ovat Nyqvistin ja Ojan mukaan väärennökset, plagiointi sekä identiteettihuijaus (2018, 8–16). Otan tässä luvussa lähempään tarkasteluun plagioinnin ja identiteettihuijauksen käsitteet, sillä niitä voi soveltaa parhaiten Amalia Ulmanin tapaukseen. Plagiointia tarkastelen lyhyemmin, sillä sen keinot eivät suoraan rinnastu Ulmanin tekemään Instagram-huijaukseen. Käsitteen kriteerit ja määritelmät sopivat kuitenkin huijauksen käsittelyyn. Identiteettihuijausta puolestaan kartoitan enemmän, sillä Ulman esitti itsensä fiktiivisen tarinan, joka ei perustunut todellisuuteen. Näin ollen hänen esiintymistään, roolejaan ja toimintaansa voidaan tutkia identiteettihuijauksen ja ylipäänsä

kirjallisen huijauksen näkökulmasta. Tarkoitus huijauksen laadun kartoittamisessa on se, että voidaan nähdä, miten Ulman hyödynsi Instagramia ja tekemiään julkaisuja onnistuneen huijauksen luomiseksi.

Nyqvistin ja Ojan (2018, 67) mukaan yleensä kirjallisen huijauksen taustalla on motiivi: tekijä pyrkii tekonsa avulla ansaitsemaan mainetta, rahaa, arvostusta tai muita etuja. Näiden tavoittelu etenkin sosiaalisessa mediassa voi johtaa siihen, että käyttäjä sortuu johonkin vilpin muotoon. Julkaisemiseen ja jakamiseen perustuva Instagram on vilpin teon osalta suhteellisen helppo kohde, sillä muiden kuvia ja tekstejä voi helposti jakaa omalla tilillään laillisesti tai laittomasti. Jakotoiminnon myötä Instagramissa pystyy plagioimaan vaivattomasti. Plagiointi tarkoittaa, että huijauksen tekijä kopioi toisen henkilön työn ja julkaisee sen omalla nimellään tai hän julkaisee katkelmia esimerkiksi kaunokirjallisesta teoksesta ilmoittamatta niiden alkuperää (Nyqvist & Oja 2018, 14). Plagiointi on käytännössä toisen tekemän työn varastamista ja pyrkimystä hyötyä siitä mahdollisimman paljon. Instagramissa plagiointi voi olla sitä, että käyttäjä julkaisee omalla tilillään kuvan, jonka hän on ottanut toisen käyttäjän profiilista ja väittää sitä omakseen. Toinen muoto voi olla se, että käyttäjä jakaa toisen henkilön tekemän julkaisun eikä mainitse tekijää. Tällöin käyttäjä väittää toisen tekemää omakseen ja saa siitä mahdollista hyötyä, kuten seuraajia, suosiota tai jopa rahaa. Nyqvistin ja Ojan mukaan tällainen toiminta on laittomuuden lisäksi moraalitonta: toisen työn omiin nimiin ottaminen on väärin alkuperäistä tekijää ja tämän yleisöä kohtaan (2018, 15). Heidän mukaansa paheksuttavaa toisen työn nimiinsä ottamisessa on se, että kopioija saa alkuperäiselle tekijälle kuuluvat krediitit eli ”kunnian” ilman, että on todellisuudessa itse yrittänyt tehdä mitään (Nyqvist & Oja 2018, 15).

Nyqvist ja Oja (2018, 16) määrittelevät identiteettihuijauksen seuraavalla tavalla: kirjailijana esiintyy joku muu kuin tekstin tekijä tai tekijä väittää olevansa joku toinen kuin oikeasti on. Tällöin huijaava osapuoli siis ottaa itselleen identiteetin, joka ei oikeasti kuulu hänelle tai ole hän. Kuten Huusko (2015, 15) on aiemmin todennut, Instagramissa tämän kaltainen toiminta on mahdollista, sillä sovellusta ei valvota tehokkaasti, joten käyttäjät voivat rajattomasti luoda profiileja ja sisältöä. Identiteettihuijauksen mahdollisuus on siis korkea Instagramissa, sillä käyttäjät voivat vapaan toiminnan myötä valita itselleen keksityn käyttäjänimen ja myös julkaista valheellista sisältöä. Karipiksen (2009, 58) mukaan tämänkaltainen toiminta on mahdollista, sillä sosiaalisessa mediassa muut käyttäjät eivät välttämättä tiedä yksittäisen henkilön todellista identiteettiä. Juuri tämä anonyymiyden mahdollisuus voi altistaa vilpille.

Toinen syy identiteettihuijauksen tekoon Instagramissa voi olla se, että yksittäinen käyttäjä haluaa esittää itsensä paremmassa valossa kuin hän todellisuudessa on. Tämä usein johtuu siitä, että henkilö on epävarma itsestään ja haluaa sopeutua joukkoon online-maailmassa näyttämällä itsestään parhaimmat puolet (Karipis 2009, 58.) Sopeutuakseen joukkoon eli saadakseen esimerkiksi Instagramissa kavereita eli seuraajia ja tykkäyksiä käyttäjä voi siis näyttää itsestään valitsemiaan osia tai jopa esittää olevansa jotain muuta. Näillä keinoilla hän voi hyötyä muokkaamastaan identiteetistä.

Nyqvistin ja Ojan (2018) määritelmien mukaan identiteettihuijauksiksi voidaan siis laskea tapaukset, joissa käyttäjä esittää jotain muuta kuin hän todellisuudessa on. Ongelmallista tällaisten huijausten osalta on se, että sosiaalisessa mediassa huijauksia on vaikeaa tunnistaa (Huusko 2015, 23). Tämä johtuu siitä, että käyttäjä voi esittää erittäin uskottavasti jotain muuta kuin hän todellisuudessa on, kuten Ulman teki. Jos ei tunne henkilökohtaisesti toista käyttäjää, voi olla todella vaikea määritellä esiintykö hän itsenään ja onko hänen sisältönsä todellisuutta kuvaavaa. Sosiaalisen median suhteet perustuvatkin Huuskon (2015) mukaan luottamukseen siitä, että kaikki jakavat todellista sisältöä ja ovat oikeita henkilöitä. Aitoutta voi hänen mukaansa arvioida toisen käyttäjän seuraajien ja seurattavien lukumäärästä, yhteisistä kavereista, profiilin sisällön määrästä ja laadusta sekä nimestä (Huusko 2015, 24). Mikäli näissä on jotakin erikoista, toinen käyttäjä voi epäillä vilppiä. Kontinen (2022, 39) lisää, että käyttäjän aitoutta voidaan tarkastella myös julkaistun sisällön avulla: olemassa oleva ja todellinen henkilö lisää monipuolista ja laadukasta sisältöä elämästään ja itsestään. Tällöin hän luo itsestään tietynlaista kuvaa ja välittää muille olevansa luotettava julkaisija. Huusko ei kuitenkaan pidä näitä kriteerejä varmoina, sillä hänen tutkimuksensa mukaan taitava ja ulkonäöllisesti miellyttävän näköinen kirjoittaja voi vedota helposti muihin käyttäjiin (2015, 24). Tällöin hän saa osakseen luottamusta, vaikka hän ei sitä ansaitsisi.

Näiden kriteerien perusteella Ulmanin tapaus voidaan tarkastella identiteettihuijauksena. Ulmanin tapaus on siinä mielessä erikoinen, sillä hän loi jo olemassa olevalle Instagram-tililleen kokonaisuuden, jossa alkoi esittää itseään kolmen eri roolin kautta. Selkeää muutosta aiempiin julkaisuihin ei tullut, vaan hän alkoi pikkuhiljaa muokata tyyliään ja julkaisujaan suunniteltuihin rooleihinsa sopiviksi. Ulman siis rakensi ikään kuin itsensä päälle roolit, jolloin hän esiintyi nimellään ja kasvoillaan, mutta lisäsi julkaisuihin piirteitä ja konkreettisia asioita ja esineitä, jotka eivät kuuluneet hänen todellisuuteensa. Huuskon ja Kontisen luettelemat luottamuksen merkit, kuten todenmukainen sisältö ja profiili toteutuivat

Ulmanin kohdalla: hän oli jo saanut seuraajia ja luotettavan käyttäjän leiman julkaisemalla tavallisia kuvia itsestään ennen *Excellences & Perfections* -kokonaisuutta. Tällä jo olemassa olevalla Instagram-tilillä ja sen julkaisuilla Ulman ikään kuin takasi sen, että hänen julkaisujaan ei alkuun epäilty, sillä hän oli jo luonut itsestään kuvan taideopiskelijana. Tälle vakaalle pohjalle hän rakensi kehittämänsä tarinan, jossa päähenkilö eli “stereotyyppinen” hän käy läpi erilaisia elämänvaiheita. Tätä kehitettyä tarinaa eli huijausta tarkastelen seuraavaksi autofiktion näkökulmasta, sillä Ulman hyödynsi omaa taustaansa eri rooleissaan ja ikään kuin loi itsestään erilaisen minuuden.

2.3.1. Autofiktio

Ulmanin tapaus on siinä mielessä kiinnostava, sillä sitä ei voi suoraan lajitella minkään lajityypin alle. Ulmanin Instagram-huijausta voi tarkastella identiteettihuijauksena, mutta sitä voisi tarkastella myös fiktion, taiteellisen kokonaisuuden tai Instagram-taiteen kautta. Selkeyden vuoksi haluan tässä kappaleessa käydä läpi Ulmanin huijausta fiktiivisen kerronnan kautta. Nyqvistin ja Ojan (2018) määritelmät identiteettihuijauksesta pätevät Ulmanin tapaukseen ja sitä voi tarkastella sitä kautta, mutta Ulmanin huijaus muistuttaa myös kirjallisuuden fiktion lajia autofiktiota. Koiviston (2005, 177) mukaan autofiktiolle tyypillistä on, että tekstin sisällä esiintyy kirjoittajan niminen päähenkilö. Lisäksi faktan ja fiktion välimaastoon sijoittuvassa autofiktiossa tapahtumat voivat sijoittua todelliseen maailmaan ja sen tunnistettaviin paikkoihin. Laji siis leikittelee todellisuuden ja epätoden välillä, jolloin lukijan vastuulle jää tulkinta. Tätä samaa voidaan havainnoida Ulmanin Instagram-huijauksessa, sillä hän esiintyi omilla kasvoillaan ja nimellään sekä sijoitti käsikirjoitetun kokonaisuutensa tapahtumat todelliseen maailmaan. Ulmanin tarinan sisältö itsessään oli keksittyä, jolloin todellisten raamien sisälle asetettiin niin sanottu fiktiivinen tarina.

Gronemannin (2019, 241) mukaan autofiktion keskeisin määritelmä on, että sekä kirjoittaja ja fiktiivisen tarinan päähenkilö jakavat saman nimen. Tämä itsessään ei tee fiktiivisestä hahmosta kirjoittajaa kuvaavaa, mutta yleensä kirjoittaja ikään kuin lainaa omia piirteitään teoksensa päähenkilölle. Gronemannin (2019, 243) sanoin autofiktio leikittelee yleensä kielen ja tarkastelun kohteensa avulla. Tämä tarkoittaa, että usein autofiktiivisissä tarinoissa käytetty

kieli ja kielikuvat ovat liioiteltuja ja päähenkilölle tapahtuu erikoisia ja todellisuudesta poikkeavia asioita. Autofiktio kirjoittaja voi siis leikitellä tekstin kanssa, mutta hän voi myös niin sanotusti leikitellä omalla identiteetillään. Autofiktio mahdollistaa sen, että kirjoittaja voi katsoa itseään ulkopuolelta ja lisätä itselleen erilaisia piirteitä ja taitoja, joita hän ei todellisuudessa omaa. (Koivisto 2005.) Tämän kaltainen kirjoittamisen tapa ja tyyli on Gronemannin (2019, 244) mukaan lisääntynyt digitaalisen median kehityksen myötä, sillä teknologia ja sen uudet alustat ovat mahdollistaneet uudenlaisen itsensä esittelyn. Tämä tarkoittaa muun muassa sosiaalisen median tapoja esittää itsensä selfieiden tai filteröityjen kuvien kautta. (Gronemann 2019.) Tällaista kertomisen tapaa Ulman myös hyödynsi ”täydellisyyttä” kuvaavassa Instagram-taidekokonaisuudessaan. Hän nimittäin käytti omaa todellista identiteettiään kolmen erilaisen roolin pohjana, joita muokkasi mielensä mukaisesti. Hän siis esiintyi itsenään, mutta liitti päälle fiktiivisiä eli tässä tapauksessa epätodellisia asioita, jotka eivät todellisuudessa vastanneet hänen identiteettiään tai elämäänsä.

Miten Ulmanin tapauksen voi sitten luokitella autofiktioksi eli fiktiiviseksi kerronnaksi, joka leikittelee todella ja epätodella? Cohnin (2006) mukaan fiktio on tapauskohtaisesti määriteltävä asia, jota voi tarkastella muun muassa kerronnasta, tekijän puhetyylistä sekä persoonamuotojen käytöstä. Cohn (2006, 29) toteaa, että fiktion voi parhaiten tunnistaa siitä, että se voi esittää kokonaisen elämän tai tapahtumien ketjun lyhyessä ajassa. Lisäksi kerronnassa voidaan kuvailla tilanteita, joita ei tosielämässä voisi tapahtua. Fiktio voikin kuvailla henkilöä kolmannessa persoonassa eli ikään kuin ulkopuolelta ja kuvailla tämän ajatuksia, mihin fakta ei aina Cohnin sanoin pysty (2006, 32). Näiden havaintojen mukaan fiktion voi tunnistaa sen ottamasta näkökulmasta tai puhetavasta. Niemi-Pynttari (2008, 143) vahvistaa, että fiktiossa yleensä käytetään imperfektiä, jotta tarinaan saadaan ajallisia kerroksia. Preesens eli nykyaikaan viittavaa muoto on tämän mukaan enemmänkin todellisuuden kuvauskeino, jolla kuvataan tyypillisesti juuri nyt tapahtuvaa. Tämä harvoin antaa tilaa muulle kuvailulle. Fiktio pyrkii laajaan ja kattavaan kuvailuun, joka tarkastelee henkilöä tai henkilöitä monipuolisesti. Kirjoittaja voi ottaa kaikkietävän kertojan-näkökulman, jolloin hän esittää tietävänsä, mitä päähenkilö ajattelee. Tällainen laaja-alainen tietämys ja kertojan tapa kuvailla ovat Cohnin (2006) mukaan juuri fiktiota parhaimmillaan, mutta aina sitä ei ole helppoa tunnistaa.

Etenkin sosiaalisessa mediassa näitä fiktion elementtejä voi olla toisinaan vaikea tunnistaa, sillä käyttäjät voivat kirjoittaa sekä preesens- että imperfektimuodoissa. Mainitut faktan ja

fiktion yleisimmät erotuskeinot eivät siis päde suoraan online-ympäristössä, sillä siellä käyttäjät luovat omaa todellisuuttaan. Nyqvist ja Oja (2018, 14) muistuttavat kuitenkin siitä, että fiktiivinen eli keksittyä kerrontaa sisältävä teksti voi erottua faktasta sen epäjohdonmukaisuudellaan. Yksittäinen julkaisu tai käyttäjän profiili ei mene genrellisesti läpi, jos se ei ole tehty tarpeeksi uskottavasti tai muita mukaillen. Tämä tarkoittaa, että sosiaalisessa mediassa fiktiota tekevän tulee olla tarkka siitä, miten hän luo tekstiä. Tekijän tuleekin saada muut uskomaan kertomaansa tarinaan ja olla halukas kertomaan sitä (Siltanen 2003, 18). Fiktion määrittely perustuu sosiaalisessa mediassa käyttäjän uskottavuuteen eli siihen, miten hän esiintyy ja puhuu. Ulmanin tapauksessa fiktion piiriin voidaan laskea hänen tekemänsä huijaus sekä autofiktiivinen identiteetillä leikittely, jossa hän esiintyy itsenään, mutta ei kuitenkaan täysin. Seuraavassa alaluvussa pureudun vielä tarkemmin siihen, miten Instagramissa voi muokata identiteettiään eli havainnoin, miten Ulmanin oli mahdollista tuottaa autofiktiivisiä keinoja käyttävä valheellinen kokonaisuus itsestään.

2.3.2. Instagram-identiteetti

Sosiaalisen median tarkoitus on, että käyttäjät luovat keskinäisiä suhteita yksityisviestien ja kommenttien kautta. Samalla käyttäjät ilmaisevat identiteettiään ja olemustaan luomalla ja jakamalla omaa sisältöä, joka voi olla kuvia, videoita ja tekstiä. (Bateman, Wildfeuer & Hiippala 2017, 356.) Instagramissa käyttäjä ilmentää identiteettiään sisällöllä, jota hän on itse kuvannut ja tuottanut. Muiden näkemä käyttäjä on itse luonut sen vaikutelman, mikä hänestä tulee valikoimalla elämästään ja itsestään ne osat, jotka hän haluaa muille näyttää. Tämä tarkoittaa sitä, että sosiaalisen median käyttäjällä on suhteellisen paljon valtaa siihen, mitä hän edustaa ja on. Käyttäjän sosiaalisen median identiteetti voi siis olla aito tai hän voi perustaa sen valheellisille elementeille esimerkiksi tehdäkseen itsestään suositumman tai häivyttämällä itsestään epämieluisia piirteitä. Sosiaalisessa mediassa kuitenkin pätevät säännöt, joiden mukaan käyttäjien oletetaan toimivan. Näihin sääntöihin yleensä kuuluvat hyvä käytöstavat, kohteliaisuus muita kohtaan sekä vilpin ja väärän tiedon levittämisen välttäminen. (Page 2012, 25.) Useat sosiaalisen median käyttäjät pyrkivät toimimaan näiden sääntöjen mukaan. Heikon valvonnan sekä rajattoman käyttäjätilien luomisen mahdollisuuden vuoksi jotkut voivat kuitenkin sortua siihen, että he esittävät osittain tai

täysin jotain muuta henkilöä kuin todellisuudessa ovat. Tätä ilmiötä tutkin tarkemmin tässä alaluvussa.

Karipis (2009) toteaa tutkimuksessaan, että online-ympäristössä todellisuus ja fiktio sekoittuvat helposti toisiinsa niin, että niiden rajaa ja eroja voi olla vaikea tunnistaa. Tämä johtuu hänen mielestään siitä, että keskinäinen vuorovaikutus ja sisällön luominen tekevät illuusion siitä, että sosiaalinen media on yksi todellisuuden ympäristöistä. (Karipis 2009,7.) Yksittäinen käyttäjä voi Huuskon (2015) mukaan muokata profiiliaan niin paljon kuin hän haluaa eli käyttäjän ei tarvitse pysyä todellisuuden rajoissa. Hän voi siis joko luoda itselleen uuden identiteetin Instagramiin tai esiintyä itsenään. Koska online-maailmassa ei ole todellisuuden asettamia rajoja, käyttäjät voivat vapaammin toimia ja kertoa itsestään sen verran kuin he kokevat sopivaksi. Käyttäjä voi myös halutessaan piiloutua nimimerkin tai keksityn identiteetin taakse. (Page 2012, 24.) Yksilö voikin ottaa itselleen online-roolin, jota hän esittää muille, vaikka se ei vastaisi tämän todellista identiteettiä (Karipis 2009, 31). Syynä voi olla se, että hän haluaa sopeutua paremmin sosiaalisen median yhteisöön tai olla väliaikaisesti joku muu kuin todellisessa elämässä on. Tällainen sosiaalisen median identiteetin valinta on mahdollista Karipiksen (2009, 28) mukaan siksi, että verkossa ei voi varmistaa käyttäjän todellista identiteettiä. Täysin irrallaan käyttäjä ei voi olla oikeasta identiteetistään ja todellisuudesta, sillä Svinhufvudin (2016) mukaan identiteetti on sidoksissa omaan yhteisöön ja kulttuuriin, joiden mukaan kirjoittaja toimii. Nämä seikat vaikuttavat käyttäjän toimintaan, mutta hän voi toimia esimerkiksi keksityn nimen avulla, jolloin häntä ei voi niin helposti tunnistaa. Tällöin Instagramissa luotu identiteetti voi yhdistää samalla sekä totuutta että keksittyä todellisuutta.

Kääriäisen (2021, 16) havaintojen mukaan etenkin nuoret muodostavat identiteettinsä sosiaalisen median käytöllä. Valikoitujen ja muokattujen hetkien avulla nuoret Instagramin käyttäjät luovat muille tietynlaisen kuvan itsestään ja arjestaan. Tällöin he voivat karsia mielestään epämieluisia kohdat itsestään pois ja korostaa parhaita puoliaan. (Kääriäinen 2021.) Tällöin sosiaalisen median identiteetti voi vastata enemmänkin ihanneminää kuin todellista identiteettiä. Käyttäjä voi siis luoda itselleen mieleisen identiteetin ja kirjoittaa siitä käsin sellaista tarinaa sosiaalisessa mediassa kuin hän haluaa. Ulmanin tekemä fiktiivinen tarina vahvistaa teoriaa, että Instagram-identiteetti on suurelta osin käyttäjän muokattavissa. Käyttäjä voi esittää itsestään sellaista kuvaa kuin haluaa ja olla ikään kuin todellinen henkilö kaiken suunnitelmallisuuden avulla. Ulman esimerkiksi esitti erilaisia rooleja eli hän leikitteli

identiteetillään huomattavan paljon, ja muokkasi sitä aina käytössä olevaan rooliin sopivaksi. Ulmanin identiteettimuutokset Instagramissa esimerkiksi näkyivät hiusten värjäämisestä, vaatetyyliä muutoksista sekä hänen tavoistaan kirjoittaa. Suuria muutoksia Ulman ei siis tehnyt, vaan hän muokkasi ulkonäköään sekä kirjoitustapojaan omaksumansa roolin mukaiseksi. Tämän voidaan katsoa olevan identiteetin muokkausta ja valheellisen minän esittämistä sosiaalisen median ympäristössä, sillä Ulman esiintyi roolin kautta.

Tällainen sosiaalisen median muokattu identiteetti voi perustua siihen, että käyttäjä haluaa runsaasti seuraajia sekä mahdollisesti tuloja Instagramista, jolloin hän luo visuaalista kuvaa itsestään. Ulmanin tapauksessa hän on itse jälkeenpäin myöntänyt luoneensa itselleen fiktiivisen identiteetin ja sitä kautta elämäntapahtumia, joita ei todellisuudessa tapahtunut (Ulman 2020). Hän kehitti itselleen erilaiset roolit eli ikään kuin fiktiiviset identiteetit, joiden kautta hän kirjoitti. Toisin sanoen Ulman manipuloi omaa todellisuuttaan ja loi seuraajiensa nähtäville valheellista kerrontaa, joka oli kaukana todellisuudesta. Tämä osoittaa, että Instagramissa voi luoda itselleen mieleisen identiteetin ja esiintyä itselleen edullisessa valossa. Tällainen toiminta voidaan laskea vilpiksi, jossa tarkoituksena on harhauttaa muita sosiaalisen median käyttäjiä. Tätä identiteetin eli tässä tutkimuksessa roolien vaihtelua tutkin seuraavaksi tulevassa analyysiosiossa. Tarkastelen Ulmanin luomaa valheellista kokonaisuutta kolmen eri roolin kautta ja pyrin osoittamaan niistä multimodaalisen kirjoittamisen tavat, jokaisen roolin piirteet huijauksen kautta sekä sen, millaista kritiikkiä Ulmanin niin sanotut identiteettien muutokset ovat saaneet.

3. ANALYYSI

3.1. Analyysin metodit

Teknologian kehityksen myötä mediaympäristö on muuttunut niin, että sen tutkimukseen tarvitaan uusia metodeja. Kirjoittamisesta on tullut sosiaalisempaa, joten perinteisen kirjallisuuden ja kirjoittamisen tutkimuksen lisäksi tarvitaan vuorovaikutuksen ja eri medioiden käsitteitä. Nykyinen mediaympäristöjen ja kirjoittamisen tutkimus yhdistelee jo olemassa olevia metodeja eri tutkimusaloilta, jotta sen monipuolisuutta voidaan ymmärtää. (Burgess ym. 2013, 1.) Tämän vuoksi yhdistelen tutkimuksessani kielitieteiden ja kirjallisuuden tutkimuksen käsitteitä, jotta sosiaalisen median ympäristöä voi tutkia tarkemmin. Tutkimusmetodini ovat lähiluku ja kuva-analyysi, joiden avulla voin tutkia tarkasti Amalia Ulmanin Instagram-julkaisuja. Apuna käytän multimodaalisuuden käsitettä, joka on Burgessin, Brunsin ja Hjorthin (2013, 3) mukaan yksi käytetyimmistä termeistä digitaalisen median tutkimuksessa. Multimodaalisuutta yhdistelen metodeihin, sillä multimodaalinen lähiluku sekä kuva-analyysi mahdollistavat kuvaa ja tekstejä yhdistävien Instagram-julkaisujen tarkemman tutkimuksen. Tällä tavoin pystyn ottamaan visuaalisen kertomuksen keinot huomioon tekstien lisäksi.

Tutkimusaineistoni koostuu argentiinalaistaiteilija Amalia Ulmanin Instagram-julkaisuista, jotka muodostavat *Excellences & Perfections* -kokonaisuuden. Ulmanin (2020) mukaan hän lavasti puolen vuoden ajan kaikki Instagram-tilinsä julkaisut, sillä halusi osoittaa kyseisen sosiaalisen median alustan olevan täynnä valheellista viestintää julkaisujen muodossa. Ulmanin kaikki 175 julkaisua löytyvät New Exhibitions Museumin virallisilta verkkosivuilta, josta valikoin tutkimukseeni sopivimmat Ulmanin luomat julkaisut. Valikoin vapaasta aineistosta ne, joissa oli eniten kuvatekstiä, sillä analysoin pääasiassa tekstiä ja niiden yhteyttä julkaisujen kuviin. Rajasin myös aineiston kuvat alle 20 kuvaan, jotta voin perehtyä jokaiseen kuvaa ja tekstiä sisältävään Ulmanin julkaisuun tarkemmin. Koen, että tämä rajaus oli tarpeellinen, sillä muuten tutkimuksesta olisi tullut paljon laajempi. Tällä aineiston määrällä tutkimus pysyy mittasuhteissaan ja aineisto voi vastata tutkimuskysymyksiin. Pystyn myös tutkimaan tarkemmin aineistosta multimodaalista kirjoittamista,

identiteettihuijausta ja fiktion rakentumista, kun jokaiselle julkaisulle on enemmän tilaa analysoinnin kannalta.

Yksittäistapauksen tutkiminen on sopivin tapa tutkimukseni kannalta, sillä muutenkin jo laaja aihe pysyy näin paremmin hallussa ja tutkimuksen kohde selkeänä. Pysin aineistosta osoittamaan, millaista on digitalisaation myötä syntynyt kirjoittaminen. Ledinin ja Machinin (2018, 30) mukaan tämä “uuden ajan kirjoittaminen” tarkoittaa multimodaalisempaa kirjoittamisen tapaa, joka on visuaalista sekä sisällöllisesti katsojaan vetoavaa. Kaksikon sanoin sosiaalisen median tutkimuksessa ei enää riitä pelkkä tekstin tulkinta, vaan visuaalisuuden myötä siihen on tullut uusia ulottuvuuksia, kuten kuvat, taulukot ja graafiset elementit (Ledin & Machin 2018, 30). Nämä visuaaliset ulkoasuun vaikuttavat tekijät myös muokkaavat sitä, millainen dokumentin teksti on, joten nykyisessä kirjoittamisen tutkimuksessa multimodaalisuuden käsite on merkittävässä roolissa. Vaikka käsite on hyvin juurtunut kielitieteiden pariin, aion soveltaa sitä perustellusti tässä tutkimuksessa menemättä kuitenkaan liikaa lingvistiikan puolelle. Tämän vuoksi rajasin teoriaosuudessa käsitteistön tekijän, multimodaalisuuden ja kirjallisen huijauksen ympärille, jotta tutkimus pysyy kirjoittamisen teemoissa.

Aineiston tarkka rajaus takaa sen, että tapaustutkimuksen kriteerit täyttyvät. Korhosen (2009, 66) mukaan tapaustutkimus tyypillisesti käsittelee ajankohtaista ja mielenkiintoista ilmiötä. Tapaustutkimus pyrkii antamaan kokonaisvaltaisen kuvan käsitellystä aiheesta, minkä vuoksi Ulmanin tapaus on pohjustettu jo alaluvussa 2.1.2.. Analyysiosiossa puolestaan pyrin kuvailemaan Ulmanin Instagram-huijauksen luonnetta, tapauksen logiikkaa sekä toimijoiden rooleja, mitkä Korhonen (2009, 66) kuvailee tapaustutkimuksen havainnoinnin perusteiksi. Näitä pystyn tutkimaan lähiluvun ja kuva-analyysin avulla. Kuva-analyysi antaa enemmän vapauksia kuin tavallinen tekstintutkimus, sillä Nørgaard (2019, 36) määrittelee, että multimodaalisuus kattaa kaikki muutkin kirjoittamisen keinot tekstin lisäksi. Ulmanin Instagram-julkaisuista tutkin siis kuvatekstejä ja niiden merkityksiä sekä analysoin, millaisia merkityksiä kuva viestii Ledinin ja Machinin (2018, 3) huomioiden mukaisesti. Heidän mukaansa digitaalisessa sisällössä multimodaalisilla tekijöillä, kuten kuvassa olevilla teksteillä, kuvan värillä ja rajauksilla, on merkitystä (Ledin & Machin 2018, 16). Näin ollen seuraavissa alaluvuissa analysoin kirjoittamista Ulmanin Instagram-julkaisuissa myös kuvien rajausten ja värien kautta. Kuvien tutkiminen lisää tekstin tutkimuksen tarkkuutta, ja

multimodaalisella lähiluvulla sekä kuva-analyysillä pystyn osoittamaan identiteettihuijauksen piirteet sekä kirjoittamisen tavat Ulmanin Instagram-julkaisuista.

3.2. Huijauksen keinot *Excellences & Perfections* -kokonaisuudessa

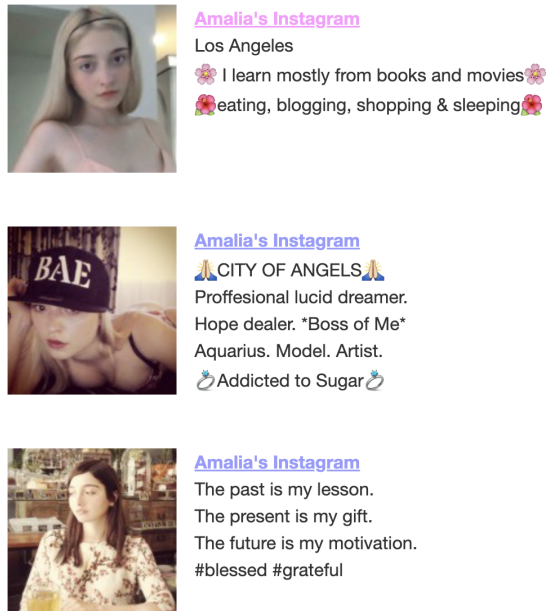
Amalia Ulmanin huijaustapaus kuvastaa nimensä perusteella täydellisyyttä ja erinomaisuutta, jota taiteilija halusi kritisoida tekemällään Instagram-julkaisujen kokonaisuudella. Ulman myönsi vuonna 2020 kirjoittamassaan artikkelissaan, että taidekokonaisuus oli kokonaan käsikirjoitettu. Huhtikuusta syyskuuhun 2014 kestäneen kokonaisuuden tarkoituksena oli osoittaa, miten naisia huomioidaan sosiaalisessa mediassa, ja miten helposti alustalla pystyy huijaamaan seuraajia, vaikka sisältö muodostuisi kliseistä (Ulman 2020.) Ulman halusikin esittää Los Angelesissa elävän nuoren naisen kehitystä Instagram-julkaisuillaan, minkä myötä syntyi kolme erilaista roolia. Ulmanin mukaan ensimmäinen rooli oli suloinen sosiaalista mediaa rakastava nuori nainen, toinen oli enemmänkin katutyylin omaksunut “sugar baby” ja kolmas oli ongelmat selättänyt hyvinvointiaddikti (Ulman 2020). Tekemäänsä käsikirjoitettua huijausta ja roolien vaihdosta Ulman perusteli jälkikäteen seuraavalla tavalla:

“I knew how easy it was to get attention through objectification alone. So after many years of having worked on being genderless and invisible, I decided to use the way women are fetishised online as a way of telling a story.” (Ulman 2020.)

“Tiesin, miten helppoa on saada huomiota yksistään esineellistämisen avulla. Joten työskenneltyäni monta vuotta sukupuolettomana ja näkymättömänä, päätin käyttää tarinankerronta keinona sitä, miten naiset ovat fetissin (himon) kohteena online-ympäristössä.” (Ulman 2020.)

Instagram-kokonaisuudellaan Ulman otti kantaa naisten asemaan ja siihen, miten voi kerätä seuraajia ja tykkäyksiä Instagramin kaltaisessa yhteisöllisessä ympäristössä. Taiteilijan käsikirjoitetun tarinan toteutustavat kuitenkin soveltuvat kirjallisen huijauksen eli tässä tapauksessa identiteettihuijaukseen, sillä hän huijasi muuttuneensa tosielämässä rooliensa kaltaiseksi. Ulman ei kuitenkaan todellisuudessa muuttunut tai muuttanut identiteettiään, vaan hän lavasti kuvansa ja esitti stereotyyppiset ja jopa kliseiset sosiaalisen median roolinsa mahdollisimman uskottavasti seuraajilleen. Tosin Ulmanin Instagram-julkaisuista voi nähdä, että hän värjäsi hiuksensa ja muutti tyyliään roolejaan varten eli hän muutti itseään jonkin verran. Kuitenkin hänen roolinsa olivat enemmänkin autofiktiivisiä eli Ulmanin kasvoja ja

nimeä kantavia eri identiteettejä, jotka pohjautuivat todelliseen Ulmaniin, mutta ne saivat erilaisia piirteitä ja elämäkokemuksia. Ulmanin kolme eri profiilikuvaa ja kuvatekstiä ovatkin näkyvillä New Exhibitions Museumin -verkkosivuilla. Kuvasta 3 voidaan huomata Ulmanin tekemät tyyli muutokset roolejaan varten.

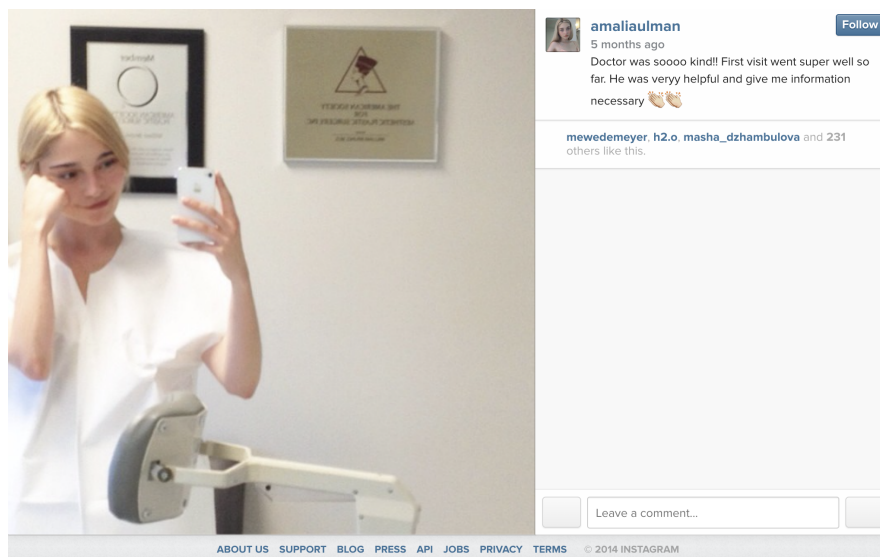


Kuva 3. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Profiilikuvissa roolien pääpiirteet kuvastuvat kuvan sekä profiilitekstien kautta. Ensimmäinen rooli on suloinen sometyttö, toinen enemmänkin “paha” ja kolmas hyvinvointia ja elämää kuvastava. Roolit kuvastavat ikään kuin “huora ja madonna”-ilmiötä eli ensimmäinen ja viimeinen rooli ovat kuin ihannerooleja naiselle eli suloista ja hyvinvoivaa. Toinen rooli on enemmänkin “huora” eli rahaa vastaan seksiä harrastava, mielenterveyden haasteita läpikäyvä sekä puolialaston pahan tytön esikuva. “Huora ja madonna” asettelu perustuu Hannele Koivusen (1994) väitöskirjaan, jossa hän vertailee kahden kristinuskon henkilön eli Neitsyt Marian ja Maria Magdaleenan rooleja. Vastakkainasettelu käy läpi naisiin kohdistuvia asenteita: joko heidät nähdään viisaana ja hyvänä tai sitten halveksittavana ja miehiä miellyttävänä huorana (Koivunen 1994). Tämä karkea jako näkyy Ulmanin rooleissa, sillä hän esittää alkuun hyvää ja ihailtua naista, minkä jälkeen hän käyttäytyy tavalla, jota pidetään yleisesti halveksittavana. Hän itse myöntää valinneensa roolit, jotta pystyi osoittamaan seuraajilleen sen, miten sosiaalisessa mediassa naisia esiinellistetään sekä ihannoidaan (Ulman 2020). Yleisilmeestä voidaan huomata roolien erilaisuus sekä se, mitä ne kuvastavat:

suositun ja hempeän naisen roolit istuvat yhteiskunnalle sopiviin arvoihin, kun taas toinen rooli on näiden vastakohta.

Ensimmäinen rooli on hempeän tyttömäinen, mutta Ulman toi tähän ihanneminän rooliin synkkiä sävyjä, joilla hän pohjusti seuraavaa eli niin sanottua paha rooliaan. Ulman lavasti ensimmäisen roolinsa sisään rintojen suurennusoperaation, jonka otan tarkasteluun, sillä se kuvaa erinomaisesti Ulmanin käsikirjoittamaa tarinaa ja identiteettien välistä vaihtelua. Esimerkkikuva 4 on selfie, jonka Ulman on ottanut peilin kautta. Kuvassa hänellä on yllään valkoinen sairaalamainen paita ja Ulmanin lisäksi kuvassa on lääkäripenkki sekä kaksi tekstiä sisältävää taulua. Kuvan värit ovat tavalliset, joten kuva näyttää lääkärikäynnillä otetulta, mikä ilmeisesti on kuvan tarkoitus. Ulman korostaa kuvan lisäksi kuvatekstissä sitä, että ensimmäinen lääkärikäynti meni hyvin. Julkaisussa hän ei kuitenkaan kerro syytä, miksi kävi lääkäriellä. Seuraajat eivät siis tiedä, mitä on meneillään ja kommenttikenttä onkin tyhjä.



Kuva 4. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

“Doctor was soooo kind!! First visit went super well so far. He was very helpful and give me information necessary” (Ulman 2014.)

“Lääkäri oli todella ystävällinen! Ensimmäinen käynti meni erittäin hyvin tähän mennessä. Hän (miespuolinen lääkäri) oli todella auttavainen ja kertoi tarvittavat tiedot” (Ulman 2014.)

Ulmanin kuvatekstistä voi huomata, että hän korostaa käyneensä lääkäriässä ja on hyvillä mielillä. Mielenkiintoinen seikka on se, että Ulman kirjoittaa kirjoitusvirheillä eli hän

korostaa esimerkiksi sooo eli “niin”-sanaa osoittaakseen, miten ystävällinen mainittu lääkäri oli. Samantyylinen kirjoitusasu toistu very eli suomeksi “todella”-sanan kohdalla. Korosteisen pitkitetyt sanat kuvaavat julkaisussa Ulmanin mahdollista ilahtuneisuutta lääkärikäyntiä kohtaan, jolloin puhekielisen liioitellut sanavalinnat korostavat Ulmanin oletetun iloista tunnetilaa. Tätä tunnetilaa korostaa myös peiliselfiessä nähtävä seesteinen hymy. Vastapainona iloiselle kuvalle toimii seuraava samaan tapaukseen liittyvä kuva, jossa värimailma on muutettu ruskean eli seepian sävyiseksi. Kuvassa 5 näkyy, että Ulman ei hymyile ottamassaan peiliselfiessä, vaan hän näyttää enemmänkin vakavalta. Lisäksi hän on pukeutunut sairaalamaiseen kaapuun. Ulman kuvaakin kuvatekstissä olevansa hermostunut.



Kuva 5. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

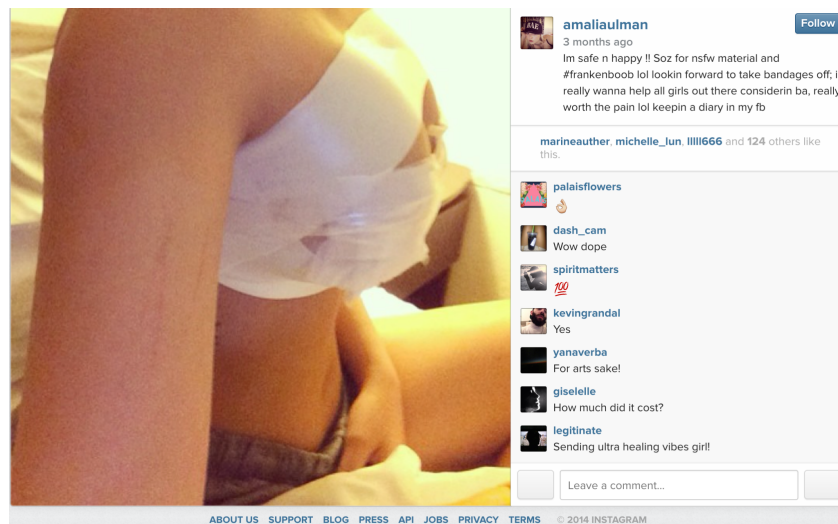
“Nervous and excited! Getting 450cc high profile anatomical silicon gel. Massive butterflies and anxiety. I’m sure I’ll be fine” (Ulman 2014.)

“Jännittynyt ja innoissani. Olen saamassa 450cc (implanttimita) korkean luokan anatomiset geelisolikonit. Perhosiä vatsassa, mutta samalla ahdistaa. Uskon, että tulen olemaan kunnossa” (Ulman 2014.)

Kuvateksti paljastaa, että Ulman on menossa rintojensuurennusleikkaukseen, jota kuvan pukeutumistyyli sekä vakavuus vahvistavat. Julkaisussa kuvan ja kuvatekstin yhteistyö vaikutelman luomiseen korostuu, sillä kuvan 4 sävy on värimailman, hymyn sekä kuvatekstin myötä iloinen, mutta kuvassa 5 korostuu jännittynyt sekä hieman negatiivinen vaikutelma. Tämä kuvan ja tekstin luoma jännittynyt tunnelma Ulmanin leikkauskuvassa on

mahdollisesti saanut seuraajat kommentoimaan julkaisua. Osa seuraajista ihmettelee, miksi Ulman on menossa leikkaukseen, ja toiset toivottavat hänelle onnea. Kommentit osoittavat, että tämä Ulmanin käsikirjoitettu julkaisu on mennyt seuraajille läpi eli he tosiaan uskovat Ulmanin menneen leikkaukseen.

Tätä Ulmanin luomaa illuusiota leikkauksesta vahvistaa kolmen kuvasarjan viimeinen kuva, joka viittaa rintojen suurennusleikkaukseen. Kuvassa 6 näkyy vuode, jonka päällä Ulman istuu. Kasvoja ei näy ollenkaan, vaan kuva on rajattu näyttämään Ulmanin rinnat sekä vatsan seutu. Rintojen ympärillä on valkoinen side, joka kuvastaa operoituja rintoja. Kuvatekstissä taiteilija kuvailee olevansa helpottunut ja leikkauksen onnistuneen. Tämä luo illusion siitä, että Ulman kävi leikkauksessa, ja jälleen hän on saanut seuraajiltaan iloisia kommentteja operaation onnistumisesta. Mielenkiintoista on, että Ulman kertoo laittaneensa sukkaa rintojensa ympärillä ja kierittäneen harsoa ympärille luodakseen vaikutelman suuremmista rinnoista (Langmuir 2016). Hän siis myönsi lavastaneensa koko rintojensuurennusoperaation sekä muokanneensa kuviaan näyttämään siltä, että hän olisi käynyt operaatiossa.



Kuva 6. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Esimerkkien myötä voidaan huomata, että Ulman lavasti roolinsa ja hyödynsi kuvien ja tekstien yhteistyötä luodakseen uskottavan vaikutelman esimerkiksi rintojen suurennusoperaatiosta. Huijauksen keinoja kuvissa ovat tekstin liioitteleva eli sanoja pidentävä tyyli, kuvien värimaailmat ja selfieiden tyylit. Näitä huijauksen ja kirjoittamisen pääpiirteitä siirryn käsittelemään tarkemmin seuraavissa alaluvuissa, joissa tarkastelen Ulmanin kolmea eri roolia yksitellen. Olen nimennyt roolit Ulmanin oman kuvailun mukaan,

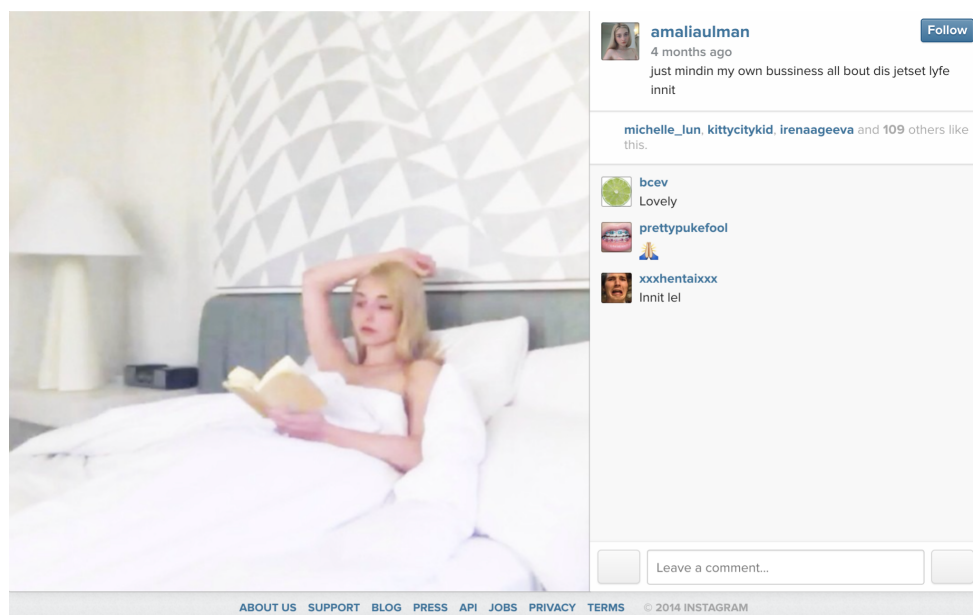
joten ensimmäinen rooli on luksustyttö, toinen romahdusta kuvaava on sugar baby ja kolmas hyvinvointiaddikti. Näistä jokaisessa käsittelen alkuun roolin idean, jonka jälkeen analysoin Ulmanin julkaisujen kirjoitusta sekä hänen saamiaan kommentteja identiteettien muutoksista.

3.2.1. Luksustyttö

Maguiren (2019, 12) mukaan Ulman aloitti *Excellences & Perfections* -kokonaisuuden ensimmäisen roolinsa värjäämällä tummanruskeat hiuksensa vaaleiksi ja aloittamalla luksusmerkkien, kuten Dolce & Gabbanan käytön. Samalla Ulman alkoi julkaista itsestään kuvia, joissa hän esiintyi tyylikkäänä luksustuotteiden ympäröimänä. Esimerkiksi kuvassa 7 on näkyvissä Maguiren kuvaama muutos. Kuvassa Ulman lukee sängyssä kirjaa rennon tyylikkäästi. Kuvassa on vaaleat sävyt, jotka luovat hotellimaista tunnelmaa, mikä puolestaan viestii ikään kuin vauraasta ja matkustamista sisältävästä arjesta. Kuvateksti lisää tätä vaikutelmaa, sillä tekstissä Ulman viittaa ”jetset lifestyleen” eli paljon matkustavaan elämäntyyliin.

“Just mindin my own business all bout dis jetset lyfe innit” (Ulman 2014.)

“Pidän huolen omista asioistani tämän kaiken matkustus-elämäni aikana” (Ulman 2014.)



Kuva 7. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Ulman viittaa kuvatekstillään siihen, että hän keskittyy omiin asioihinsa eli omaan elämäänsä kaiken matkustamisen ohella. Kuvassa 7 kuva ja kuvateksti siis täydentävät toisiaan: kuva luo vaikutelmaa matkustamisesta ja teksti puolestaan toteaa matkustamisen kuuluvan osaksi Ulmanin arkea. Mielenkiintoinen seikka kuvatekstissä on kuitenkin se, että Ulman kirjoittaa erittäin puhekielisesti. Kuten teoriaosuudessa mainitsin, sosiaalisen median teksti on usein puhekielistä ja sen kirjoitusasu voi vastata enemmän puheenomaista kieliasua kuin kirjakieltä. Ulmanin Instagram-julkaisuissa puhekielisyyden voi huomata, sillä hän kirjoittaa lähes liioitellun korostunutta puhekieltä. Tämän voi huomata esimerkiksi kuvan 7 kuvatekstin sanoista “dis” eli kirjakielisesti “this” ja “lyfe” eli “life”. Taiteilija on antanut tekstile puheenomaisen kirjoitusasun eli kirjoittanut sanat enemmänkin niiden lausumuodossa. Tämä lisää huoletonna vaikutelmaa: Ulman ikään kuin puhuu seuraajilleen tekstin kautta eli hän ei kirjoita kirjakiellellä, vaan ikää kuin lausuu puhumalla kirjoituksensa. Uskon, että tämänkaltainen virheellinen sekä sanoja pidentävän kirjoitusasun on tarkoitus luoda rento vaikutelma, mutta samalla tuoda tekijä lähelle seuraajiaan. Väärinkirjoittaminen lienee Ulmanin tapa luoda uskottava huijaus eli vakuuttaa seuraajat siitä, että hän todella julkaisee huolettomia Instagram-julkaisuja, joita ei ole liikaa harkittu etukäteen.

Sama kirjoitusvirheillä ja korostuneisuudella kirjoittaminen toistuu muissakin Ulmanin julkaisuissa. Esimerkiksi kuvassa 8 taiteilija poseeraa kameralle liiloissa alusvaatteissa. Kuva on jälleen vaaleasävyinen, vaikka alusvaatteet sekä divaani tuovat väriä muuten vaaleaan kuvaan. Kuvatekstissä Ulman pyrkii jälleen huolettomaan vaikutelmaan: ikään kuin hän olisi yhtäkkiä napannut itsestään alusvaatekuvan ja päättänyt julkaista sen hetken mielijohtosta.

“Improvised modelling haha thank you thank you” (Ulman 2014.)

“Improvisoitua malleilua haha kiitos kiitos” (Ulman 2014.)



Kuva 8. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kuvassa 8 Ulman siis esittää, että on kuin sattumalta pukeutunut luksusmerkin alusvaatteisiin ja ottanut itsestään kuvan. Kuvasta on kuitenkin huomioitava se, että se ei ole selfie eli suoraan itsestä otettu, vaan joku toinen henkilö on ottanut kuvan tai sitten taiteilija on joutunut asettamaan kameran hyvään kohtaan ja laittamaan itselaukaisevan kuva-asetuksen päälle. Kumpikaan vaihtoehto ei ole huoleton ja sattumanvarainen tilanne, vaan harkittu, vaikka Ulman pyrkii vakuuttamaan kuvatekstissä naureskellen muuta. Multimodaalisissa eli kuvia ja tekstiä yhdistävissä julkaisuissa on havaittavissa pieniä yksityiskohtia, jotka paljastavat Ulmanin huijauksen. Hän vakuuttaa seuraajansa huolettomuudella, mutta lähempää tarkasteltuna kuvat ovat liian huoliteltuja ollakseen kuvatekstien kuvaamia huolettomia otoksia. Nämä kuvan ja kuvatekstin seikat kertovat, ettei kyseessä ole välttämättä sitä, mitä Ulman uskottelee seuraajilleen, vaan hän on suunnitellut kuvien poseeraukset ja tyylit sekä kuvatestit etukäteen. Ulman siis leikittelee Instagramissa ja pyrkii aidon oloisten julkaisujen luomiseen, jotta peittäisi fiktiiviset elementit julkaisuistaan.

Ulmanin ensimmäisen vaiheen rooli ei mene kaikille läpi, vaan seuraajat ovat huomanneet kuvien ja tekstien epäjohdonmukaisuuden. Kuvassa 9 Ulman istuu puhelin kädessä jälleen vaaleaa taustaa vasten, jossa tällä kertaa korostuvat kultaiset elementit. Yhtenäistä aiempiin kuviin on se, että Ulmanin asento on harkitun oloinen ja värimaailma on vaaleahko eli seesteisyyttä ja hempeyttä kuvaava. Se voi myös pyrkiä luomaan luksuksen vaikutelmaa, mitä valkoinen ja vaalea yleensä edustavat. Kuvateksti ja kuva ovat jälleen ristiriidassa

toistensa kanssa. Ulman kertoo vihaavansa odottaa ystäviään, vaikka kuvassa hän vaikuttaa istuvan suhteellisen rauhallisena pöydän ääressä.



Kuva 9. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

“I haaaaaaaate when frinds mske me wait; always on time for nothing” (Ulman 2014.)

“Vihaan, kun ystävät laittavat minut odottamaan, olen aina turhaan ajallaan” (Ulman 2014.)

Kuvatekstistä voi huomata, että teksti on kirjoitettu erittäin virheellisesti, minkä tarkoitus voi olla turhautumisen luominen kuvan ja tekstin yhteyteen. Tekstissä korostuu sanojen pidennys, kuten “hate” eli viha-sanassa. Lisäksi ystävät “frinds” (friends) ja laittaa eli “mske” (make) ovat kirjoitettu virheellisesti, mikä jälleen korostaa puhekielisyyttä. Kuvan ja tekstin yhteys ei kuvassa 9 vakuuta kaikkia, sillä käyttäjä ryder_ripps huomauttaa selkeän epäkohdan julkaisusta.

“Whos taking these pix of u and making u wait” (Ulman 2014.)

“Kuka ottaa sinusta näitä kuvia ja laittaa sinut odottamaan” (Ulman 2014.)

Ulmanin seuraaja ihmettelee, kuka kuvan on ottanut, sillä selkeästi taiteilijalla on oma puhelin kädessään ja kuva ei ole selfie. Tämä osoittaa, että kuva on lavastettu eli sen on ottanut joku toinen. Kuvatekstillä Ulman on silti yrittänyt osoittaa olevansa tilanteessa yksin,

vaikka ei todellisuudessa ole. Hän vastaakin kuvatekstiä ihmettelevällä käyttäjälle kommenttikentässä hassutelleensa. Tekstivastauksen lisäksi Ulman on liittännyt kommenttiinsa emojiin, joka näyttää kieltä ja vinkkaa silmää. Tällä hän tuo vastaukseensa leikkisän sävyn ja osoittaa jääneensä kiinni valheestaan.

“Jk jk bein silly u totally caught me. huh” (Ulman 2014.)

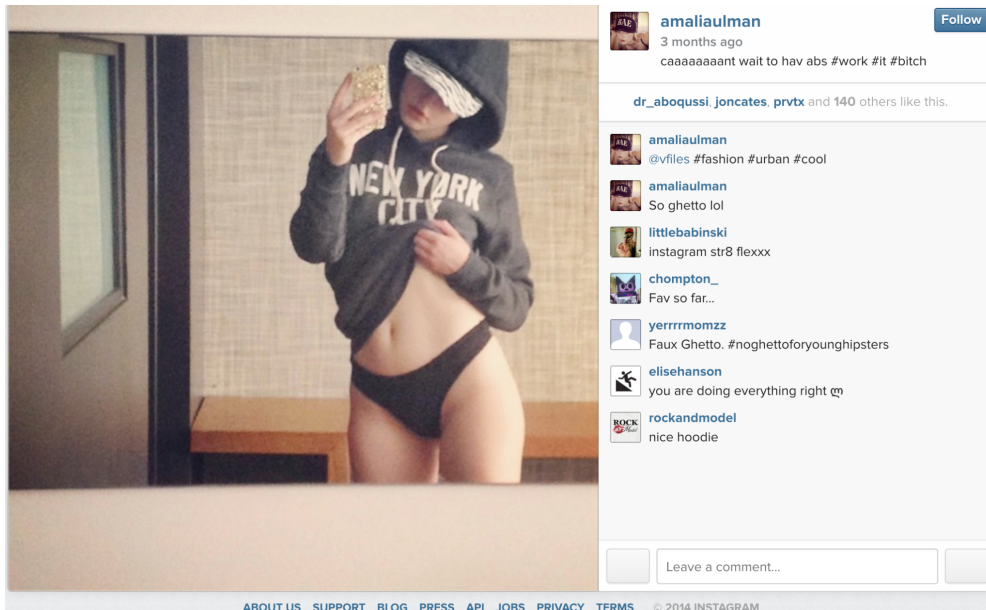
“Vitsi vitsi, olin hupsu, kiinni jäin. huh” (Ulman 2014.)

Ensimmäisen roolin julkaisut osoittavat hyvin sen, millä tyyllillä Ulman toimi luodessaan *Excellences & Perfections* -kokonaisuutta. Kuvat ja kuvatekstit liittyvät toisiinsa, mutta niissä on selkeitä epäkohtia havaittavissa, kuten kuvat 8 ja 9 osoittavat. Ulman (2020) loi tarkoituksellisesti niin rooleihin kuin julkaisuihin kliseitä, jotta hänen seuraajansa huomaisivat hänen esittävän roolia sekä luovansa jotakin todellisuudesta poikkeavaa. Ensimmäisessä roolissa Ulman jäi kiinni siitä, että kuvat ja tekstit eivät täysin vastanneet toisiaan, mikä sai osakseen ihmetystä. Seuraava rooli oli kuitenkin uskottavampi kuin aiemmin, jolloin myös epäilykset hävisivät suurimmalta osin. Seuraavassa alaluvussa käyn tarkemmin läpi, miten Ulmanin toinen vaihe onnistui vakuuttamaan hänen seuraajansa siitä, että roolihahmot olivat todellisia eikä keksittyä kerrontaa.

3.2.2. Sugar baby

Siinä missä Ulmanin ensimmäinen vaihe oli suhteellisen tavallinen vaaleatukkaisen ja luksustuotteista pitävän nuoren naisen rooli, on toinen rooli erilainen. Maguire (2019, 13) kuvaa tutkimusartikkelissaan, että Ulman lavasti eron poikaystävästään, minkä jälkeen hänen Instagram-julkaisunsa muuttuivat synkemmiksi ja villimmiksi. Roolissa Ulman esitti sugar babya eli hän vihjaili julkaisuissaan etsivänsä itselleen sugar daddyä eli miestä, joka antaisi hänelle rahaa esimerkiksi seksiä vastaan (Maguire 2019, 13). Tämä rooli osoittaa, että Ulman oli valmis viemään käsikirjoitetun projektinsa pitkälle ja hän laittoi itsensä niin sanotusti likoon. Ulman vaihtoi tyyliään: hän värjäsi hiuksensa takaisin tummiksi ja alkoi esitellä enemmän vartaloaan Instagram-seuraajilleen. Hän siis hyödynsi ulkonäköään ja tyyliään luodakseen illuusion toisenlaisesta elämänvaiheesta, joka sisälsi mielenterveysongelmia,

vaikeuksia sekä epämääräisiä tulonlähteitä. Tyyli muutoksen lisäksi Ulman jatkoi liioiteltua ja epäjohdonmukaista kuvilla ja teksteillä leikkittelyä, kuten kuvasta 10 voi huomata.



Kuva 10. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

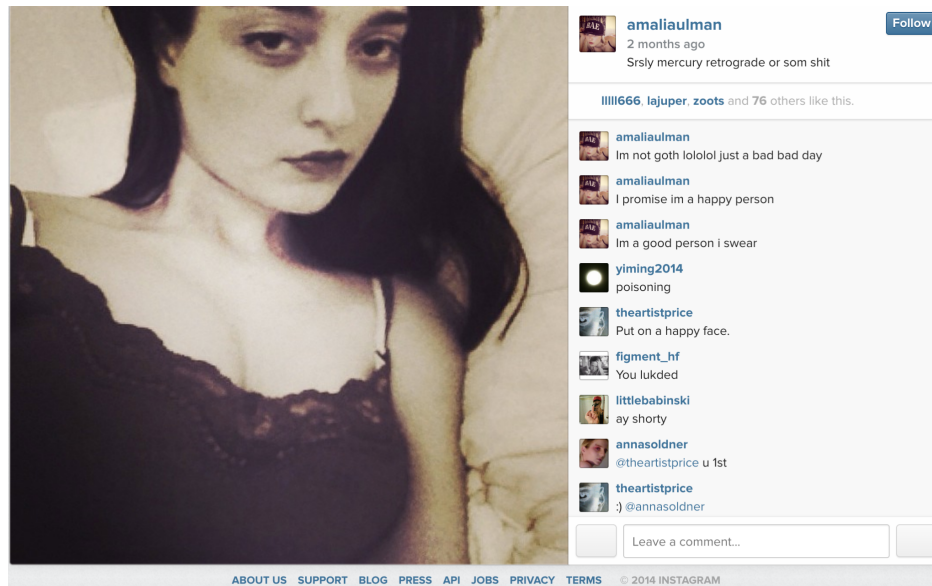
Kuvassa Ulman poseeraa alushousuissa ja hupparissa. Hänen kasvonsa eivät näy, vaikka kuva on selkeä selfie. Tämä tyyli kiinnittää huomiota enemmän Ulmanin vartaloon, mikä on oletettavasti toisen roolin tarkoitus. Vaatetuksen lisäksi Ulman korostaa tyyli muutostaan kuvatekstillä. Siinä hän korostaa esittelevänsä vatsaansa, johon pyrki treenaamaan näkyvämmät vatsalihakset. Tämä on suuri kontrasti verrattuna aiempaan rooliin, joka kuvaa mukavuudenhaluisuutta ja matkustelua. Ulman luo itsestään toisessa roolissa urheilevan, mutta seksikkään nuoren naisen, joka heijastaa enemmänkin ongelmia kuin terveellistä elämää.

“caaaaaant wait to hav abs” (Ulman 2014.)

“en malta odottaa, että minulla on vatsalihakset” (Ulman 2014.)

Kuvatekstistä voi huomata, että siinä on pidennetty ensimmäistä sanaa ja teksti jatkaa yhä kirjoitusvirheiden tyyliä, kuten ensimmäisessä roolissa. Huomattava ero aiempaan on se, että Ulman käyttää aihe tunnuksia eli hashtagia. Kuvassa 10 on nähtävissä kolme aihesanaa, joista merkittävimmät ovat #fit sekä #bitch. Nämä ovat tässä multimodaalisessa kontekstissa avaintekijöitä, sillä Ulman korostaa uutta vaihettaan eli kuntoa “fit” ja uutta rooliaan “bitch”.

Roolin päämäärä tulee siis esiin julkaisujen tekstien kautta sekä siitä, miten Ulman on muuttanut ulkonäköään roolia varten. Toisen roolin merkittävän huijausvaihe on kuitenkin esitetty mielenterveydenromahdus, joka on toteutettu mielenkiintoisella tavalla. Taiteilija nimittäin pohjusti rooliaan kuvan 10 kaltaisilla kuvilla, kunnes värjäsi hiuksensa vaaleista ruskeiksi, ja hänen kuvatekstinsä sekä kuvansa alkoivat muuttua synkemmiksi. Esimerkiksi kuvassa 11 on nähtävissä tämän kaltainen muutos.



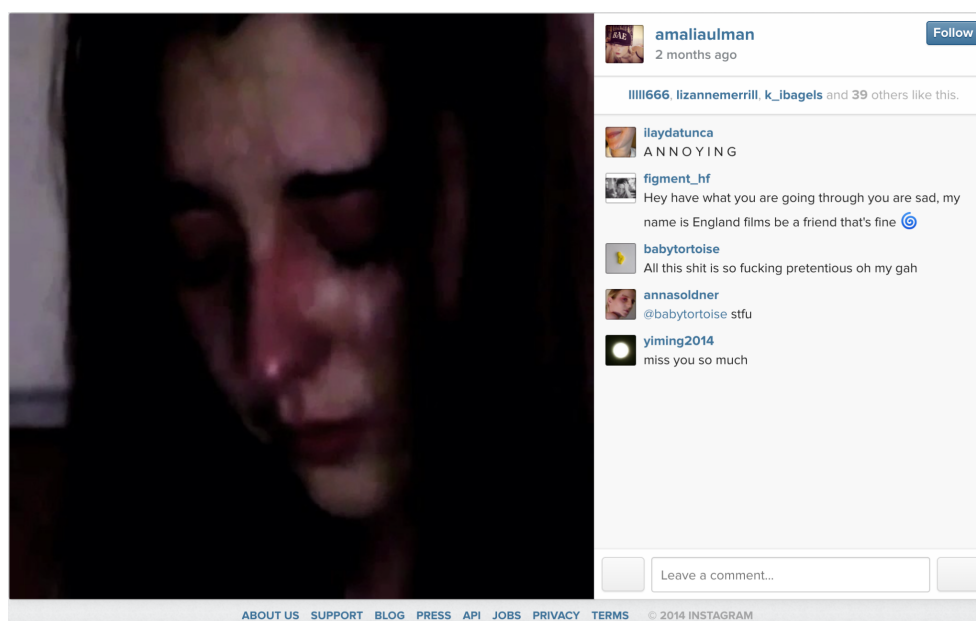
Kuva 11. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kuva 11 on itsessään jo tummasävyinen ja ensimmäisen roolin julkaisuihin verrattuna synkkä. Ensimmäisen roolin kuvien taustat ovat vaaleita, mutta toisen roolin loppuvaiheen kuvien taustat ovat mahdollisimman tummia ja korosteisen muokattu ruskean ja mustan sävyttämiksi. Kuvassa 11 Ulman on ottanut itsestään selfien, mutta hän ei näy kuvassa kokonaan, kuten aiemmin, vaan kuva on rajattu niin, että osa hänen päästään jää pois. Tällä kertaa tässä multimodaalisessa julkaisussa itse kuvateksti ei kerro kuvan taustoja, sillä se kuvaa avaruudessa tapahtuvaa planeetan liikettä, jota en käy tarkemmin läpi, sillä teksti ei selvennä julkaisun tavoitetta, vaan hankaloittaa sitä. Ulman onkin käyttänyt hyödykseen julkaisun kommenttikenttää, jossa hän kirjoittaa tarkemmin ajatuksiaan auki. Kuvateksti jää kuvassa 11 siis kommenttikentän varjoon, sillä kommenttikentässä Ulman kuvaa päivän olleen huono. Lisäksi hän kuvailee olevansa hyvä ihminen, vaikka aiemmin on saanut seuraajansa uskomaan hänen olevan sugar baby.

“I promise im a happy person” (Ulman 2014.)

“Lupaan, että olen onnellinen ihminen” (Ulman 2014.)

Kommenttikentässä Ulman hyödyntää vakuuttelua, että hänellä on kaikki hyvin, vaikka samalla kuva ja sen synkkä sävy kertovat muuta. Tämä luo multimodaaliseen julkaisuun ristiriitaa, mutta samalla se kuvastaa epätoivoa ja sitä, kun huonosti voiva ihminen pyrkii vakuuttamaan muut hinnalla millä hyvänsä. Samalla Ulman on käyttänyt hyödykseen ihmisten hyväuskoisuutta lavastaessaan itselleen romahduspisteen, sillä hän on saanut kannustavia ja tsemppaavia kommentteja roolin julkaisuihin. Ulmanin toinen rooli ja itkuisuus on herättänyt kannustuksen lisäksi ärtymystä. Ulmanin romahdusvaiheen viimeinen kuva summaa hänen seuraajiensa ajatuksia erinomaisesti, sillä osa ei siedä ensin paljasta pintaa esitellyttä nuorta naista, joka alkaa myöhemmin lisätä itkuisia kuvia epäselkeiden tekstien kera.



Kuva 12. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kuvassa 12 on nähtävissä, että Ulman ei ole laittanut kuvatekstiin mitään, vaan hän on julkaissut pelkän kuvan. Kuvassa Ulman on ottanut itsestään kasvokuvan, joka on otettu erittäin läheltä. Ulman näyttää kuvassa itkuiselta, mikä korostuu punoittavista kasvoista, alakuloisesta ilmeestä sekä siitä, että hänellä on silmät kiinni. Kuvan värimaailma on erittäin tumma, mikä on suuri kontrasti aiempiin kuviin, joissa sentään oli vaaleaa tai ruskeaa taustaa. Kuva 12 on kuitenkin niin tumma, että Ulmanin hiukset sulautuvat toiselta puolelta taustaan

ja muutenkin kuvasta erottuu joten kuten hänen kasvonsa sekä taustan vaaleaa seinää. Tällöin päätelmät kuvan taustoista jäävät suoraan seuraajille, jotka tässä tapauksessa ovat kokeneet Ulmanin ärsyttäväksi. Kommenttikentästä pistävät silmään seuraavat ilaydatuncan ja babytortoisin kommentit:

“Annoying”

“All this shit is so fucking pretentious oh my gah” (Ulman 2014.)

“Ärsyttävää”

“Kaikki tämä paska on niin vitun teennäistä voi herranen aika” (Ulman 2014.)

Julkaisun saamat kommentit osoittavat samalla, että Ulmanin käsikirjoitettu huijaus on mennyt seuraajille läpi, sillä se on herättänyt tunteita. Kommentoijia häiritsee Ulmanin itkuiset kuvat, jotka ovat iso kontrasti aiempiin iloiseihin ja hempeisiin kuviin. Taiteilijan luoma synkkä vaihe on saanut muut reagoimaan tämän julkaisuihin ja seuraajat kommentoivat enemmänkin sitä, että Ulman on ärsyttävä kuin että hänen julkaisunsa olisivat ärsyttäviä. Tämä jo osoittaa, että taiteilija on onnistunut luomaan vuorovaikutuksellisen kokonaisuuden, johon on reagoitu eri tavoin. Toinen rooli ei niinkään herätä hämmennystä, kuten ensimmäisen roolin julkaisut, vaan Ulmanin seuraajat ovat hänestä huolissaan. Ulman lopulta vei toisen roolinsa niin pitkälle, että itkuisten kuvien jälkeen hän piti Maguiren (2019) mukaan taukoa Instagramista. Tämä kuului osaksi uskottavan tarinan kaaren luomiseen eli Ulman lavasti romahduksensa niin hyvin, että sekavien julkaisujen jälkeen hän esitti saaneensa apua tauon aikana. Tämä osoittaa suunnitelmallisuuden Ulmanin julkaisuissa, sillä hän ei toiminut hätiköidysti, vaan antoi muutoksille aikaa. Tätä huijauksen rakentamista sekä Ulmanin lopussa saamaa kritiikkiä tarkastelen viimeisen roolin kautta.

3.2.3 Hyvinvointiaddikti

Kuvan 12 jälkeen Ulman piti hetken tauon Instagramista, minkä jälkeen hän palasi sinne vuolaan anteeksipyyntönä. Tämä niin sanottu anteeksipyyntö aloitti Instagramissa Ulmanin luoman viimeisen vaiheen, jossa hän esitti hyvinvointiin hurauttanutta ja tasapainoisempaa versiota itsestään. Roolilla hän loi kuvan siitä, että vaikean vaiheen jälkeen

hän löysi itsensä ja tasapainon elämässään eli hän pyrki niin sanotusti muuttamaan elämänsä suuntaa kolmannen roolihahmon identiteetissä. Uusi rooli alkoikin seuraavalla viestillä:

“Dear everyone,i’m really sorry for my behaviour recently.i was acting weird and committed many mistakes because i wasn’t at a good place in my life tbh. i ’m recovering now and i feel better, all thanks to the help of my closest friends and family. [...] also, feeling blessed for all my internet friends who sent wonderful recovery messages” (Maguire 2019, 18.)

“Hei kaikki, olen todella pahoillani viime aikaisesta käytöksestäni. Käyttäydyin oudosti ja tein monia virheitä, sillä en ollut hyvässä jamassa elämässäni. Parhailaan toivun ja voin jo paremmin, kiitos läheisten ystävieni ja perheeni tuen. Kiitos myös internet-ystävilleni, jotka ovat lähettäneet ihania viestejä minulle.” (Maguire 2019, 18.)

Anteeksipyyntönsä Ulman vakuuttaa, että hänen kokemansa asiat olivat aitoja ja hän on pahoillaan seuraajilleen aiheuttamasta hämmennyksestä, joka syntyi toisen roolin lopun julkaisuista ja niiden sekavista kuvista sekä teksteistä. Anteeksipyyntö ei kuitenkaan ole aito, vaan se kuului osaksi Ulmanin rooleja ja kyseisen tekstin kautta hän pystyi aloittamaan uskottavasti viimeisen roolinsa ennen *Excellences & Perfections* -kokonaisuutensa päättämistä.

Maguiren (2019, 13) mukaan viimeisessä roolissa Ulman esitti olevansa joogaan ja terveelliseen ruokaan hurahtanut nuori nainen, joka nauttii elämästään. Esitettyään yksinäistä ja itkuista toisessa roolissaan, kolmannessa roolissa hän kuvailee perheensä olevan vahvasti läsnä hänen elämässään. Kuvassa 13 Ulman istuu pöydän ääressä mehulasi kädessään. Kuvan on selkeästi ottanut joku toinen, sillä se ei ole selfie. Lisäksi kuvan tausta on värikäs ja vaaleampi kuin edeltävät kuvat, mikä tarkoittaa, että Ulman leikittelee väreillä ja kontrasteilla luodakseen vaikutelmaa hyvinvoinnistaan.



Kuva 13. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kuvan lisäksi Ulmanin luoma seesteinen ja hyvinvoiva kuva välittyy kuvatekstistä.

“Sunday brunch with my sister in a beautiful café” (Ulman 2014.)

“Sunnuntaibrunssi kauniissa kahvilassa siskoni kanssa” (Ulman 2014.)

Ulman korostaa, ettei ole yksin vaan hän on siskonsa seurassa, mikä välittyy sekä kuvasta että kuvatekstistä. Tekstin osalta uuden vaiheen kuvaamisessa kiinnostavinta on, että Ulman on kerrankin kirjoittanut virheettömästi eli kirjakielellä. Hän ei ole liioitellut sanojen pidennyksillä tai kirjoittanut miten sattuu. Tämä luo julkaisusta harkitun sekä seesteisen kuvan, jonka taustalla ei ole sähläämistä tai epätoivoa, mitä aiemmista julkaisuista on välittynyt epämääräisten sanojen ja kirjoitusvirheiden kautta. Kolmannessa roolissa Ulman siis pelaa kuvien ja tekstien yhteistyöllä, jotka kuvaavat jälleen toisiaan sekä luovat vaikutelman tasapainoisesta arjesta, johon eivät kuulu kirjoitusvirheet ja sekavuus. Kolmannen vaiheen kuvissa tasapainoa luo myös Ulmanin paljon korostamat läheiset. Kuvassa 14 Ulmanin kanssa yhteisessä selfiessä on nähtävissä toinen henkilö, joka tässä tapauksessa voidaan tulkita hänen uudeksi poikaystäväkseen. Ulman vahvistaa seuraajiensa ajatusta hyvinvoivasta arjestaan ja läheisten ihmisten huolenpidosta yhteiskuvan kuvatekstillä. Siinä hän kirjoittaa, miten ihanaa on, että toinen henkilö huolehtii hänestä. Kuvassa miespuolinen henkilö pitää kättään Ulmanin olkapäällä, mikä vahvistaa kuvatekstin

luomaa välittämistä ja huolehtimista. Nämä teemat korostuvat kolmannessa roolissa, jossa Ulman vakuuttaa voivansa paremmin.

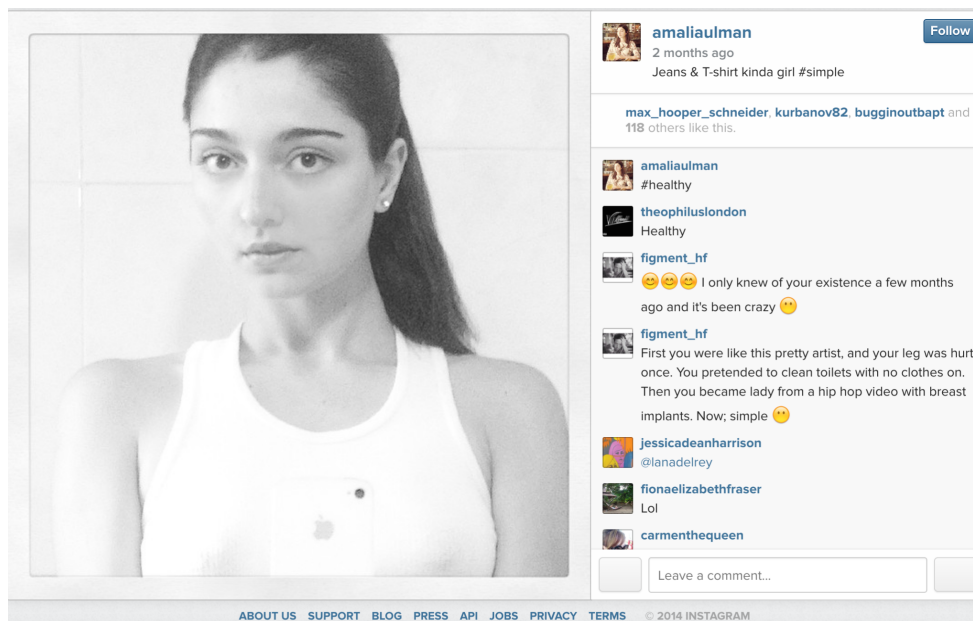
“isn’t it nice to be taken care of” (Ulman 2014.)

“eikö olekin mukavaa olla huolehdittu” (Ulman 2014.)



Kuva 14. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kolmas eli viimeinen rooli ikään kuin sitoo koko käsikirjoitetun tarinan yhteen. Niin sanotun luksustyttö vaiheen eli merkkivaatteissa esiintymisen ja kauneusleikkauksissa käyvän roolin sekä myös romahdusvaiheen jälkeen Ulman esittää “normaalia” nuorta naista. Tämä rooli on kahteen aiempaan verrattuna neutraalein. Tämä näkyy niin kuvissa kuin teksteissä, sillä kuvat ovat sellaisia, mitä yleensä sosiaalisessa mediassa näkee. Lisäksi kuvatekstit ovat kirjoitettu kirjakielellä, mikä on sosiaalisessa mediassa aika yleistä, vaikka puhekielisyys korostuu siellä. Tämä on selkein muutos aiempiin rooleihin verrattuna. Vaikka muutokset voi huomata Ulmanin kuvista sekä kirjoittamista kuvateksteistä ja kommentteista, ei kolme erilaista tyyliä ja roolia ole jääneet hänen seuraajiltaan huomaamatta. Siinä missä toisen roolin itkuiset kuvat ovat ärsyttäneet hänen seuraajiaan, kolmas vaihe on herättänyt selkeästi epäluuloa osassa. Viimeinen Ulmanin esittämä rooli on saanut kritiikkiä, kuten kuvasta 15 voi huomata, sillä osan mielestä Ulmanin muutokset ovat olleet liian rajuja. Tavallisen ja onnellisen nuoren naisen rooli ei siis seuraajien mielestä sovi kokonaisuuteen.



Kuva 15. New Exhibitions Museum/ Amalia Ulman 2014.

Kuvassa 15 Ulman esiintyy mustavalkoisessa kasvokuvassa, jonka kuvatekstissä hän korostaa olevansa tavallinen nuori nainen “Jeans & T-shirt kinda girl”. Kuvassa hän on ikään kuin selfiessä ja katsoo kameraa neutraalilla ilmeellä. Tämä muutos mustavalkoiseen ja neutraaliin tyyliin on saanut kritiikkiä. Kuva 15 ei ole itsessään saanut kritiikkiä, mutta kommenttikentässä on nähtävissä se, että taiteilijan seuraajat ovat alkaneet epäillä tämän kolmea erilaista vaihetta.

“First you were like this pretty artist, and your leg was hurt once. You pretend to clean toilets with no clothes on. Then you became lady from a hip hop video with breast implants. Now; simple” (Ulman 2014.)

“Ensin olit nätti taiteilija, jonka jalkaan sattui kerran. Sitten esitit siivoavasi vessoja alastomana. Sitten sinusta tulikin kunnon hip hop-tyylinen neiti rintaimplanteilla. Nyt yksinkertainen” (Ulman 2014.)

Ulmanin seuraajan kommentti osoittaa, että alle puolen vuoden aikana toteutut roolit ovat herättäneet ihmetystä sekä epäilyjä niiden aitoudesta. Kommentti ikään kuin kritisoi Ulmanin vaiheita eli hänen läpikäymäänsä ei uskota, sillä tapahtumat ovat sen verran suuria. Esimerkiksi sugar baby ja rintaimplanti-vaihe aiheuttaa ihmetystä, sillä ne ovat isoja muutoksia, jotka Ulman kävi läpi suhteellisen yllättäen. Myös toinen henkilö kommentoi

kuvaan, että Ulmanin meno on ollut hullua “crazy”. Kommentit osoittavat, että Ulmanin julkaisut ovat herättäneet epäilyksiä siitä, ovatko hänen Instagram-julkaisunsa totta vai ei. Epäilykset myös osoittavat sen, että Ulman on saavuttanut tavoitteensa: hän halusi luoda stereotyyppiset roolit, joissa on jotakin sen verran kliseistä, että seuraajat huomaisivat epäaitouden (Ulman 2020). Näin tosiaan tapahtui, mutta vasta viimeisen roolin loppuvaiheessa, kun suuri osa lavastetuista tapahtumista oli jo käyty läpi. Tästä voidaan päätellä, että Ulman onnistui luomaan aidon itsensä päälle keksityt roolit, joiden kautta hän esiintyi ja pyrki saamaan seuraajansa reagoimaan. Kuvien, tyylimuutosten sekä tekstivaihteluiden avulla hän loi uskottavan roolileikin, jota voidaan pitää identiteettihuijauksena. Ulman käytti nimeään ja muokkasi ulkonäkönsä jokaista luomaansa roolia vastaavaksi. Lisäksi hän hyötyi huijauksestaan eli sai lisää Instagram-seuraajia sekä mainetta, jolloin voi todeta, että hän onnistui luomaan kuvien ja tekstien avulla uskottavan ja onnistuneen huijauksen.

4. PÄÄTÄNTÖ

4.1. Tulokset

Ulmanin tapaus osoittaa sen, miten Instagramissa voi kirjoittaa ja mahdollisesti myös luoda itselleen mieleisen identiteetin / roolin. Instagram perustuu vuorovaikutukseen ja siihen, että käyttäjä luo omaan profiiliinsa sisältöä. Tämän sisällön on tarkoitus herättää muiden käyttäjien kiinnostus, jolloin he kommentoivat ja tykkäävät toisen käyttäjän julkaisuista eli kuvia, tekstiä ja jopa videoita yhdistävistä kokonaisuuksista. Tällainen kokonaisuus on multimodaalista eli vain teksti ei luo merkityksiä, vaan niitä luovat myös kuvat. Ulmanin *Excellences & Perfections* -kokonaisuus osoittaa hyvin, miten Instagramissa tyypillisesti kirjoitetaan. Kuten analyysiosion julkaisuista voi huomata, teksti rakentuu kuvateksteihin ja kommenttikenttiin. Kuva usein liittyy tekstiin ja vahvistaa tekstin sanomaa, kuten Ulmanin tapaus osoittaa. Multimodaalinen kirjoittaminen on juuri tätä käyttäjien välistä vuorovaikutusta julkaisun kommenttikentässä, mutta se on myös käyttäjän luoman sisällön sisäisiä merkityksiä kuvan ja tekstin välillä. Instagramissa kirjoittamiseen siis kuuluvat tekstin lisäksi kuvat, sillä ilman kuvaa teksti voi jäädä jopa vaillinaiseksi: julkaisun koko idea ei välity usein ainoastaan tekstin kautta. Tästä näkökulmasta katsottuna kuvat ja videot ovat tekstin lisäksi kirjoittamista Instagramissa, sillä ne luovat merkityksiä värien, rajauksen, liikkeen ja asentojen kautta. Tätä monipuolista kokonaisuutta voidaankin pitää multimodaalisen Instagram-kirjoittamisen ytimenä.

Kuten Ulmanin tapaus osoittaa, Instagram-kirjoittamiseen eivät ainoastaan liity multimodaaliset julkaisut, vaan tekijän rooli korostuu sisällön ohella. Instagram-julkaisut toimivat itseilmaisun keinona, jolloin Instagramin käyttäjä voi ilmaista itseään vapaasti. Usein käyttäjä luo sisältöä itsestään ja elämästään, joka kiinnittää muiden käyttäjien huomion. Muut voivat seurata yksittäistä tekijää ja reagoida tämän julkaisuihin. Näin kirjoittamisesta ja julkaisusta muodostuu vuorovaikutuksellinen kokonaisuus, joka perustuu Siltasen (2003) mukaan tekijän haluun jakaa asioita elämästään. Instagram-kirjoittamisen funktio onkin tuottaa julkaisuja, joiden kautta käyttäjät voivat vuorovaikuttaa keskenään. Kuten Svinhufvud (2016) toteaa, kirjoittaminen on myös prosessi. Tähän kirjoittamisen

prosessiin kuuluvat kirjoittamisen eri vaiheet ja sitä kautta kirjoittajan eli tekijän identiteetti. Identiteetti määrittää paljon sitä, miten yksittäinen henkilö kirjoittaa sosiaalisessa mediassa ja millaisia arvoja hän heijastaa. Ulmanin tapaus on esimerkki siitä, että Instagramissa käyttäjä voi kirjoittaa valheellisen eli keksityn identiteetin takaa. Kirjoittajaidentiteetti voi perustua osittain todellisuuteen tai se voi olla täysin keksittyä. Yleensä tällaisen valinnan syynä ovat Nyqvistin ja Ojan (2018, 20) mukaan tekijän omaa etua ajavat motiivit. Sosiaalisessa mediassa motiivi voi olla esimerkiksi se, että vilpin keinoin voi saada lisää seuraajia ja mainetta, kuten Ulmanille kävi. Tämä voi houkuttaa toisia luomaan itsestään parannellun version tai jopa ihanneminän, jota ikään kuin esittää sosiaalisessa mediassa.

Ulmanin onnistuneen huijauksen perusteella voidaan sanoa, että Instagramissa käyttäjä voi valita, millaisesta roolista käsin hän kirjoittaa. Karipis (2009) aiemmin totesi, että monesti sosiaalisen median käyttäjät parantelevat omaa kuvaansa esimerkiksi poistamalla itsestään huonommat puolet. Näin he voivat sopeutua paremmin joukkoon ja kokea kuuluvansa yhteisöön ilman leimautumisen pelkoa. Ulman loikin *Excellences & Perfections* -kokonaisuudessa itselleen niin sanotun ihanneminän, jolla hän tavoitteli täydellisyyttä rooleissaan. Ulman nimittäin loi kolme toisistaan poikkeavaa roolia, joita hän esitti nimellään ja kasvoillaan. Roolit eivät kuitenkaan vastanneet hänen todellista minäänsä, vaan ne olivat käsikirjoitetut roolit, joiden kautta Ulman pyrki herättämään muiden käyttäjien huomion sekä kritisoimaan Instagramissa naisten asemaa. Ulman loi roolinsa kuvien ja kuvatekstien avulla, ja muokkasi julkaisuja aina jokaisen roolihahmonsa mukaisesti. Hän käytti nimeään ja kasvojaan autofiktiolle tyypillisesti eli hän loi itsensä päälle kuvitteellisia piirteitä sekä yhdisti todelliseen elämään epätosia ja jopa liioiteltuja tapahtumia, kuten rintojen suurennusleikkauksen. Tällaista itsensä muokkausta sosiaalisessa mediassa voidaan pitää identiteettihuijauksena, mitä vahvistaa se, että Ulman myös hyötyi huijauksestaan. Hän sai mainetta sekä lisää seuraajia, mikä Nyqvistin ja Ojan (2018) voidaan laskea mahdolliseksi vilpin teon motiiviksi.

Kokonaisuudessaan Ulmanin yksittäistapaus osoittaa, että Instagram-kirjoittaminen on julkaisujen tekoa, mutta myös kirjoittajan identiteetin rakentamista. Kirjoittajat kertovat elämästään omasta näkökulmastaan käsin Instagramissa eikä julkaisujen todenperäisyyttä voi tietää ellei konkreettisesti tunne henkilöä (Karipis 2009, 28). Tekijä voi muodostaa itselleen mieleisen identiteetin Instagramiin ja kirjoittaa siitä käsin. Tällöin hän voi saavuttaa mahdollisesti kaipaamiaan asioita, kuten suosiota, sosiaalisen median yhteisön hyväksyntää

tai lisää seuraajia. Instagram-kirjoittaminen eli kuvien ja tekstien valinta perustuu käyttäjän motivaatiolle jakaa asioita. Yksittäinen käyttäjä vaikuttaakin valinnoillaan siihen, millaista kirjallista kokonaisuutta hän luo itsestään ja miten hän kirjoittaa. Näin ollen Ulmanin tapauksen valossa voidaan katsoa, että Instagram-kirjoittaminen perustuu sisällöntuottoon, identiteetin luomiseen sekä siihen, miten käyttäjä käsittelee totuutta. Ulmanin tapauksessa hän otti tietoisesti fiktiivisen linjan osoittaakseen juuri tämän Instagram-kirjoittamisen vaillinaisuuden: käyttäjät voivat kirjoittaa mitä tahansa tiettyjen raamien sisällä ja sitä kautta luoda valitsemansa identiteetin, jonka kautta kirjoittaa. Lisäksi multimodaaliset julkaisut eli kuvia ja tekstiä sisältävät kokonaisuudet luovat monipuolisen alustan itseilmaisuuksiin, jolloin kuvamuokkauksilla, kuten filttareilla, voi luoda itsestä jo todellisuudesta poikkeavan kuvan. Samalla tämä tekijän omantunnon vastuulle jäävä julkaisutapa mahdollistaa sen, että Instagramissa voi esiintyä itselleen edullisessa valossa eikä siitä välttämättä jää kiinni. Voi olla, että kritiikistä huolimatta Ulmanin huijaus ei olisi tullut ilmi, ellei hän olisi itse paljastanut sitä. Tämä osoittaa, että taitavalla kirjoittamisella sekä harkitusti julkaistuilla kuvilla voi luoda Instagramiin fiktiivisen kokonaisuuden: käyttäjä voi esiintyä nimellään ja kasvoillaan, mutta hän voi luoda itsestään autofiktiivisen sekä valheellisen roolin, jota esittää muille.

Ulmanin kirjoittamisen keinoilla luotu huijaustapaus on sen verran monipuolinen aihe, että tämä tutkimus on vasta yksi pieni osa laajaa mahdollisuuksien kokonaisuutta. Käsittelin tässä tutkimuksessa aihetta rajatusti, joten paljon jäi vielä käsittelemättä ja sanomatta Instagram-kirjoittamisesta, Ulmanin huijauksesta ja kolmesta stereotyyppisestä roolista. Tätä tutkimusta voisi jatkossa laajentaa eli lähteä tutkimaan tarkemmin Ulmanin rooleja esimerkiksi yksittäin. Lisäksi niin Instagramin kuin muidenkin sosiaalisten medioiden kanavien kirjoittamista voisi jatkossa tutkia laajemmin, sillä sitä on yhä 2020-luvulla tutkittu suppeasti. Jatkotutkimuksen osalta tämän tutkimuksen aiheet eivät rajoitu ainoastaan kirjoittamisen tutkimukseen, vaan Ulmanin huijausta ja rooleja voisi tarkastella myös kielitieteiden, psykologian tai taiteen tutkimuksen puolella. Rooleissa käytettyä kieltä voisi tutkia tarkemmin ja kattavammin, identiteettihuijaukseen voisi perehtyä psykologian kautta ja Ulmanin tapausta voisi myös käsitellä taiteellisen kokonaisuutena, joka kartoittaa enemmän "huora ja madonna" -asetelmaa sekä myös taiteen tekemistä. Näen siis tämän tutkimuksen olevan enemmänkin Instagram-kirjoittamiseen ja -tekijyyteen johdettava tutkimus, sillä osoitin yleisellä tasolla tapausesimerkin myötä sen, mitä kirjoittaminen yksittäisellä sosiaalisen median alustalla on.

Koen tämänkaltaisen tutkimuksen ajankohtaisena ja tärkeänä, sillä se havainnoi digitaalisen ympäristön toimintamalleja. Näitä malleja puolestaan on tärkeä tutkia ja käsitellä, sillä ne kertovat nykyhetkestä sekä siitä, miten esimerkiksi kirjoittamisen tavat ja lajien tunnistaminen on muuttunut. Tällaisia muutoksia on tärkeää dokumentoida, jotta myöhemmin voidaan nähdä kehityksen kaari. Samalla tämänkaltaisen tutkimus vie kirjallisuuden ja kirjoittamisen tapauksia teknologiseen ympäristöön, joka on nykyään jokapäiväisessä käytössä. Kirjoittaminen myös muuttuu näillä alustoilla, joten sitä olisi tärkeä tutkia jatkossakin eri sosiaalisen median kanavilla.

LÄHTEET

Banzerus, A. (2016). *Willingness to Accept for Instagram Accounts. First Empirical Evidence*. Anchor Academic Publishing.

Bateman, J., Wildfeuer, J., & Hiippala, T. (2017). *Multimodality: Foundations, research and analysis*. De Gruyter Mouton.

Burgess, J., Bruns, A. & Hjorth, L. (2013). *Emerging Methods for Digital Media Research*. Journal of Broadcasting & Electronics Media. Vol. 57 (1).

Collier, M. (2019). *Facebook, Twitter & Instagram for seniors, for dummies*. John Wiley & Sons.

Cohn, D. (2006). *Fiktio mieli*. Gaudeamus.

Duggan, M. (2015). *The Demographics of Social Media Users*. Pew Research.

Haettu 5.10.2022 osoitteesta

<https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/>

Gronemann, C. (2019) Autofiction. Toim. Martina Wagner-Egelhaaf. *Handbook of Autobiography / Autofiction*. De Gruyter.

Huusko, T. (2015). *Identiteetin varastaminen sosiaalisen median palveluissa*. Jyväskylän yliopisto. Tietojenkäsittelytieteiden laitos. Pro gradu.

<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/45738/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201504291688.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Joensuu, J. (2008). *Luova laji. Näkökulmia kirjoittamisen tutkimukseen*. Atena.

Karipis, K. (2009). *Identity construction and performance in real world and in social network sites : case study of Facebook*. Jyväskylän yliopisto. Digital culture. Pro gradu.

<https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/38704>

Koivisto, P. (2005). Minähän se olen! Miten elämästä tulee fiktiota Pirkko Saision romaanissa *Pienin yhteinen jaettava*. Toim. Lyytikäinen, P., Nummi, J. & Koivisto, P. *Lajit yli rajojen. Suomalaisen kirjallisuuden lajeja*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Gummerus Kirjapaino Oy.

Koivunen, H. (1994). *The woman who understood completely: A semiotic analysis of the Mary Magdalene myth in the Gnostic gospel of Mary*. International Semiotics Institute.

Kontinen, E. (2022). *Instagram-vaikuttajan uskottavuus ja parasosiaalisten suhteiden merkitys kuluttajan näkökulmasta*. Jyväskylän yliopisto. Markkinointi. Pro gradu -tutkielma.

<https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/81580>

Korhonen, V. (2009). *Tapauksena tapaustutkimus*. *Aikuiskasvatus*, 29(1), 66-67.

Koskimaa, R. (2012). Hypertutkimus. Toim. Heikkinen, V., Voutilainen, E., Lauerma, P., Tiililä, U. & Lounela, M. *Genre-analyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Gaudeamus. 511-515

Kääriäinen, P. (2021). *The cool girl cult: glossier and building brand identity on Instagram*. Jyväskylän yliopisto. Englannin kieli. Pro gradu. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/76567>

Langmuir, M. (2016). *Amalia Ulman Is the First Great Instagram Artist*. ELLE. Haettu 27.03.2023. <https://www.elle.com/culture/art-design/a38857/amalia-ulman-instagram-artist/>

Ledin, P., & Machin, D. (2018). *Doing visual analysis: From theory to practice*. SAGE Publications Ltd.

Leppänen, S., Møller, J., Nørreby, T., Stæhr, A., Kytölä, S. (2015). *Authenticity, normativity and social media. Discourse, Context and Media*.

MacDowall, L., & Budge, K. (2021). *Art after Instagram: Art Spaces, Audiences, Aesthetics*. Taylor & Francis Group.

Maguire, E. (2019). *Constructing the “Instagirl”, Deconstructing the Self-Brand: Amalia Ulman’s Instagram Hoax*. *European journal of life writing* (8). University of Groningen press.

Mikkonen, K. (2012). Multimodaalisuus ja laji. Toim. Heikkinen, V., Voutilainen, E., Lauerma, P., Tiililä, U. & Lounela, M. *Genre-analyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Gaudeamus. 296–308.

New Exhibitions Museum (2014). *Amalia Ulman, Excellences & Perfections*.

Haettu 2.10.2022.

<https://www.newmuseum.org/exhibitions/view/amalia-ulman-excellences-perfections>

Niemi-Pynttari, R. (2008). Genre luovana muotona ja verkkoproosa. Toim. Joensuu, Juri (2008). *Luova laji. Näkökulmia kirjoittamisen tutkimukseen*. Atena. 130–148.

Nørgaard, N. (2019). *Multimodal stylistics of the novel: More than words*. Routledge.

Nyqvist, S. & Oja O. (2018). *Kirjalliset väärennökset. Huijauksia, plagiaatteja ja luovia lainauksia*. Gaudeamus Oy.

Piippo, L. & Kilpiö, J. (2022). *Intermediaalinen kirjallisuus*. Jyväskylän yliopistopaino.

Rettberg, J. (2014). *Seeing Ourselves Through Technology. How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. Palgrave Macmillan London.

Rissanen, M. (2021). *Vuorovaikutusroolit suosittujen sosiaalisen median vaikuttajien Instagram-julkaisuissa*. Jyväskylän yliopisto. Suomen kieli. Pro gradu.

<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/75889/URN%3aNBN%3aff%3ajyu-202105243148.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Roine, H. (2022). Kohti vastavuoroisempaa. Transmediaalisuus narratologiassa digitaalisen muurroksen jälkeen. Toim. Piippo, L. & Kilpiö, J. *Intermediaalinen kirjallisuus*. Jyväskylän yliopistopaino.

Siltanen, J. (2003). Tarina sähköisissä viestimissä. Toim. Hirvonen, Elina. *Käsikirjoittaminen*. WS Bookwell Oy, Juva. s. 13-28.

Svinhufvud, K. (2016). *Kokonaisvaltainen kirjoittaminen* (3. uudistettu ja täydennetty laitos.). Art House.

Ulman, A. (2020). *Amalia Ulman: why I staged my own Instagram meltdown*. Financial Times.

Haettu 8.11.2022. <https://www.ft.com/content/d2cb7650-279b-11ea-9a4f-963f0ec7e134>

Vincent, J. (2018). Electronic emotions, age and the life course. Toim. Taipale, S., Wilska, T., & Gilleard, C. *Digital technologies and generational identity: ICT usage across the life course*. Routledge.

Väliverronen, E. (2002). Kirjoittaminen prosessina. Toim. Kinnunen, M. & Löytty, O. *Tieteellinen kirjoittaminen*. Vastapaino. p. 83-94.