

Yaeseo Kim

**INSTAGRAMIN
TOIMINTAMAHDOLLISUUKSIEN
VAIKUTUS LÄHEISYYDEN
KOKEMUKSEEN YSTÄVYYSSUHTEISSA**

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Marraskuu 2023

TIIVISTELMÄ

Yaeseo Kim: Instagramin toimintamahdollisuuksien vaikutus läheisyyden kokemukseen ystävyysuhteissa
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Viestinnän monitieteinen tutkinto-ohjelma
Marraskuu 2023

Sosiaalisen median sovellukset ovat muovanneet tapoja olla yhteydessä läheisiin ystäviin. Tämä tutkielma keskittyy tutkimaan Instagramin käytön vaikutusta ystävyysuhteisiin läheisyyden tuntemuksen ja affordanssien kautta. Affordanssit vaikuttavat keskeisesti käyttäjien havaintoihin alustan toiminnallisuuksista, mikä ohjaa vuorovaikutuksen syntymistä ja siihen liittyviä tulkintoja. Tavoitteena on ymmärtää, millaiset mekanismit kietoutuvat yhteisten kokemusten muodostumiseen.

Tutkimusaineisto perustuu verkkokyselyyn, johon osallistui 42 aktiivista Instagramin käyttäjää. Kyselyssä kartoitettiin osallistujien Instagramin käyttöä suhteessa muihin sosiaalisen median alustoihin, siihen liittyviä käyttömotiveja sekä heidän kokemuksiaan ystävyysuhteen läheisyydestä. Analyysi on toteutettu temaattisen sisällönanalyysin keinoin, jonka kautta on kartoitettu läheisyyteen vaikuttavat tekijät. Tutkimuksessa hyödynnetään affordanssin käsitettä, jota on rajattu tarkentaviin affordansseihin, joita ovat sosiaaliset ja kuvitellut affordanssit. Kyseisten käsitteiden on tarkoitus eritellä affordanssien merkitystä monipuolisesti, avaten erilaisia suhteita käyttäjien, sisältöjen ja alustan välillä niin kokemusten kuin toiminnan näkökulmasta.

Tutkimuksen keskeisimmät tulokset osoittavat, että käyttäjien odotukset alustaa kohtaan määrittävät vuorovaikutuksen suunnan ja laadun ystävyysuhteissa. Enemmistö vastaajista koki Instagramin käytöllä olevan positiivisia vaikutuksia ystävyysuhteen läheisyyteen, mutta aineistosta nousi myös useita negatiivisia näkökohtia. Analyysi on jaoteltu osioihin aineiston pohjalta, ja tulokset liittyvät vuorovaikutuksen suuntautumiseen, positiivisiin ja negatiivisiin tekijöihin läheisyyden kokemuksessa sekä käyttäjien havaintojen ja odotusten vaikutuksiin.

Tämä tutkielma tarjoaa arvokasta tietoa siitä, miten sosiaalisen median alustat voivat vaikuttaa ystävyysuhteisiin ja niille keskeiseen läheisyyden tuntemukseen. Tuloksissa ilmenee runsaasti vaihtelua, mikä viittaa affordanssien merkityksen korostumiseen alustan toiminnallisuuksien hyödyntämisessä. Instagram on ominaisuuksiltaan rikas alusta, mutta on riippuvainen käyttäjien päätöksistä hyödyntää tietynlaisia ominaisuuksia omiin tarkoituksiinsa.

Avainsanat: sosiaalinen media, affordanssi, ystävyysuhteet, läheisyys, Instagram

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	TEOREETTINEN TAUSTA	3
	2.1 Sosiaalinen media ystävyysuhteessa	3
	2.2 Ystävyysuhteen läheisyys	4
	2.3 Instagramin vuorovaikutteisuus	6
	2.4 Sosiaalisen median affordanssit	8
3	TUTKIMUSASETELMA	10
	3.1 Tutkimuskysymykset	10
	3.2 Tutkimusmenetelmä	10
	3.3 Tutkimusaineisto	11
4	ANALYYSI	13
	4.1 Vuorovaikutuksen suuntautuminen	13
	4.1.1 Käyttömotiivit	13
	4.1.2 Alustan käyttötarkoitus	14
	4.1.3 Vuorovaikutuksen tasapaino	15
	4.2 Läheisyyden kokemukseen positiivisesti vaikuttavat tekijät	15
	4.2.1 Kokemusten jakaminen	16
	4.2.2 Palautteen saaminen	17
	4.3 Läheisyyden kokemukseen negatiivisesti vaikuttavat tekijät	17
	4.3.1 Intiimiyden puute	17
	4.3.2 Muut negatiiviset vaikutukset ystävyysuhteeseen	18
	4.4 Käyttäjien havainnot ja odotukset	19
	4.4.1 Havainnot toimintamahdollisuuksista	20
	4.4.2 Alustan luonne	20
	4.4.3 Instagramin käyttö suhteessa kasvokkaiseen vuorovaikutukseen	21
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	22
	LÄHTEET	26
	LIITE 1: KYSELYLOMAKE	29

1 JOHDANTO

Sosiaalisesta mediasta on tullut merkittävä osa ihmisten jokapäiväistä elämää, vaikuttaen heidän vuorovaikutukseensa ja kokemuksiinsa. Nykypäivän sosiaalisen median alustoihin kytkeytyy lukemattomia verkostoja, joissa ihmiset kommunikoivat keskenään. Teknologiavälitteisestä vuorovaikutuksesta on siis tullut jokapäiväistä, ja voidaankin sanoa, että sosiaalinen media ei ole enää vain yksi viestinnän välineistä, vaan osa jatkuvaa vuorovaikutusta, sosiaalisia verkostoja, ja niiden tuottamia merkityksiä. Näin ollen onkin oleellista tutkia, miten sosiaalisen median mekaniikat yhdistyvät kokemusten rakentamiseen ja mahdollistavat toiminnallaan erilaisten merkityksien muodostamisen.

Sosiaalisen median kasvattaessa suosiotaan on yleistynyt myös monien sosiaalisen median alustojen yhtäaikainen käyttö. Suurista käyttäjämääristään tunnetuista sosiaalisen median alustoista Instagram on alusta, jossa yhdistyy sekä julkisuus että yksityisyys. Instagramin julkista, erityisesti kaupallista käyttöä on tutkittu runsaasti, mutta alustan yksityisen käytön merkitystä on tutkittu suhteellisen vähän.

Tutkin tässä henkilökohtaista käyttöä, ja siihen liittyviä käyttökokemuksia sekä tunteita. Mielenkiintoisen aiheesta tekee Instagramin monipuoliset toiminnan mahdollisuudet, joiden kautta voi luoda hyvinkin erilaisia merkityksiä. Keskityn henkilökohtaiseen käyttöön ystävien välisessä vuorovaikutuksessa, valottaen ystävyysuhteen merkityksiä läheisyyden tunteen kautta, jota avaan tarkemmin kappaleessa 2.3.

Tässä tutkielmassa on tarkoituksena tutkia, kuinka Instagramin alustan ominaispiirteet vaikuttavat ystävyysuhteissa tapahtuvaan vuorovaikutukseen ja kokemukseen läheisyydestä. Erityisesti globalisaation ja koronapandemian seurauksena teknologiavälitteisen, fyysisten rajoitteiden ylittävä yhteydenpito ja vuorovaikutus on kasvattanut merkitystä entisestään. Erilaiset media-alustat siis luovat ”oman tilansa”, joka ei kuitenkaan ole samalla tavalla aikaan tai paikkaan sidottu kuin fyysiset tilat (Baym, 2010). Nykyiset sosiaalisen median alustat tarjoavat lukuisia mahdollisuuksia,

mutta saattavat myös rajoittaa toimintaa. Näin ollen on tärkeää tunnistaa myös alustan omien lähtökohtien merkitys ja vaikutusvalta, sekä ymmärtää alustan ja käyttäjien välistä suhdetta. Käytän tämän suhteen tutkimiseen affordanssin käsitettä, joka ottaa huomioon käyttäjien ja alustan teknisen käyttöliittymän välistä molemminpuolista vuorovaikutusta (Vaahensalo, 2021, 115).

Tutkielman aineiston keruumenetelmänä toimii kyselytutkimus, jonka avulla tutkin 42 yliopisto-opiskelijan vastauksia heidän Instagramin käytöstään, sekä sen kautta koetuista käyttökokemuksista ja tuntemuksista ystävien välisessä vuorovaikutuksessa. Kysely keskittyy selvittämään Instagramin käytön merkitystä ystävyys-suhteissa. Millaisen vuorovaikutuksen avulla luodaan läheisyyttä ystävyys-suhteissa? Ohjaavatko alustan affordanssit läheisyyden kokemusta ystävyys-suhteissa? Käytän tutkielmassa Vaahensalon (2021) kontekstualisointimallia, joka toimii tutkimuksen viitekehystenä.

Tutkielman alussa pohjustan teoreettista taustaa avaamalla keskeisiä käsitteitä ja niistä tehtyä aikaisempaa tutkimusta. Seuraavaksi käsittelen tutkimusasetelmaa, jossa esittelen käyttämäni aineiston keruumenetelmää ja tutkimusaineistoa. Tämän jälkeen siirryn analyysiin, jossa kuvailen tutkimuksen tuloksia ja keskeisiä pohdintoja aiheesta nojaten tutkimuskäsitteisiin ja aiempaan tutkimukseen. Lopuksi kokoan yhteen tutkielman aiheen ja saamani tulokset, ja pohdin mahdollisia ongelmia, huomioita ja jatkotutkimuksen tarpeellisuutta.

2 TEOREETTINEN TAUSTA

Tässä luvussa esittelen tutkielman kannalta keskeiset käsitteet aiempien tutkimusten avulla. Luvussa 2.1 käsittelen sosiaalisen median konseptia erityisesti ystävyysuhteeseen linkitettyinä, ja luvussa 2.2 perehdyn tarkemmin Instagramiin sosiaalisen median alustana. Luvussa 2.3 avaun valintaani käyttää läheisyyden käsitettä ja sen merkitystä ystävyysuhteen kuvailussa. Viimeisessä luvussa 2.4 esittelen sosiaalisen median affordansseja.

2.1 Sosiaalinen media ystävyysuhteessa

Sosiaalisen median käsite on hyvin laaja ja kontekstiriippuvainen. Vaikka sosiaalinen media on arkipäiväistä ja sen käyttö monille hyvinkin tuttua, sen monimuotoisuus tekee yhtenevän määrittelyn tekemisestä hankalaa. Monesti sosiaalinen media voidaan ymmärtää sosiaalisen median sovelluksien kautta, ja monet tutkimukset käyttävätkin käsitettä Social Networking Sites (SNS) kuvaamaan tarkemmin verkostoitumis- ja yhteisöpalveluita (Matikainen, 2008). Carrin ja Hayesin (2015) mukaan sosiaalisella mediallyä tarkoitetaan verkkopohjaisia ympäristöjä, joissa korostuvat käyttäjien tuottama sisältö ja vuorovaikutus. Tässä tutkielmassa keskityn juuri sosiaalisen median vuorovaikutuksellisuuteen, joka on aikaan ja paikkaan sitoutumatonta.

Sosiaalisen median alustat ovat moninaisia ja ne mahdollistavat monenlaisen toiminnan. Näille voidaan kuitenkin määrittellä tyypillisiä ominaisuuksia, joita ovat näkyvyys, lähestyttävyyys, vuorovaikutuksen jatkuvuus ja tallentuminen sekä viestien muokattavuus (Yuan & Lee, 2021). Sosiaalisen median ominaisuuksia on hyvä tunnistaa ja erotella, jotta voidaan ymmärtää teknologian merkitys vuorovaikutuksessa. Nykyiselle sosiaalisen median käytölle on kuitenkin tyypillistä yhtäaikainen käyttö, jossa erilaisia alustoja käytetään toisiaan täydentävillä tavoilla omiin tarpeisiin sopiviksi (Lee & Borah, 2020).

Tässä tutkielmassa on myös merkittävää tunnistaa online- ja offline-vuorovaikutuksen erot ja yhteneväisyydet, sillä tarkoituksena on tutkia läheisiä ystäviä, jotka kokevat olevansa ystäviä myös digitaalisten ympäristöjen ulkopuolella. Online-ympäristöt

mahdollistavat monia offline-vuorovaikutukselle mahdottomia asioita, kuten nopeamman ja tiheämmän viestinnän, sisällön jakamisen ja pysyvyyden, sekä täydentävät tietynlaisia kokemuksia ja sosiaalisia tarpeita (Yuan & Lee, 2021).

Aikaisemmat tutkimukset viittaavat siihen, että online- ja offline-maailmat voivat olla hyvinkin tiiviisti yhteydessä toisiinsa, ja useimmat, erityisesti nuoret, käyttävät sosiaalista mediaa ylläpitääkseen tai vahvistaakseen todellisia offline-suhteitaan (Subrahmanyam ym., 2008, 422). Älylaitteiden käyttö helpottaa pääsyä integroituneisiin sosiaalisen median työkaluihin, mikä on hämärtänyt online- ja offline sijainnin rajoja entisestään (Carr & Hayes, 2015, 53). Useimpien henkilöiden sosiaaliset verkostot siis toimivat samaan aikaan sekä online- että offline-konteksteissa. Monissa tutkimuksissa (esim. Subrahmanyam, 2008; Pouwels ym., 2021) osoitettiin myös, että suurin osa nuorten ja nuorten aikuisten sosiaalisen median vuorovaikutuksesta liittyy ystävyysuhteisiin.

2.2 Ystävyysuhteen läheisyys

Ystävät ovat merkittävä osa ihmisten sosiaalisia verkostoja, etenkin sosiaalisen median kontekstissa. Ystävien kanssa jaetaan monia kokemuksia, tunteita ja merkityksiä, mikä korostuu etenkin nuoruudessa ja varhaisaikuisuudessa (Angelini ym., 2022). Tutkimuksissa on käytetty erilaisia käsitteitä kuvaamaan ystävyysuhteita, kuten läheisyyttä, intimiteettiä, henkilökohtaisuutta, autenttisuutta ja suhteen laatua. Näitä käsitteitä ei kuitenkaan voida erotella toisistaan, vaan ne liittyvät toisiinsa ja käytetään täydentämään toisiaan. Tutkielmassani keskityn ystävyysuhteen läheisyyteen, joka liittyy olennaisesti näihin kaikkiin.

Läheisten ystävyysuhteiden määrittelemisen on haasteellista, sillä läheisyyden tunne on suhteellinen kokemus. Niitä kuitenkin luonnehtivat keskeiset tekijät, joita ovat vastavuoroisuus, sosiaalinen ja emotionaalinen tuki, henkilökohtaisten tietojen jakaminen sekä yhdessäolon ja hauskanpidon korostuminen (Angelini ym., 2022). Pouwelsin ja kumppaneiden mukaan (2021) sosiaalisen median käyttö voi rikastaa

ystävyyssuhteita lisäämällä ja helpottamalla vuorovaikutusta. Rikkaampi vuorovaikutus sosiaalisessa voi vaikuttaa positiivisesti koettuun läheisyyteen erityisesti silloin, kun osapuolina ovat ystävät, jotka ovat yhteyksissä myös kasvokkaisen vuorovaikutuksen kautta (Pouwels ym., 2021).

Ystävyyssuhteisiin liittyvissä tutkimuksissa on myös tutkittu niitä tarpeiden näkökulmasta, jossa keskitytään erilaisiin ystävyyssuhteiden kautta täytettäviin tarpeisiin ja resursseihin (Chen & Peng, 2022). Sosiaalisen median kontekstissa korostuu positiivisen palautteen ja emotionaalisen tuen saamisen tarve, jotka ovat merkittäviä rakennuspalikoita ystävyyssuhteen laadun kannalta. Sosiaalisessa mediassa ystävien vuorovaikutus johtaa pääasiassa positiiviseen palautteeseen, joka voi ennustaa korkeampaa läheisyyden kokemusta. (Pouwels ym., 2021, 311.) Instagram on tästä näkökulmasta hyvin mielenkiintoinen kohde tutkia, sillä alustalle on ominaista visuaalisuus ja palautteen antamisen ja vastaanottamisen prosessit.

Läheisiä ystävyyssuhteita tutkittaessa sosiaalisen median kontekstissa on merkittävää huomioida teknologiavälitteiselle vuorovaikutukselle ominaiset vuorovaikutukset piirteet, ja vertailla näitä offline-vuorovaikutukseen ystävien välillä. Sosiaalisen median käytön ja ystävyyssuhteiden merkityksiä yhdistävät tutkimukset ovat vielä varhaisessa vaiheessa, ja aiheeseen liittyvät tutkimukset ovat hyvin tuoreita. Teknologiavälitteistä vuorovaikutusta on aikaisemmissa tutkimuksissa myös kuvattu käsitteellä ”elektroninen läheisyys” (eng. electronic propinquity), joka viittaa käsitykseen ihmisten välisestä psykologisesta läheisyydestä teknologiavälitteisen vuorovaikutuksen kontekstissa (Carr & Hayes, 2015, 55). Tärkeä näkökulma sosiaalisten viestintätilanteiden tutkimisessa on ymmärtää, kuinka teknologiavälitteinen vuorovaikutus säilyttää kasvokkaisen vuorovaikutuksen ydinominaisuudet, sillä näissä on havaittavissa huomattavaa päällekkäisyyttä ja vaikutusta läheisyyden kokemuksessa (Angelini ym., 2022).

Ystävyyssuhteiden ylläpitämistä ja erityisesti kehittymistä on haastavaa määritellä. Tämän vuoksi olen ottanut läheisyyden käsitteen, jolla kuvaan, kuinka henkilökohtaisella tasolla henkilöt tuntevat olevansa yhteydessä toisiinsa ja kuinka merkitykselliseksi he suhteen kokevat. Näin käsite liittyy sisäänsä myös intimitietin ja henkilökohtaisuuden,

jotka näkyvät keskeisinä ystävyysuhteiden tutkimuksissa. Vaikka aikaisemmissa tutkimuksissa on käytetty eri termejä ystävyysuhteiden kuvaamiseen, niihin liittyvät piirremittaukset ovat todistaneet, että ystävyysuhteen läheisyydestä on suhteellisen maailmanlaajuiset käsitykset (Pouwels ym., 2021, 310). Ystävyysuhteiden ylläpitämistä ja kehittymistä kuvataan ystävyuden määritelmien kautta, joissa korostuvat itsestä avautuminen (eng. self-disclosure) ja kommunikaation laajuus ja syvyys.

2.3 Instagramin vuorovaikutteisuus

Instagram on yksi tunnetuimmista sosiaalisen median alustoista, jota käytetään pääosin mobiililaitteeseen ladattavan sovelluksen kautta. Instagramissa on lukuisia erilaisia toimintamahdollisuuksia, kuten henkilökohtaisten profiilien luominen, valokuvien ja videoiden julkaiseminen, tykkääminen, kommentoiminen, sekä Ig-storyt. Alusta on yksi nopeimmin kasvavista sosiaalisen median alustoista maailmanlaajuisesti, ja suosittu erityisesti nuorten aikuisten keskuudessa (Lee & Borah, 2020, 57). Muista sosiaalisen median alustoista erottavan piirteenä voidaan nähdä sen visuaalinen luonne.

Instagram on mielenkiintoinen alusta tutkia, sillä sen toiminnoissa yhdistyvät sekä yksityisyys ja julkisuus. Leen ja Borahin (2020) mukaan sosiaalisen median alustojen käyttökokemuksen kannalta on olennaista havaittu toiminnallisuus, joka vaikuttaa kokemukseen alustan hyödyllisyydestä ja toimivuudesta. Instagram onkin toiminnallisuuksiltaan rikas alusta, mikä tekee sen tutkimisesta kiinnostavaa, mutta myös haastavaa. Monet Instagramiin liittyvistä tutkimuksista liittyvät julkiseen käyttöön, erityisesti vaikuttajiin ja alustan kaupallisiin puoliin. Henkilökohtaisen käytön tutkiminen onkin suhteellisen puutteellista.

Instagramin vuorovaikutteisuus perustuu pitkälti sisällön julkaisemiseen ja muiden tekemien julkaisujen seuraamiseen ja reagoimiseen. Instagram on alkuaikoinaan muokattu painottamaan visuaalista puolta, keskittyen toiminnoillaan kuvien julkaisemiseen, niiden kommentointiin ja tykkäämiseen. (Leaver ym. 2020.) Ystävyysuhteita tutkittaessa huomionarvoista on alustan merkitys vertailuprosesseissa

ja palautteen saamisen tarpeissa. Instagram visuaalisuus tekee siitä hedelmällisen vertailulle, muun muassa palautteiden kautta. Verkkovälitteisessä ympäristössä mahdollistuu välittömän palautteen saaminen, joista esimerkiksi tykkääminen edustaa numeerista palautetta. Instagramin julkaisujen ollessa usein positiivisesti painottuneita myös palaute on usein positiivista ja voi saada affektiivisen merkityksen. (Sánchez-Hernández ym., 2022.) Tutkimuksissa onkin osoitettu, että suhteessa muihin sosiaalisen median alustoihin Instagramissa korostuu nautinnollisuuteen liittyvät hyödyt (Yuan & Lee, 2021) ja alustan käyttö täyttää henkilökohtaisia tarpeita viihteellisyyden, sekä sosiaalisen tuen ja vertailun kautta (Sánchez-Hernández ym., 2022).

Toinen Instagramille tyypillinen ominaisuus on sen ei-vastavuoroinen seurantamekanismi, joka tekee siitä kiinnostavan sosiaalisten verkostojen suhteen (Lee & Borah, 2020). Jo yhteyspyynnön lähettämällä ja hyväksymisellä on keskeinen merkitys ystävyysuhteen määrittämisessä, sillä se paljastaa suhteen laatua itsessään (Yuan & Lee, 2021). Vaikka erilaiset sosiaaliset suhteet voidaan erotella alustakohtaisestikin, Instagram tarjoaa mahdollisuuden suhteiden erottelulle sen ominaisuuksilla. Tällaisesta toiminnosta on hyvänä esimerkkinä Ig-storyt, joita voi luoda useampia varustettuna eri suodattimilla, jotka kohdentavat sisällön vain tietyille ryhmille.

Instagramin visuaalisuuteen keskittyvät ominaisuudet mahdollistavat ystävyysuhteissa merkittävän itsestä avautumisen, mutta tämä vaikuttaa myös kokemukseen sosiaalisen dynamiikan yksipuolisuudesta. Instagramin käyttökokemusten havaittiinkin pyörivän enemmän heikompien sosiaalisten siteiden ympärillä suhteessa muihin sosiaalisen median alustoihin. (Lee & Borah, 2020, 59.) Instagramia käytetään siis runsaasti jo olemassa olevien suhteiden ylläpitämiseen, mutta se osoittaa alhaisempaa intimitteettiä muihin alustoihin nähden.

2.4 Sosiaalisen median affordanssit

Affordanssin käsitteen on alun perin esittänyt ekologinen psykologi James Gibson (1986), joka käytti käsitettä kuvaamaan eläinten ja ympäristön ominaisuuksien vuorovaikutussuhdetta. Affordanssiteorian mukaan ympäristön ominaisuudet pysyvät samoina, mutta siitä havaitut ominaisuudet riippuvat havaitsijan ominaisuuksista ja kyvyistä havaita asiat (Gibson, 2014). Affordanssin käsitettä on sittemmin muokattu mediatutkimuksen kentälle kuvaamaan ihmisten ja teknologian välistä suhdetta (Bucher & Helmond, 2017), joskin se on vielä hajanainen.

Sosiaalisen median kontekstissa affordansseilla tarkoitetaan alustan ominaisuuksien tarjoamia mahdollisuuksia, jotka vaikuttavat tulkintoihin ja käyttäjien välisen vuorovaikutuksen tapoihin (Vaahensalo, 2021). Affordanssiteoria mahdollistaa teknologiavälitteisen vuorovaikutuksen tarkastelun sekä teknologian, että käyttäjien näkökulmasta, ja huomioi näiden olevan jatkuvassa vuorovaikutuksessa niiden erottelun sijaan. Vaahensalon (2021) kontekstualisointimalli toimii menetelmänä, jonka avulla voidaan valita rajaukset aiheesta, ja purkaa aineiston ja eri lähteiden merkityksiä ilmiön ymmärtämiseen. Sosiaalisen median aineistot ovat aina kontekstiriippuvaisia, ja niitä voidaan rajata ilmiön tarkasteluun sopivaksi. Sosiaalisen median alustojen mahdollisesta samankaltaisuudesta huolimatta ne eriytyvät toisistaan aina käyttäjien toiminnan, puhetapojen ja kontekstin mukaisesti. (Vaahensalo, 2021.) Vaahensalon (2021) kontekstualisointimallin mukaisesti rajaamaan affordanssin käsitettä keskittymällä aikaisemmissa tutkimuksissa esitettyihin tarkentaviin määritelmiin, joista valitsin kuvitellut affordanssit (Nagy & Neff, 2015) sekä sosiaaliset affordanssit (Fox & McEwan, 2017). Käytän näitä affordanssin käsitteitä, jotta voin tarkastella Instagramin käyttöä ja sen vaikutusta monipuolisesti huomioiden käyttäjien, sisältöjen, sekä alustan monimuotoiset suhteet toisiinsa.

Nagy ja Neff (2015) esittävät kuvitellun affordanssin käsitteen, joka kuvaa käyttäjien asenteiden ja odotusten vaikutuksia havaintoihin alustan teknologiasta. Käsite siis keskittyy käyttäjien psykologisiin vaikutteisiin alustan toiminnallisuuden hyödyntämisessä. Heidän lähestymistapansa mukaan affordanssien muotoutumiseen

vaikuttavat ylläpitäjien kehittämän toimintaympäristön lisäksi myös käyttäjien itsensä muodostamat odotukset, ennakko-oletukset sekä kuvitelmat alustasta (Bucher & Helmond, 2017, 125). Toinen hyödyntämäni käsite on sosiaaliset affordanssit, jotka sitovat yhteen ihmisten vuorovaikutukselle oleellisia affordansseja, jotka pätevät vuorovaikutuksessa mediakanavasta riippumatta (Fox & McEwan, 2017). Lähestymistavassa affordanssit on esitetty mekanismeina, jotka ohjaavat kanavan valintaa, käyttöä ja vaikutuksia ihmisten välillä teknologiavälitteisessä ympäristössä. Sosiaaliset affordanssit tunnistavat teknisten ominaisuuksien lisäksi myös niistä mahdollistuvat vuorovaikutuksen piirteet, joita monissa teknologiavälitteisen vuorovaikutuksen teorioissa käsitellään. Esimerkiksi kanavan kyky välittää sosiaalisia vihjeitä voi olla eräs mekanismi, joka vaikuttaa olennaisesti myös mediakanavan rikkauteen, joka taas voi edistää sosiaalisen läsnäolon tunnetta. (Fox & McEwan, 2017). Käsitteen käyttö mahdollistaa Instagramin vuorovaikutteisuuden tutkimisen suoraan mediaympäristön ominaisuuksien ja ihmisten välisen tunnekokemuksen kautta.

Käytän näitä käsitteitä osana Vaahensalon (2021) kontekstualisointimallia, sillä ne valottavat sosiaalisen median alustan käyttöä monipuolisemmin käyttäjienkin näkökulmasta. Käsitteet auttavat myös ymmärtämään alustoja omina toimintaympäristöinä, joissa mahdollistuvat erilaiset toiminnat ja merkitysten luominen. On keskeistä huomioida käyttäjien näkökulma, jotta voidaan tutkia ystävyysuhteiden määritelmiä ja suhteen kehittymistä.

3 TUTKIMUSASETELMA

Tässä luvussa esittelen tutkimuksen tavoitteen tutkimuskysymysten avulla ja tarkastelen käyttämiäni menetelmiä ja aineistoja.

3.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimukseni tavoitteena on tarkastella, kuinka Instagramin ominaisuudet ja toimintamahdollisuudet vaikuttavat käyttökokemukseen ja sen kautta koettuun ystävyys-suhteiden laatuun. Tarkoituksena on siis laajentaa ymmärrystä sosiaalisen median alustan käytöstä ja sen luomista merkityksistä sekä alustan mahdollisuuksien että käyttäjien näkökulmasta.

Olen jakanut tutkimuskysymykseni kaksiosaiseksi seuraavanlaisesti:

1. Miten Instagramin toiminnot ja vuorovaikutusominaisuudet vahvistavat tai vähentävät käyttäjien kokemaa läheisyyden tunnetta ystävyys-suhteissa?
2. Millä tavoin alustan affordanssit ohjaavat läheisyyden kokemusta?

3.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen aineisto kerättiin verkkokyselyn (Liite 1) avulla, joka toteutettiin Microsoft Forms -työkalun avulla. Kysely koostui kahdesta osiosta, joista ensimmäisessä pyrin kartoittamaan yleisesti Instagramin arkipäiväisyyttä sosiaalisen median käytössä, erilaisten toimintojen hyödyntämistä sekä käytön tarkoitusta. Kyselyn toisessa osiossa oli vastaavanlaisia kysymyksiä toiminnoista, mutta ne keskittyivät ystävien välillä tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Kyselyn lopuksi pyysin vastaajia perustelemaan omia vastauksiaan ja tuomaan esille mahdollisia vaikutuksia ystävyys-suhteen laatuun ja koettuun läheisyyteen. Kysely sisälsi sekä suljettuja kysymyksiä Likertin asteikolla sekä avoimia kysymyksiä, joiden tarkoituksena oli selvittää vastaajien kokemusta Instagramin käytöstä ja sen vaikutuksesta ystävyys-suhteisiin.

Tutkimuksen analyysi toteutettiin aineistolähtöisenä temaattisena sisällönanalyysinä. Tutkimus on laadullista, sillä tavoitteena on ymmärtää Instagramissa luotuja kokemuksia

ja merkityksiä. Sisällönanalyysin avulla voidaan jäsenellä aineistosta selkeä kuvaus tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi, 2018). Temaattisessa analyysissä vastaukset koodataan, jotta vastaukset saadaan selkeytettyä ja yksinkertaistettua. Teemoittelun tarkoituksena on purkaa ja pilkkoa laadullista aineistoa teemoihin analysoimisen helpottamiseksi. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.)

Ennen teemoittelua tutustuin vastauslomakkeisiin huolellisesti, jonka jälkeen jaoin samankaltaisia vastauksia teemojen alle värikoodien avulla. Tuomen ja Sarajärven (2018) mukaan analyysiyksikköjen valinta tulee sopia tutkimuksen tarkoitukseen, ja annoinkin teemojen muokkautua vielä analyysiprosessin aikana analyysiin ja tutkimuskysymyksiin sopiviksi.

Tutkimuksen eettiset kysymykset otettiin huomioon koko tutkimusprosessin ajan. Ennen kyselyn aloittamista vastaajilta pyydettiin suostumus vastausten keräämiseen ja vastausten mahdolliseen säilyttämiseen pro gradu- tutkielmaa varten. Kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista ja osallistujilla oli mahdollisuus peruuttaa suostumuksensa milloin tahansa.

3.3 Tutkimusaineisto

Vastaajat kerättiin pääasiassa henkilökohtaisten sosiaalisen median kanavien kautta, muun muassa viestien kautta ystäville sekä Tampereen yliopiston Informaatio- ja mediatutkimuksen opiskelijoiden ainejärjestön Telegram-kanavalla. Valitsin tämän rekrytointitavan, koska se mahdollisti kyselyn laajemman levittämisen ja tavoitti yliopisto-opiskelijoita, joilla oli jo kokemusta Instagramin käytöstä. Kysely oli avoimena kuuden päivän ajan aikavälillä 21.11.–26.11.2022. Vastaajilta ei kerätty mitään henkilökohtaisia tietoja, jotta vastausten anonymiteetti säilyisi ja osallistujien yksityisyys varmistettaisiin.

Päädyin valitsemaan kyselytutkimuksen haastattelujen ja kyselyn väliltä, koska kyselyn avulla on mahdollista kerätä vastauksia suuremmalta joukolta ja kartoittaa vallitsevia teemoja. Koin kyselyn olevan hedelmällisempi sen lähestyttävyyden ja useiden kyselytoimintojen vuoksi. Kysely koostui Likertin asteikkoa hyödyntävistä kysymyksistä,

jotka kartoittivat erilaisten toimintojen käyttöä, sekä avoimista kysymyksistä, joiden avulla pyrittiin kartoittamaan vastaajien henkilökohtaisia kokemuksia Instagramin vaikutuksista ystävyys-suhteisiin. Toiminnot oli jaettu sisällöntuotannon toimintoihin (kuvien tai videoiden julkaiseminen, Ig-storyt, Reels ja Ig-live) ja muihin toimintoihin (seuraaminen ja siihen liittyvät toiminnot, kommentointi, reaktiot Ig-storeihin, yksityisviestintä ja ryhmächatit). Yhtenä toimintona esitettiin myös julkaisujen tallentaminen, mutta jätin sen analyysin ulkopuolelle, sillä toiminto näyttäytyi merkityksettömänä aiheeseen.

Sain kyselyyn 42 vastausta. Kyselyn jakovaiheessa liitettyssä viestissä pyysin, että vastaajat olisivat yliopisto-opiskelijoita ja käyttäisivät Instagramia jo entuudestaan. En kuitenkaan pysty takaamaan, että kaikki vastaajat ovat todella täyttäneet nämä kriteerit, sillä kysely jaettiin linkillä, joka oli mahdollista jakaa myös eteenpäin. Vastaajista 93 % kertoi käyttävänsä Instagramia päivittäin ja loput ainakin viikoittain, joten kaikki vastaajat voidaan nähdä aktiivisina käyttäjinä. Kysely oli anonymi, eikä yksittäisiä henkilöitä voida tunnistaa vastausten perusteella. En kartoittanut muita taustatietoja kuten ikää tai sukupuolta, sillä en kokenut sen olevan merkityksellistä tässä tutkimuksessa.

4 ANALYYSI

Tässä luvussa esittelen ja analysoin tutkimuksen tuloksia peilaten niitä aiempaan tutkimukseen. Käytän analyysissä lainauksia osallistujien vastauksista. Linaan vastaukset sellaisinaan, mutta muutamia niistä on muokattu hieman korjaamalla kirjoitusvirheitä lukemisen helpottamiseksi. Käytän lainauksissa koodia (Vx, Kx), joista Vx viittaa vastaajan numeroon ja Kx kysymykseen, jonka vastausta käsitellään.

Analyysiosiossa pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiin kartoittamalla, millaisten toimintojen ja vuorovaikutusten kautta luodaan läheisyyden tunnetta ystävyysuhteissa, ja kuinka alustan affordanssit mahdollisesti ohjaavat läheisyyden kokemusta. Luvussa 4.1 kuvaan Instagramin käytön taustalla olevia motiiveja ja niiden vaikutusta vuorovaikutuksen suuntautumiseen. Luvussa 4.2 tarkastelen niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat positiivisesti ystävyysuhteiden läheisyyteen. Luvussa 4.3 avaun läheisyyteen negatiivisesti vaikuttavia tekijöitä, jotka ilmenivät aineistosta. Luvussa 4.4 pureudun aineiston tuloksiin affordanssien näkökulmasta valottaen käyttäjien havaintoja ja odotuksia Instagramin alustasta. Analyysissä käsitän kaikki vastaajat aktiivisina Instagramin käyttäjinä, sillä 39 (93 %) kertoivat käyttävänsä Instagramia päivittäin ja loputkin 3 osallistujaa (7 %) vähintään viikoittain. Kyselyyn kertyi yhteensä 42 vastausta, joista löytyi satunnaisesti vastaamatta jätettyjä kohtia.

4.1 Vuorovaikutuksen suuntautuminen

Instagramin käyttö ystävyysuhteissa ilmentää useita mielenkiintoisia näkökohtia, jotka liittyvät käyttömotiiveihin ja vuorovaikutuksen suuntautumiseen. Aineistosta nousi esiin erilaisia teemoja liittyen Instagramin käyttöön, joita voidaan tarkastella käyttömotiivien, alustan käyttötarkoitusten sekä vuorovaikutuksen luonteen näkökulmasta.

4.1.1 Käyttömotiivit

Kaikki vastaajista kertoi olevansa aktiivisia käyttäjiä, mutta vastaukset olivat hyvinkin vaihtelevia sen suhteen, mihin tarkoitukseen he käyttivät alustaa pääasiallisesti. Tämä viittaa vastaajien erilaisiin käyttömotiiveihin, ja huomattava osuus heistä ei käyttänyt

Instagramia ensisijaisesti ystävien kanssa viestimiseen. Suuri osa vastaajista, noin 43 %, kertoi käyttävänsä alle 30 % käyttöajastaan ystävien kanssa, kun taas vain 7 % käytti yli 81 % ajastaan ystävien väliseen viestintään. Loput, eli noin 45 % sijoittui näiden kahden ääripään väliin. Tulosten perusteella Instagram jää ystävien keskeisessä viestinnässä pikaviestimien, kuten WhatsAppin ja Snapchatin, jälkeiseksi vaihtoehdoksi. Vaikka Instagramia ei ensisijaisesti käytetä henkilökohtaiseen viestintään, se vaikutti vastausten perusteella olevan merkittävässä roolissa käyttäjien päivittäisessä vuorovaikutuksessa.

"Instagram ei ole suosituin sovellukseni ystävien kanssa vuorovaikuttamiseen, mutta kuitenkin päivittäin katselen siellä ystäväni tarinoita sekä kuvia. Satunnaisesti saatan myös kommunikoida yksityisviestien välityksellä. Instagram häviää kuitenkin Snapchatille tai Whatsapille omassa käytössäni, mitä tulee ystävien kanssa kommunikointiin." (V14, K4)

Kuten aiemmissa tutkimuksissa on käynyt ilmi, useiden alustojen yhtäaikainen käyttö on yleistä, ja niitä käytetään täydentämään toisiaan (Lee & Borah, 2020). Instagramissa käyttömotiivit painoutuivat pääosin kokemusten jakamisen teemaan, johon sisällytän oman elämän hetkien jakamisen ja muiden elämän seuraamisen ja reagoinnin, sekä ulkopuolisten sisältöjen jakamisen ystäville.

4.1.2 Alustan käyttötarkoitus

Alustan ominaisuuksia ja niiden käyttöä tarkasteltaessa on merkittävää huomioida myös alustan antamat lähtökohdat, jotka perustuvat suunnittelijoiden luomiin teknisiin ominaisuuksiin ja niiden tarkoitukseen. Kysymyksissäni erottelin alustan eri toimintojen käyttöä. Vastauksissa oli havaittavissa yhteneväisyyksiä, jonka kautta ryhmittelin toiminnot perinteisiin ja suhteellisen uusiin toimintoihin. Tuloksista voi havaita, perinteiset toiminnot, kuten kuvien ja videoiden julkaiseminen, seuraaminen, kommentointi ja yksityisviestintä (Leaver ym., 2020) ovat edelleen käytetympiä, kuin suhteellisen uudet toiminnot, joita on lisätty myöhemmin alustan päivittymisen myötä.

Instagramin suunnittelussa on painotettu sen visuaalisuutta (Leaver ym., 2020), ja uusien toimintojen käyttö on jäänyt vähäisemmälle. Tästä voi päätellä, että tietyt alustat

ovat vakiinnuttaneet roolinsa tietynlaiseen toimintaan soveltuvana, ja sen ulkopuolelle jääviä toimintoja hyödynnetään vähemmän. Esimerkiksi Instagramin lyhytvideoihin perustuva Reels-toiminto on saattanut jäädä vähäiseksi, sillä tällainen sisältömuoto on saanut alun perin suosionsa TikTokin kautta, joka toimii vaihtoehtoisena, paremmin vakiintuneena sovelluksena kyseiselle toiminnolle (Bishqemi & Crowley, 2022). Mielenkiintoisena havaintona toimii kuitenkin vuonna 2016 julkaistu Ig-story-toiminto, joka oli vakiinnuttanut asemansa Instagramin toimintona. Se mahdollistaa reaaliaikaisemman ja vuorovaikutteisemman kommunikoinnin kuvien ja videoiden lyhytkestoisella jakamisella (Instagram, 2023), mutta painottuu edelleen visuaalisuuteen, joka on ollut pitkään perustana alustalle. Alustan toiminnoissa voi myös havaita korostuvan julkisuus, joskin myöhemmin on lisätty päivityksiä, jotka mahdollistavat yleisön rajaamisen muun muassa säätämällä julkaisujen näkyvyyttä ja yleisöä (Instagram, 2023).

4.1.3 Vuorovaikutuksen tasapaino

Vuorovaikutuksen luonne vaihtelee eri toimintojen välillä. Sisällöntuotantoon perustuvat toiminnot, jotka eivät suoranaisesti vaadi molemminpuolista vuorovaikutusta, näyttävät johtavat vähäisempään läheisyyden tunteeseen. Henkilökohtaisemmalle ja kahdenväliselle vuorovaikutukselle paremmin soveltuvat toiminnot kuten kommentointi, reagointi, yksityisviestintä ja ryhmächatit osoittivat johtavan positiivisempaan kokemukseen läheisyydestä.

Tällaisesta vuorovaikutuksesta jää myös seurattava jälki, mikä voi vahvistaa läheisyyden kokemusta. Jälleen huomionarvoisena toimintana voidaan mainita Ig-storyt, joka mahdollistaa helppokäyttöisen, mutta interaktiivisen vuorovaikutuksen (Agung & Darma, 2019). Ig-storeissa on mahdollista esimerkiksi helposti reagoida muiden sisältöihin, sekä seuraamaan, ketkä ovat nähneet omat julkaisut.

4.2 Läheisyyden kokemukseen positiivisesti vaikuttavat tekijät

Angelinin ja kumppaneiden mukaan (2022) sosiaalisen median kontekstissa läheisyyden kokemusta luonnehtivia tekijöitä ovat vastavuoroisuus, sosiaalinen ja emotionaalinen

tuki, henkilökohtaisten tietojen jakaminen sekä yhdessäolon ja hauskanpidon korostuminen. Kyselyvastauksista oli havaittavissa samankaltaisia teemoja, joiden koettiin vaikuttavan positiivisesti läheisyyteen ystävyyssuhteessa. 76 % kaikista vastaajista koki Instagramin käytöllä olevan positiivisia vaikutuksia ystävyyssuhteeseen, joista 15 kertoi Instagramin ylläpitävän suhteita ja 17 osittain ylläpitävän ystävyyssuhteita. Suurin osa vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että Instagramin vaikutukset ystävyyssuhteessa rajoittui suhteen ylläpitoon, eikä niinkään edistänyt niitä. Kiinnostava huomio oli, että kolmasosa vastaajista koki Instagramin käytön edistävän suhteita, jos toinen henkilö oli vähemmän läheinen. Seuraavassa kahdessa luvussa tarkastelen vastauksissa korostuneita tekijöitä, jotka vaikuttivat positiivisesti läheisyyden kokemukseen.

4.2.1 Kokemusten jakaminen

Kokemusten jakaminen oli vallitseva teema vastauksissa, joissa Instagramilla koettiin olevan positiivisia vaikutuksia ystävyyssuhteeseen. Kokemusten jakamisen teemaan sisällyttiin toiminnot, joiden kautta voidaan jakaa sekä omia että läheisten kokemuksia, sekä yhteisiä tuntemuksia ja ajatuksia ulkopuolisten, muiden luomien sisältöjen kautta. Tämä ulottuvuus korostaa yhteydenpidon moninaisuutta ja antaa vuorovaikutuksen osapuolten jakaa yhteisiä merkityksiä. Kiinnostava huomio aineistosta oli, että ulkopuolisen sisällön jakaminen koettiin merkittäväksi, ja sen kautta korostui hauskanpito ja mahdollinen keskustelun aloittava motiivi:

"Yhteinen huumorintaju hioutuu, kun näkee mitä muut pitävät hauskana."
(V8, K12)

Jakamalla kokemuksia sosiaalisen median alustan kautta fyysisen läsnäolon rajoitteet rikkoutuvat, mikä koettiin mahdollistavan kasvokkaiselle vuorovaikutukselle mahdollisia puolia, ja näin täydentävän perinteistä kasvokkaista vuorovaikutusta. Lisäksi osa vastaajista kertoi pitävänsä yhteyttä kaukana asuviin ystäviinsä yhteyttä pääosin sosiaalisen median kautta, ja siten ylläpitävänsä suhteen heihin aikaan ja paikkaan sitoutumattomalla tavalla.

4.2.2 Palautteen saaminen

Sosiaalisen median käytössä korostuu positiivisen palautteen ja emotionaalisen tuen saamisen tarve (Pouwels ym., 2021). Instagramin toiminnoissa korostuvat palautteen saamisen ja antamisen prosessit, muun muassa tykkäämisen, kommentoimisen ja reagoimisen kautta. Vastaajat kokivat Instagramin olevan helppokäyttöinen ja lähestyttävä palautteenjakamismekanismiltaan. Myös epäsuoremmat palauteprosessit, kuten muiden käyttäjien toiminnan seuraaminen ja heidän oman sisältönsä jakaminen, näyttävät vaikuttavan myönteisesti ystävyyssuhteisiin. Eräs vastaaja esimerkiksi kuvasi aktiivisuuden sisällön seuraamisessa ja reagoinnissa kertovan ystävyyssuhteen laadusta:

"Instagram ylläpitää ystävyyssuhteitani jonkin verran. Esimerkiksi se, että ihmiset ovat käyneet katsomassa tarinani tai katson itse jonkun toisen tarinan kertoo siitä, että toisen tekemiset kiinnostavat ainakin jollain tasolla. Kuvista tai tarinoista tykkääminen vahvistaa mielestäni entisestään yllä olevaa ystävyyssuhdetta, kun taas joku toinen jakaa oman tarinani tai kuvani, kertoo se mielestäni vahvasta ystävyyssuhteesta." (V14, K11)

Instagram siis tarjoaa monipuolisia tapoja saada palautetta, ei pelkästään suorien reagoinnin toimintojen avulla, mutta mahdollistamalla aktiivisuuden jälkien seurannan. Palautteen saamisen prosessit myös lisäävät vastavuoroisuutta, joka on merkittävä tekijä läheisyyden kokemuksessa (Angelini ym., 2022)

4.3 Läheisyyden kokemukseen negatiivisesti vaikuttavat tekijät

Kysymyksessä 13 kartoitin myös Instagramin mahdollisia negatiivisia vaikutuksia ystävyyssuhteissa. Vaikka monet vastaajista kokivat Instagramin tarjoavan positiivisia vaikutuksia ja eivät maininneet negatiivisia vaikutuksia (33 %) tai jättivät vastaamatta (21 %), osa raportoi myös negatiivisista näkökohdista. Otan tässä luvussa myös huomioon syyt, miksi Instagramin ei koettu ylläpitävän ystävyyssuhteita.

4.3.1 Intiimiyden puute

Vallitseva tema negatiivisista tekijöistä oli intiimiyden puute Instagramin vuorovaikutuksessa. Osa vastaajista koki, että vuorovaikutus Instagramissa on pinnallisempaa ja vähemmän henkilökohtaista muihin sosiaalisen median alustoihin

nähdessä. Yksi vastaajista ilmaisikin, että vuorovaikutus Instagramissa voi olla vähemmän aktiivista ja ”vahvaa”, sillä yhteydenotto muihin ei ole välttämättä yhtä tietoista kuin muilla alustoilla. Vastaajat myös kertoivat, että Instagramissa jaetut sisällöt tuntuvat suunnitelluilta, mikä voi johtaa epäautenttiseen tunteeseen ja siten korostaa sisältöjen pinnallisuutta.

Monet vastaajista myös kokivat Instagramin vuorovaikutuksen positiivisten tekijöiden painottuvan kevyempiin ihmissuhteisiin:

”Ystävyysuhteeni pysyivät läheisten ystävien kanssa aika samana. Joidenkin kanssa se ylläpitää enemmän, jos ystävyysuhte on vielä uusi. Sanotaan 1–3 vuotta ystävyyttä on minulle sellainen, että some auttaa yhteydenpidossa. Sen jälkeen se ei ole enää niin tarpeen.” (V8, K11)

Kuten aikaisemmat tutkimukset osoittavat, Instagram osoittaa alhaisempaa intimitteettiä vuorovaikutuksen luonteeltaan ja pyöriikin enemmän heikompien sosiaalisten suhteiden ympärillä (Lee & Borah, 2020, 64). Läheisessä suhteessa odotetaan vuorovaikutukselta korkeampaa intiimiyttä, sillä kommunikaation laajuus ja syvyys on merkittäviä tekijöitä ystävyysuhteen ylläpitämisessä ja kehittämisessä (Pouwels ym., 2021). Kevyemmille suhteille ei todennäköisesti ole tällaisia odotuksia vuorovaikutuksen syvyydestä, sillä varhaisessa vaiheessa suhte ei vaadi samanlaista intiimiyttä. Vastauksista voidaan kuitenkin päätellä, että intiimiyden puute ei johda niinkään ystävyysuhteen laadun laskemiseen suoranaisesti, vaan pikemminkin toimii esteenä sen kehittymiselle.

4.3.2 Muut negatiiviset vaikutukset ystävyysuhteeseen

Osa vastaajista raportoi myös Instagramin aiheuttamista negatiivisista vaikutuksista ystävyysuhteisiin. Moni mainitsi ulos jäämisen tunteen tai mustasukkaisuuden esimerkiksi kavereiden nähdessä tekevän jotakin ilman heitä. Vastaajat myös mainitsivat Instagramin aiheuttaman paineen ja valvonnan tunteen, joka liittyy toiminnan seuraamiseen. He kokivat, että käyttäjät olivat herkempiä tekemään johtopäätöksiä toisistaan, sillä tulkintoja voi vetää sekä toimimisesta että toimimatta jättämisestä.

Tällaiset johtopäätökset voivat vaikuttaa ystävyysuhteisiin haitallisesti esimerkiksi luomalla epäluuloisuutta:

”Instagram voi mielestäni aiheuttaa vainoharhaisuutta sekä paineita ystävyysuhteista. Jos joku jättää esimerkiksi tykkäämättä omasta kuvasta, se saatetaan nopeasti tulkita ajatuksena, että hän on katkaissut välit jakajan kanssa eikä tahdo olla tekemisissä, vaikka kyse voi olla yksinkertaisesti siitä, että A) hänellä on mennyt kuva ohi, B) hän ei pidä kuvaa tykättävän arvoisena tai C) hän ei yksinkertaisesti jaksa tykätä kuvasta. Instagramista muodostuu samalla seurannan alusta, jossa jokaisesta tehdystä tai tekemättömästä teosta vedetään hyvin suoria johtopäätöksiä.” (V13, K13)

Instagramin käytöllä koettiin myös olevan negatiivisia vaikutuksia, jos se syrjäytti kasvokkaisen vuorovaikutuksen. Tällöin kyse ei ole Instagramin käytöstä kasvokkaisen vuorovaikutuksen täydentämiseen, vaan pikemminkin esteenä olemisesta kasvokkaiselle viestinnälle. Eräs vastaaja mainitsi kasvokkaisen vuorovaikutuksen laadun kärsivän, jos keskityttiin liikaa sosiaalisen median vuorovaikutukseen.

4.4 Käyttäjien havainnot ja odotukset

Tutkimuksen viitekehyksenä toimivan kontekstualisointimallin mukaan alustan toimintamahdollisuudet aktualisoituvat käyttäjien havaintojen ja odotusten mukaisesti (Vaahensalo, 2021). Käyttäjien kokemukset perustuvat heidän sosiaalisiin (Fox & McEwan, 2017) ja kuviteltuihin (Nagy & Neff, 2015) affordansseihin, jotka ohjaavat heidän käyttökokemuksiaan ja vuorovaikutustaan. Osa havainnoista ja odotuksista liittyvät alustan toimintamahdollisuuksiin ja viestinnällisiin piirteisiin, kun taas osa keskittyy alustan luonteeseen ja sen tarjoamiin teknisiin mekanismeihin. Kasvokkaisen vuorovaikutuksen piirteet ja niiden suhde Instagramissa tapahtuvaan vuorovaikutukseen ovat myös tärkeä näkökohta, sillä sosiaalisen median vuorovaikutuksen intiimiyttä usein kuvataan verraten perinteisen, kasvokkaisen viestinnän piirteisiin (Angelini ym., 2022).

4.4.1 Havainnot toimintamahdollisuuksista

Käyttäjien havainnot Instagramin toimintamahdollisuuksista ja piirteistä ilmentyvät eri alustojen käyttömotiiveissa. Eri alustoilla havaitaan vahvemmin käyttömotiiveihin perustuvia toiminnallisuuksia, jolloin vakiintuu myös niiden rooli mediaympäristönä. Tämä näkyy myös kyselyvastauksissa, joissa on havaittavissa useamman eri alustan yhtäaikaista käyttöä sen perusteella, minkälaista vuorovaikutusta haluaa käydä. Nykyisten mediaympäristöjen avoimuus ajaakin ihmisiä valitsemaan alustansa palvelemaan erilaisia tarpeita, muodostaen niistä kokonaisuuden pikemminkin kuin erottelisi niitä.

Kuvitellut affordanssit, eli käyttäjien ennakko-oletukset ja kuvitelmat alustan teknologiasta, ohjaavat heidän asenteitaan ja odotuksiaan Instagramin suhteen (Nagy & Neff, 2015). Samoin sosiaaliset affordanssit, jotka mahdollistavat erilaisten vuorovaikutusmekanismien hyödyntämisen, vaikuttavat siihen, kuinka käyttäjät näkevät alustan rikkauden ja potentiaalin (Fox & McEwan, 2017).

4.4.2 Alustan luonne

Alustan luonteella voidaan liittää sisäänsä sekä teknisten mekanismien toiminta, joka perustuu suunnittelijoiden luomaan käyttötarkoitukseen, sekä käyttäjien havainnot toiminnallisuuksista, jossa aktualisoituvat nämä mekanismit. Visuaalisuus ja julkisuus ovat keskeisiä piirteitä, joita havaitaan usein Instagramin piirteistä.

Kyselyn vastaajat kuvailivat Instagramin vuorovaikutuksen olevan laajempaa, ja näin kohdennettua usein suuremmalle yleisölle. Suurin osa vastaajista kertoi käyttävänsä muita sosiaalisen median alustoja ensisijaisesti henkilökohtaisempaan viestintään.

"Käytän Instagramia yleisesti myös julkisuudenhenkilöiden, brändien ja isompien tahojen seuraamiseen. Omia julkaisuja julkaistessani en suuntaa niitä tietyille ystäville, vaan myös minulle tuntemattomille minua seuraaville ja julkaisun näkeville. Ystävien kanssa käytän toisia sovelluksia." (V31, K9)

Havainnot Instagramin helppokäyttöisyydestä ja nopeista vuorovaikutusmekanismeista ohjaavat käyttäjiä painottumaan enemmän pintapuolisempaan vuorovaikutukseen, jolla voi olla hankala saavuttaa henkilökohtaista yhteyttä vuorovaikuttajien välillä. Nämä

piirteet voivat kuitenkin myös madaltaa vuorovaikutuksen kynnystä ja johtaa vuorovaikutuksen tiheyteen, jolla voi olla positiivisia vaikutuksia ystävyysuhteen läheisyyteen (Yuan & Lee, 2021). Käyttäjä pystyy itse säätämään käyttämänsä ajan ja viestinnän tiheyden, mikä voi vaikuttaa käyttäjäkohtaisiin eroihin havainnoista vuorovaikutuksen suhteen.

4.4.3 Instagramin käyttö suhteessa kasvokkaiseen vuorovaikutukseen

Vuorovaikutuksen laatuun liittyvissä kysymyksissä nouseva teema oli kasvokkaisen vuorovaikutuksen merkitys ystävyysuhteissa. Instagramin käyttö liittyi pääasiassa fyysisen läsnäolon täydentämiseen. Korvaavana vaihtoehtona sitä pidettiin vain, jos fyysiseen tapaamiseen oli esteitä, kuten kaukainen sijainti. Tällöin sosiaalisen median aika- ja paikkakontekstiin sitoutumaton piirre osoittautui hyödylliseksi, jolloin sillä oli usein positiivisia vaikutuksia läheisyyden kokemukseen.

Yuanin ja Leen (2021) mukaan sosiaalisen median vuorovaikutuksen myönteiset vaikutukset näkyvät nopean ja tiheän viestinnän mahdollistamisessa, sisällön jakamisessa ja pysyvyydessä, sekä tietynlaisia kokemuksia ja sosiaalisia tarpeita täydentämisessä. Sosiaaliset affordanssit ottavat huomioon teknologiavälitteisen viestinnän teorial (Fox & McEwan, 2017), joiden mukaan mediaväliseen kyky välittää sosiaalisia vihjeitä viittaa samankaltaisuuteen kasvokkaisen viestinnän kanssa, mikä taas johtaa todennäköisemmin läheisyyden tunteen syntymiseen (Angelini ym., 2022).

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Instagramin alustalla vaikuttavia ominaisuuksia ja niiden mahdollista vaikutusta ystävyysuhteessa koettuun läheisyyteen affordanssien näkökulmasta. Tarkastelin sosiaalisen median henkilökohtaista käyttöä ja kuinka sosiaalisen median mekaniikat yhdistyvät kokemusten rakentamiseen. Kyselytutkimuksen analysoinnin tulokset tarjoavat useita mielenkiintoisia pohdinnan aiheita. Ensinnäkin tulokset osoittavat, että Instagramiin liittyvät käyttömotiivit ja niihin liittyvät odotukset alustaa kohtaan vaihtelivat vastaajien kesken. Monilla käyttäjillä oli pyrkimyksenä tavoittaa suurempaa yleisöä toiminnallaan, mikä johti käytön painottumisen kevyempiin ihmissuhteisiin, ja läheisten ystävyysuhteiden ylläpitämisen enemmän muilla alustoilla.

Tuloksissa korostuivat myös läheisyyteen liittyvät käsitteet, kuten intiimiys, autenttisuus, henkilökohtaisuus ja suhteen laatu. Analysoinnissa paljastui, että nämä kaikki käsitteet todellisuudessa sisältyivät läheisyyden kokemukseen ja osallistuivat ystävyysuhteiden kuvailuun. Enemmistö vastaajista koki Instagramin käytöllä olevan vaikutusta läheisyyden kokemukseen ystävyysuhteissa, vaikka monet heistä eivät nähneet Instagramia pääasiallisena sovelluksena tähän tarkoitukseen. Tuloksista löytyi yhteneväisyyksiä läheisyyden kokemuksessa ja käyttömotiiveissa vertailtuna muiden alustojen käyttöön. Jos käyttömotiivit liittyivät enemmän viestintään ystävien kanssa, käyttäjät kokivat käytön vaikuttavan positiivisemmin ystävyysuhteeseen. Tietynlaiset Instagramin toiminnot, erityisesti ne, jotka mahdollistavat kokemusten jakamisen ja vuorovaikutteisen toiminnan, näyttivät vaikuttavan myönteisesti läheisyyden kokemiseen.

Lisäksi tuloksista ilmenee, että affordanssit vaikuttavat läheisyyden kokemukseen, sillä alustan toimintojen hyödyntäminen vaihteli niistä tehtyjen havaintojen ja odotusten mukaisesti. Tuloksista oli siis havaittavissa affordanssien vaikutus käyttäjien päätöksiin käyttää tai olla käyttämättä tietynlaisia toimintoja, jotka taas omalla tavallaan vaikuttivat vuorovaikutukseen ja siten läheisyyden kokemukseen. Kiinnostava huomio

aiheen kannalta oli myös alustojen yhdistyminen ja samanlaistuminen. Alustan affordanssit vaikuttivat liittyvän juuri niihin ominaisuuksiin, jotka erottivat alustan muista sosiaalisen median alustoista. Vaikka eri sosiaalisen median alustoihin on lisätty samankaltaisia toiminnallisuuksia ajankohtaisten trendien mukaisesti, käyttäjien odotukset niistä määräytyivät niiden vakiintuneiden roolien mukaisesti. Instagramin tapauksessa alusta on keskittynyt pitkään visuaalisuuteen ja julkiseen käyttöön, mikä näkyi myös kyselyn tuloksissa. Vaihtoehtoisena käyttömotiiveja ohjaavana tekijänä oli toiminnallisuuden alkuperäisyys, joka näkyi esimerkiksi Instagramin Reels-toiminnon vähäisessä hyödyntämisessä.

Tutkimustuloksia voidaan suhteuttaa aiempiin tutkimuksiin, joissa on tunnistettu samankaltaisia tekijöitä ystävyyssuhteiden ylläpitämisessä ja edistämässä sosiaalisen median alustoilla. Esimerkiksi Angelinin ja kumppaneiden (2022) luonnehtima vastavuoroisuus, sosiaalinen tuki, henkilökohtaisten tietojen jakaminen sekä yhdessäolo ja hauskanpito korostui kyselyn vastauksissa. Vastaajat, jotka kokivat Instagramin käytön vaikuttavan läheisyyden kokemukseen, kuvailivat juuri näitä teemoja vuorovaikutuksessaan.

Tutkimuksessa otin huomioon sosiaaliset affordanssit (Fox & McEwan, 2017) ja kuvitteelliset affordanssit (Nagy & Neff, 2015). Tutkimuksen viitekehyksen perusteella rajasin affordanssin käsitettä näiden tarkentavien termien avulla tutkimuskysymysten tarkasteluun sopivaksi. Kontekstualisointimallin mukaan sosiaalisen median käytön tutkimuksessa korostuu konteksti ja affordanssit (Vaahensalo, 2021).

Kontekstilla kuvataan käyttäjän ja sisältöjen suhdetta ja niistä lähteviä tulkintoja toiminnallisuuksista (Vaahensalo, 2021), missä korostuu merkitysten ja kokemusten muodostuminen. Tämän tarkastelussa käytin Foxin ja McEwanin (2017) kuvaamia sosiaalisten affordanssien käsitettä. Tutkimustuloksista oli nähtävissä vastaajien taipumus havaita mediavälineestä ne ominaisuudet, jotka täyttivät heidän tarpeitaan ja näin myös odotuksia alustasta. Tarpeiden näkökulmasta odotukset painottuivat pitkälti alustan vuorovaikutuksellisuuteen, joista Instagramissa korostuivat pääasiassa visuaaliselle sisällölle ja palauteprosesseille ominaiset vuorovaikutustavat. Etenkin

alustan visuaalisuudessa voi huomata korostuvan sosiaaliset affordanssit (Fox & McEwan, 2017), sillä juuri tämä piirre Instagramin alustalla tarjoaa tekstimuotoisia julkaisuja rikkaampaa sisältöä, joka taas antaa vaikutelman rikkaammasta mediasta. Visuaalisuus on siis Instagramissa korostuva mekanismi, joka ohjaa käyttäjiä valitsemaan kanavan käytön.

Toinen lähestymistapa liittyi Nagyn ja Neffin (2015) kuvitteellisiin affordansseihin, joiden avulla tarkasteltiin käyttäjän ja alustan suhdetta, jossa korostuu itse toiminta. Lähestymistapa on samankaltainen edellisen kanssa, sillä se kuvaa käyttäjien asenteiden vaikutuksia havaintoihin alustan toiminnallisuudesta. Käsitteen avulla oli kuitenkin mahdollista tarkastella läheisyyden kokemusta tarkemmin alustan teknologian näkökulmasta, kun taas edellinen keskittyi vuorovaikutuksen piirteisiin ja kokemuksiin. Analyysin tulosten mukaan käyttäjien asenne Instagramia kohtaan määrittyi pitkälti käyttömotiivien perusteella, jotka taas rajautuivat Instagramin käyttötarkoitusten ja sitä kautta vakiintuneen roolin kautta. Tuloksista ilmeni, että käyttäjien odotukset Instagramista keskittyivät julkiseen käyttöön, jossa sisällöt olivat suunnattu suuremmille yleisöille. Alustan käytölle ei siis pyritty niinkään saavuttamaan henkilökohtaista yhteyttä yksittäisiin ystäviin, vaan vuorovaikuttamaan ystävien lisäksi myös tuttujen sekä jopa tuntemattomien kanssa laajemmin. Kuviteltujen affordanssien (Nagy & Neff, 2015) vaikutus siis näkyi vastaajien taipumuksessa käyttää Instagramin toimintoja, jotka palvelivat näitä tarkoituksia. Tässä tutkin affordansseja käyttäjien ja alustan ominaisuuksien lisäksi myös suunnittelijoiden näkökulmasta, jotta analyysiin sai liitettyä myös alustan pohjimmaiset tarkoitukset ja niiden merkitys.

Tutkimukseen liittyi myös useita haasteita. Sosiaalisen median alustojen käyttö on erittäin riippuvainen käyttäjästä, ja monet alustat palvelevat eri tarkoituksia eri käyttäjille. Vaikka affordanssien käsite helpotti ilmiön tutkimista, käsitteen hajanaisuus ja erilaisten affordanssien kuvailun vaihtelevuus ja niiden päällekkäisyys osoittautui haastavaksi soveltaa analysointiin. Myös tunteiden määrittely ja läheisyyden kokemus ovat suhteellisia, ja yhdenmukaisten mittaustapojen kehittäminen on hankalaa. Osassa vastauksista ja mahdollisesti tyhjäksi jätetyistä vastauksista voidaan päätellä, että

läheisen ystävyysuhteen, sekä niiden ylläpitämisen ja kehittymisen määrittely on voinut olla hankalaa. Lisäksi on haastavaa kartoittaa syy-seuraussuhteita tai korrelaatiota läheisyyden tunteen ja alustan tiettyjen toimintojen käytön välillä monien alustojen yhtäaikaista käytön vuoksi. Alustojen käyttö tapahtuu usein kokonaisuutena, jolloin niiden yksittäistä merkitystä on haastavaa eritellä.

Tutkimuksen suppeus myös esti toimintojen laajemman tarkastelun. Kyselyssä jäi esimerkiksi sisällyttämättä useita toimintoja, jotka ovat mahdollisesti voineet vaikuttaa vuorovaikutukseen. Yksi pois jääneistä toiminnoista on tykkääminen, jonka jätin pois sen automatisoituneen luonteen vuoksi. Tykkääminen on kuitenkin hyvin keskeinen toiminto Instagramissa, jolla olisi voinut olla vaikutuksia tutkimuksen tuloksiin ja analysointiin. Kysely tuotti muitakin rajoitteita, kuten otannan rajoittuneisuus, vastaamatta jätetyt kohdat sekä mahdolliset epäselvyydet kymyksiin liittyen. Tulevissa tutkimuksissa voitaisiin pyrkiä kattavampaan otantaan ja mahdollisesti taustatekijöiden kartoitukseen ja niiden sisällyttämiseen.

Tutkielman aihe on laaja, ja siihen liittyvät tutkimukset vielä varhaisessa vaiheessa. Tutkimukselle löytyikin useita jatkotutkimuksen aiheita, joita voisi ottaa huomioon tulevissa aiheeseen liittyvien ilmiöiden tarkastelussa. Ehdotan jatkotutkimukseen muiden alustojen laajempaa huomioimista ja vuorovaikutuksen tutkimista kokonaisuutena. Lisäksi nykyajan sosiaalisen median alustat ovat hyvin nopeasti muuttuvia, ja näiden muutosten huomioiminen jatkotutkimuksissa tulee olemaan oleellista. Sosiaalisen median alustojen vaikutus sosiaalisiin verkostoihin on ilmeinen, mutta monitahoinen ja vaatiikin jatkuvaa tarkastelua ja syvällisempää ymmärrystä.

LÄHTEET

- Angelini, F., Marino, C., & Gini, G. (2022). Friendship quality in adolescence: The role of social media features, online social support and e-motions. *Current Psychology*, 1–17. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03564-3>
- Agung, N. F. A., & Darma, G. S. (2019). Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(1), 743–747.
- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Polity.
- Bishqemi, K., & Crowley, D. M. (2022). TikTok Vs. Instagram: Algorithm Comparison, *Journal of Student Research*, 11(1). <https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i1.2428>
- Bucher, T., & Helmond, A. (2017). The affordances of social media platforms. Teoksessa J. Burgess, T. Poell, A. Marwick (toim.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 233–253). SAGE
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chen, M., & Peng, A. Y. (2022). Why Do People Choose Different Social Media Platforms? Linking Use Motives With Social Media Affordances and Personalities. *Social Science Computer Review*, 41(2), 330–352. <https://doi.org/10.1177/08944393211049120>
- Fox, J., & McEwan, B. (2017). Distinguishing technologies for social interaction: The perceived social affordances of communication channels scale. *Communication Monographs*, 84(3), 298–318. <https://doi.org/10.1080/03637751.2017.1332418>

- Gibson, J. J. (2014). The Theory of Affordances. Teoksessa *The Ecological Approach to Visual Perception*. Psychology Press.
- Instagram, Ohje- ja tukikeskus: Stories. Luettu 23.10.2023. [https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Instagramin%20ohje&bc\[1\]=Instagramin%20k%C3%A4ytt%C3%A4minen](https://help.instagram.com/1660923094227526/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Instagramin%20ohje&bc[1]=Instagramin%20k%C3%A4ytt%C3%A4minen)
- Leaver, T., Highfield, T., & Abidin, C. (2020). Instagram: Visual social media cultures. Cambridge: Polity.
- Lee, D. K. L., & Borah, P. (2020). Self-presentation on Instagram and friendship development among young adults: A moderated mediation model of media richness, perceived functionality, and openness. *Computers in Human Behavior*, 103, 57–66. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1016/j.chb.2019.09.017>
- Matikainen, J. (2008). Sosiaalinen media – millaista sosiaalisuutta? *Media & viestintä*, 31(4), 24–41. <https://doi.org/10.23983/mv.63013>
- Nagy, P., & Neff, G. (2015). Imagined Affordance: Reconstructing a Keyword for Communication Theory. *Social Media + Society*, 1(2), 1–9. <https://doi-org.lib-proxy.tuni.fi/10.1177/2056305115603385>
- Pouwels, J. L., Valkenburg, P. M., Beyens, I., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and friendship closeness in adolescents' daily lives: An experience sampling study. *Developmental Psychology*, 57(2), 309–323. <https://doi.org/10.1037/dev0001148>
- Sánchez-Hernández, M. D., Herrera, M. C., & Expósito, F. (2022). Does the Number of Likes Affect Adolescents' Emotions? The Moderating Role of Social Comparison and Feedback-Seeking on Instagram. *The Journal of Psychology*, 156(3), 200–223. <https://doi.org/10.1080/00223980.2021.2024120>
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal*

of Applied Developmental Psychology, 29(6), 420–433.

<https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.003>

Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Tammi.

Vaahensalo, E. (2021). Kontekstualisointimalli sosiaalisen median lähdekritiikin avaimena. *Informaatiotutkimus*, 40(3), 110–141.

<https://doi.org/10.23978/inf.107897>

Yuan, C. W., & Lee, Y.-H. (2021). Connecting and being connected: Investigating friending practices across multiple social networking sites. *Information Technology & People*, 35(3), 1096–1115. <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2020-0486>

LIITE 1: KYSELYLOMAKE

1. Suostumus tutkimukseen osallistumiseen.

- a. Olen lukenut tietosuojailmoituksen ja annan suostumukseni.

Instagramin käyttö ja arkipäiväisyys

2. Kuinka usein käytät Instagramia?

- a. Päivittäin
- b. Useita kertoja viikossa
- c. Viikoittain
- d. Harvoin (noin kuukauden välein)

3. Kuinka suuri osa tästä on ystäväsi kanssa tapahtuvaa vuorovaikutusta?

- a. 0–10 %
- b. 11–20 %
- c. 21–30 %
- d. 31–40 %
- e. 41–50 %
- f. 51–60 %
- g. 61–70 %
- h. 71–80 %
- i. 81–90 %
- j. 91–100 %

4. Kuinka paljon käytät Instagramia ystäväsi kanssa suhteessa muihin sosiaalisen median alustoihin?

5. Seuraavaksi arvioi Instagramin eri sisällöntuotannon toimintojen käyttöä ystäväsi kanssa tapahtuvassa vuorovaikutuksessa asteikolla 1-5 (1=En lainkaan, 2=Harvoin, 3=Silloin tällöin, 4=Melko usein, 5=Hyvin usein)

- a. Kuvien/videoiden julkaiseminen

- b. Ig-storyt
 - c. Reels
 - d. Ig-live
6. Seuraavaksi arvioi toimintojen käyttöä ystäväiesi kanssa tapahtuvassa vuorovaikutuksessa asteikolla 1–5 (1=En lainkaan, 2=Harvoin, 3=Silloin tällöin, 4=Melko usein, 5=Hyvin usein)
- a. Seuraaminen (ja siihen liittyvät toiminnot)
 - b. Kommentointi
 - c. Reaktiot Ig-storeihin
 - d. DM (Direct Message)
 - e. Ryhmächatit
 - f. Julkaisujen tallentaminen

Instagramin käyttö ja siihen liittyvät tuntemukset:

Tässä osiossa vastaa kysymyksiin arvioiden Instagramin käyttöä sellaisten ystävien kanssa, joiden kanssa koet olevasi läheinen ja joiden kanssa olet vuorovaikutuksessa myös sosiaalisen median ulkopuolella.

7. Kuinka henkilökohtaisella/läheisellä tasolla tunnet saavat kontaktia ystäviisi näiden toimintojen kautta? (1=En lainkaan, 2=Jonkin verran, 3=En osaa sanoa, 4=Melko usein, 5=Hyvin paljon)
- a. Kuvien/videoiden julkaiseminen
 - b. Ig-storyt
 - c. Reels
 - d. Ig-live
8. Kuinka henkilökohtaisella/läheisellä tasolla tunnet saavasi kontaktia ystäviisi näiden toimintojen kautta? (1=En lainkaan, 2=Jonkin verran, 3=En osaa sanoa, 4=Melko usein, 5=Hyvin paljon)
- a. Seuraaminen (ja siihen liittyvät toiminnot)
 - b. Kommentointi
 - c. Reaktiot Ig-storeihin

- d. DM (Direct Message)
 - e. Ryhmächatit
 - f. Julkaisujen tallentaminen
9. Miksi käytät/et käytä Instagramia ystäviesi kanssa? Voit halutessasi myös kuvaila tarkemmin tiettyjen toimintojen käyttöä.
10. Millä tavalla vuorovaikutus Instagramissa eroaa muilla sosiaalisen median alustoilla käydystä vuorovaikutuksesta?
11. Millä tavoin koet Instagramin käytön ylläpitävän ystävyysuhteitasi?
12. Entä millä tavoin koet Instagramin käytön edistävän ystävyysuhteitasi?
13. Mitä mahdollisia negatiivisia vaikutuksia Instagramin käytöllä on ollut ystävyysuhteissasi?

Kommentit

14. Mitä muuta haluaisit kommentoida aiheeseen liittyen?