

TAMPEREEN YLIOPISTO

Niku Hooli

UUDEN AJAN SATIIRIA

Pakinan jalanjäljillä – sisällönanalyysi
suomalaisesta Twitter-parodiasta

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2014

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

HOOLI, NIKU: Uuden ajan satiiria. Pakinan jalanjäljillä – sisällönanalyysi suomalaisesta Twitter-parodiasta.

Pro gradu -tutkielma, 74 s.

Tiedotusoppi

Toukokuu 2014

Yhteisöpalvelu Twitteristä on 2010-luvulla tullut Suomessa näkyvä ja tunteita herättävä sosiaalisen median osa, vaikka se ei käyttäjämäärissä esimerkiksi kilpailijansa Facebookin lukuihin ylläkään. Poliitikot, julkkikset ja media-alan ihmiset etunenässä keskustelevat, väittelevät ja markkinoivat itseään Twitter-tileillään. Myös monet erilaiset journalistiset julkaisut pyrkivät hyödyntämään Twitteriä joukkoistamiseen, uutisten hankintaan ja yleisösuhteen vahvistamiseen.

Samaan aikaan Twitteriin on alkanut ilmestyä erilaisia huumorileijä, joissa yleensä nimimerkin takaa kommentoidaan ja naureskellaan ajankohtaisille tapahtumille ja ihmisille. Monet näistä tileistä tekevät parodiaa jostain tunnetusta henkilöstä.

Tutkielmassani luon yleiskatsauksen vähän tutkittuun ilmiöön eli suomalaiseen Twitter-parodiaan ja tutkin sitä laadullisen aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin. Tarkastelussa on seitsemän Suomen seuratuimpiin parodioihin kuuluvaa Twitter-tiliä, joilta on käyty läpi sata viimeksi julkaistua twiittiä. Olen kiinnostunut erityisesti siitä, onko parodiatileillä mitään satiirisia ominaisuuksia, eli löytyykö niistä myös jonkinlaista yhteiskunnallista ja valistavaa näkökulmaa kevyen vitsailun lisäksi. Vertaan Twitterin parodioita journalistisen satiirin ehkä tunnetuimpaan tekstityyppiin eli pakinaan.

Twitter-parodia näyttäytyi tämän tutkielman valossa ajankohtaisena ja humoristisena mutta myös melko homogeenisenä. Kaikki aineiston parodiat pilkkasivat keski-ikäisiä tai tätä vanhempia melko varakkaita miehiä, jotka liittyivät joillain tapaa urheiluun tai politiikkaan. Tässä mielessä pilkan kohde oli hyvin samanlainen kuin pakinoissa.

Twitter-parodiassa näyttää olevan myös paljon muita samanlaisia ominaisuuksia kuin pakinassa. Se on ajankohtaista, nimimerkin takaa kirjoitettua ja humoristista. Se on norminmukaista, siinä on selkeät ulkoiset tunnukset ja pakinan tavoin aiheita käsitellään laaja-alaisesti.

Toisaalta Twitterissä tehtävä parodia on laadultaan melko epätasaista. Joiltain osin se ei aina ole oikeastaan edes parodiaa vaan yleisempää vitsailua. Lukijaansa valistamaan pyrkivä näkökulma ja satiirinen taso löytyvät useimmista aineiston parodiatileistä.

Julkaisualustansa avulla Twitter-parodia voi ilmestyä juuri silloin kuin jotain tapahtuu ja sen ilmestymistähti onkin hyvin epäsäännöllinen, toisin kuin pakinan. Twitterin kaksisuuntaisuuden ansiosta parodiatilit voivat keskustella yleisönsä kanssa helposti, mikä näyttääkin olevan niille hyvin tyypillistä. Osa Twitter-parodioista myös pyrkii joukkoistamaan tuotantoaan seuraajilleen ja pyytää heitä keksimään uusia vitsejä samasta aihepiiristä.

Asiasanat: Twitter, sosiaalinen media, pakina, satiiri, laadullinen sisällönanalyysi, ironia, huumori, komiikka, parodia

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
2. Tutkimuksen viitekehys ja keskeiset käsitteet	4
2.1. Sosiaalinen media ja Twitter viestintäympäristönä	4
2.2. Pakina, satiiri ja muita keskeisiä käsitteitä	10
2.2.1. Pakina ja sen tutkimus Suomessa	10
2.2.2. Satiiri	17
2.2.3. Huumori ja komiikka	19
2.2.4. Ironia	21
2.2.5. Parodia	22
3. Aineisto ja menetelmä	24
3.1. Twitter-parodiat aineistona	24
3.2. Laadullinen vai määrällinen analyysi?	27
3.3. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi	28
3.4. Tutkimuksen eettisyys	31
4. Analyysi	33
4.1. Analyysin 1. vaihe: aineiston ja sen kontekstin kuvailu	33
4.2. Analyysin 2. vaihe: mikä yhdistää koko aineistoa ja teoriaa?	52
4.2.1. Twitter-parodian muodolliset ominaisuudet suhteessa pakinaan	54
4.2.2. Twitter-parodian sisällölliset ominaisuudet suhteessa pakinaan	58
4.2.3. Twitter-parodian muut ominaisuudet suhteessa pakinaan	61
5. Pohdinta	64
Lähdeluettelo	67

1. Johdanto

Tämä pro gradu -tutkielma käsittelee yhteisöpalvelu Twitterissä tehtävää parodiaa. Kysyn tutkimuksessani, millaista Suomessa tehtävä Twitter-parodia on. Kokeilen rinnastaa sen perinteiseen journalistiseen tekstityyppiin, pakinaan ja katson, onko näillä kahdella ilmaisumuodolla jotain yhteisiä ominaisuuksia.

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millaista on Suomessa tehtävä parodiaksi kutsuttu Twitter-kirjoittelu?
2. Mitä mahdollisesti yhteisiä piirteitä tällä ”Twitter-parodialla” ja perinteisellä huvittamaan tarkoitetulla lehtitekstillä pakinalla on?

Tutkimukseni aihe kumpuaa omasta innostuksestani. Olen itse erittäin aktiivinen Twitterin käyttäjä. Loin Twitter-profiilin itselleni vuonna 2008 ja olen siitä lähtien käyttänyt sitä niin toimittajan työn kuin vapaa-ajankin välineenä. Keskustelen aktiivisesti itseäni kiinnostavista aiheista ja yritän työssäni toimittajana tavoittaa ihmisiä ja aktivoida yleisöäni osallistumaan Twitterin kautta tekemiini sisältöihin. Seuraan useita Twitter-parodioita ja olen arkikokemuksessa huomannut niiden olevan usein aika tarkkanäköisiä ja hauskoja tiivistelmiä ajankohtaisista tapahtumista.

Mutta mitä on Twitter-parodia? Aihe lienee useimmille suomalaisille melko vieras. Twitter kun ei ole Suomen suosituimpien sosiaalisen median palveluiden joukossa: epävirallisten lukujen mukaan historian aktiivisimmalla viikolla 8/2014 Twitterissä olisi ollut vain hieman yli 40 000 uniikkia suomenkielistä twiittaajaa (Nummela i.v.). Kulunut vitsi kuuluu, että Twitterissä on vain toimittajia ja sosiaalisen median konsultteja.

Väitän kuitenkin, että Twitter on merkitykseltään käyttäjämääräänsä suurempi. Jo julkkisten Twitter-lausunnoista tehdään uutisia tämän tästä, ja viime vuosina Twitterin kautta on ollut mahdollista kommentoida ja osallistua yhä useamman tv- ja radiolähetyksen tekoon. Myös monet sanoma- ja aikakauslehdet poimivat twiittejä julkaisuihinsa. Kriisitilanteissa Twitteristä on tullut arvokas: Esimerkiksi talvella ja keväällä 2014 yksi tärkeimmistä paikoista saada uutta tietoa Ukrainan kriisistä oli seurata alueella olevien ihmisten viestejä Twitteristä.

Urheilutapahtumien ja -tv-lähetysten yhteydessä kehoitetaan yhä useammin osallistumaan kilpailun kommentoimiseen Twitterin kautta.

Twitterissä on myös tilejä, joiden arkikielessä sanotaan tekevän parodiaa. Useampikin ”parodiatili” on herättänyt ainakin perinteisen median mielenkiinnon ja aiheuttanut hämmennystä. Tuore esimerkki tästä on jääkiekkjoukkue Rauman Lukko, jonka taustajoukot suivaantuivat, kun heidän valmentajansa ja toimitusjohtajansa joutuivat parodioinnin kohteeksi Twitterissä. Päävalmentaja Risto Dufvaa pilkkaamaan tuli Twitterissä Risto Tuhva -niminen hahmo ja toimitusjohtaja Timo Rajalan kustannuksella huumoria repi Twitter-tili Toimari Rahala. Parodian tuntemattomat kirjoittajat siis ivasivat Dufvaa ja Rajalaa ja varsinkin heidän ulkoista habitustaan. Tällaisen tilin voi siis kuka tahansa perustaa muutamassa minuutissa. Tileillä oli yhteensä vain muutamia satoja seuraajia, mutta Lukon huumori petti:

- Parodiatilien kuten toimari Rajala, Risto Tuhva käyttö ja oikeiden henkilöiden kuvat niiden yhteydessä sekä ”lausunnot” ovat hyvin kyseenalaista ja jopa rikoslain alaista toimintaa, twiittasi Rauman Lukon virallinen tili 19. helmikuuta 2014.

Aluksi vain kourallisen ihmisiä tavoittanut hassuttelu huomattiin nyt myös valtamediassa, ja Yle Uutisten Satakunnan toimitus teki siitä jutun (Laihonen 19.2.2014).

Lukko vihjasi twiitissään, että parodiatilit saattaisivat jopa rikkoa lakia. Näin ei kuitenkaan ole, sanoi esimerkiksi netissä tapahtuviin rikoksiin perehtynyt nettipoliisi Marko Forss. Nyt siis myös poliisi oli mukana puimassa tapausta.

- Ainoa rikos näillä tiedoilla on tekijänoikeusrikkomus ja kuvan oikeudenhaltija asianomistaja, Forss kirjoitti Twitterissä asiasta.

Twitter-parodian tekijä ei tosiaan lähtökohtaisesti syyllisty rikokseen, sillä identiteettivarkaus ei ole sellainen – ei edes silloin, kun tekijä ei selvästi kerro kirjoittavansa parodiaa. Kunnianloukkaukseen hän voi syyllistyä, mutta tällöinkin kyseessä on asianomistajarikos. Asia on noussut pinnalle myös esimerkiksi kirjailija Jörn Donnerin nimissä esiintyneen tilin kohdalla. Tällöin osa toimittajista meni vipuun ja uutisoi vale-Donnerin lausuntoja aitoina. (Sundqvist 14.3.2013.)

Tämä tutkielma ei käsittele parodian harmaita alueita tai niiden laillisuutta.

Tutkimusaineistossa on vain sellaista Twitterissä tehtävää parodiaa, joka ilmoittaa selkeästi olevansa huumorimielessä kirjoitettu eikä yritä todellisuudessa esiintyä esikuvanaan. Ero on helppo tehdä, sillä myös Twitter palveluna vaatii, että asia ilmoitetaan parodiatilin kuvauksessa (Twitter's Parody, commentary... i.v.). Sekaantumiset, pahastumiset ja rikoslaililla uhkailu kuitenkin osoittavat, että Twitter-parodia herättää tunteita. Mistä ilmiössä on kyse? Kenestä suomenkielisessä Twitterissä tehdään parodiaa? Ilmiönä parodia on ikivanha, ja sitä on tehty lehdistössäkin monin eri tavoin. Se on ollut varsinkin satiiristen kirjoitusten polttoainetta. Olisiko kukaan puhunut rikosilmoituksista, jos Rauman Lukkoa olisi "halveerattu" samalla tavalla paikallislehden pakinassa?

On tärkeää huomata, että tämän tutkimuksen aineistossa olevia tilejä on arkikokemuksessa tapana kuvailla parodiatileinä tai ne sanovat itse olevansa parodiaa. Käytän tutkimuksessa tätä vakiintunutta käytäntöä ja nimitän kaikkea aineistoani Twitter-parodiaksi, mutta en ota vielä kantaa siihen, täyttävätkö tilit todella varsinaisen parodian määritelmää.

Tutkielmassa luodaan katsaus pakinaan ja satiiriin, jotka hyödyntävät parodiaa yhtenä vaikuttamisen keinona. Selitän käsitteet auki luvussa 2. Myös Twitter ja sosiaalinen media viestintäympäristönä esitellään. Miten uusi media mahdollistaa satiirin kirjoittamisen ja levittämisen?

Luvussa 3 kerron, miten valitsin tutkimukseni aineiston ja esittelen menetelmäni.

Analyysivaiheessa eli luvussa 4 tarkastelen Suomen Twitterin suosituimpia parodiakirjoituksia ja tutkin niiden ominaisuuksia laadullisen, aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin.

Lopuksi pohdin luvussa 5 sitä, miten luotettavia johtopäätökseni ovat, ja miten tutkimusta voisi jatkaa.

2. Tutkimuksen viitekehys ja keskeiset käsitteet

Tämän tutkielman kannalta on tärkeää ymmärtää, millaisessa viestintäympäristössä Twitterin parodiatilejä kirjoitetaan, ja miten tuo maailma toimii. Toisaalta kytken Twitter-parodian pakinaan, perinteiseen journalistiseen tekstityyppiin, jolla minun arkikokemukseni ja -havaintojen mukaan näyttäisi olevan jotain yhteistä Twitterin parodiakirjoittamisen kanssa. Tässä luvussa luodaan siis ensin katsaus sosiaalisen mediaan ja erityisesti Twitteriin viestintäympäristönä ja sitten perinteisempään pakinakirjoituksen ja sen ymmärtämisen kannalta olennaisiin lähikäsitteisiin.

2.1. Sosiaalinen media ja Twitter viestintäympäristönä

Sosiaalisen median voi sanoa olleen 2000-luvun alkuvuosien muotiasana ja ilmiö: viimeistään yhteisöpalvelu Facebookin massiivisen menestyksen myötä sosiaalisesta mediasta tuli merkittävä osa mediamaisemaa. Vaikka läheskään kaikki suomalaiset eivät ole Facebookin käyttäjiä, on sen penetraatio lähes mihin tahansa perinteiseenkin mediaan verrattuna silti merkittävä: Sosiaalisen median kouluttajan Harto Pönkän tekemän laajan kartoituksen perusteella suomalaisia Facebook-käyttäjiä oli helmikuussa 2013 hieman yli kaksi miljoonaa. Tämä tarkoitti 38 prosenttia kaikista suomalaisista. 13–64 -vuotiaista Pönkän mukaan Facebookissa oli 55 prosenttia ihmisistä (Pönkä 27.2.2013). Vertailun vuoksi esimerkiksi Suomen suurimman sanomalehden Helsingin Sanomien painetun lehden viimeinen tarkistettu lukijamäärä on 837 000 lukijaa. Kaiken kaikkiaan jotain painettua sanomalehteä lukee kuitenkin viikoittain 92 prosenttia suomalaisista. (Kansallinen mediatutkimus 2013... 28.2.2014).

Sosiaalinen media terminä vakiintui pian sen jälkeen, kun Facebook oli perustettu vuonna 2004 ja se oli aloittanut nopean maailmanvalloituksensa. Lietsalan ja Sirkkusen mukaan sosiaalisesta mediasta tuli trendiasana vuoden 2005 tienoilla, joskin sen merkitys on vaihdellut käyttäjän mukaan. Sitä on käytetty välillä tarkoittamaan vähän milloin mitäkin asiaa, jonka on nähty olevan uuden internet-aikakauden tuote, mahdollisesti jopa jotain vallankumouksellista (Lietsala & Sirkkunen 2008, 17–18).

Sosiaalisessa mediassa ihmiset jakavat vapaaehtoisesti sisältöjä, kuten esimerkiksi videoita, tekstiä, kuvia tai musiikkia verkossa olevien alustojen tai sovellusten välityksellä (mt., 19). 2010-luvulla tästä tutuimpia esimerkkejä ovat Facebookin lisäksi videopalvelu Youtube tai

kuvien ja lyhyiden videoiden jakoon tarkoitettu Instagram. Sosiaalisessa mediassa jaettavat sisällöt on usein luotu itse, mutta sille on tyypillistä myös muualta saadun tai kopioidun sisällön jakaminen (mt., 19). Sosiaalisen median onkin nähty lisänneen tekijänoikeusrikkomuksia. Monet sosiaalisen median alustat käytännössä perustuvat muualta tulevaan sisältöön (mt., 22–23).

Sosiaalisen median alkunuotit kirjoitettiin jo 1970-luvulta lähtien internetin ja world wide webin yleistyttyä ja sähköpostin suosion kasvettua. Erilaiset keskusteluryhmät alkoivat nopeasti yleistyä 80-luvun lopulta lähtien ja esimerkiksi Suomessa kotimaisin voimin kehitetty IRC eli Internet Relay Chat -ohjelma mahdollisti nopean viestinnän verkon kautta. Sen pohjalle perustettu IRC-galleria oli muutamien vuosien ajan hurjan suosittu, hieman nykyisen Facebookin kaltainen verkostoitumispaikka. Weblogit eli blogit sekä yhteisöllinen tietosanakirja Wikipedia ovat myös tärkeitä esimerkkejä varhaisessa vaiheessa suosiota kasvattaneista sosiaalisen median ilmentymistä. (mt., 59–69.)

Varsinkin alkuvuosina sosiaaliseen mediaan liitettiin ihanteita ja toiveita demokraattisemmasta ja avoimemmasta maailmasta, jossa kuka tahansa voi saada äänensä kuuluviin ja tärkeitä asioita esille. Internethän oli vapaa paikka, jossa ihmiset saattoivat jakaa tietoa ja kokemuksia hetkessä ympäri maailman. Jossain määrin nämä haaveet ovatkin toteutuneet: esimerkiksi Youtubesta ja Twitteristä on tullut merkittäviä vaihtoehtoisia tiedonhaun paikkoja suurien uutistapahtumien aikana. Toisaalta sosiaalinen media on osoittanut, että se ei ole niin vapaa ja salliva kuin aluksi luultiin. Facebookin, Googlen ja Twitterin listautuessa pörssiin paineet tehdä kauppaa käyttäjien tiedoilla ja kohdennetuilla mainoksilla ovat kasvaneet. Samalla taloudelliset tavoitteet ovat jossain määrin ajaneet sananvapausnäkökulmien ohi, ja sosiaalisen median jätit ovat itsekin alkaneet rajoittaa alustoillaan käytävää keskustelua. (Van Dijck 2013, 155–160.)

Yritykset, järjestöt ja yksittäiset ihmiset ovat joutuneet huomaamaan, että heidän näkyvyytensä esimerkiksi Facebookissa on loppukädessä riippuvainen siitä, minkälaisia algoritmeja ja markkinointikampanjoita yritys toimitusjohtajansa Mark Zuckerbergin johdolla lanseeraa. Ilman Facebookille maksettua mainosrahaa näkyvyyden saaminen on muuttunut entistä vaikeammaksi. (Oremus 24.3.2014.) Tässä mielessä sosiaalinen media on mielestäni jo menettänyt *coolituensa*: siitä on tullut jotain hyvin tavallista, bisnes muiden joukossa.

Samat lainalaisuudet ovat päteet myös mikroblogipalvelu Twitteriin, joka on perustettu Yhdysvalloissa vuonna 2006 (Arrington 15.6.2006). Twitterissä käyttäjä perustaa itselleen, firmalleen tai mille tahansa edustamalleen taholle tai asialle profiilin ja julkaisee viestejä,

joiden enimmäismitta on 140 merkkiä. Viestit voi suojata niin, että vain valtuutuksen saaneet ihmiset näkevät ne, mutta yleisempää on, että viestit asetetaan julkisiksi. Muiden käyttäjien profiileja voi seurata oman mielensä mukaan, ja seurattujen tilien viestit eli twiitit ilmestyvät niin sanottuun uutisvirtaan sitä mukaa kuin ne julkaistaan. Toisten viestejä voi myös kommentoida tai välittää sellaisenaan eteenpäin eli retweetata. Uusia keskusteluja voi etsiä Twitterin haku-toiminnolla tai hashtagilla, eli aiheanoilla, joiden eteen on laitettu #-merkki, tuttavallisemmin risuaita. Hashtag-sanalle ei ole vakiintunutta suomennosta, mutta joskus kuulee käytettävän aiheanan lisäksi myös aihe-tunniste-nimitystä. Esimerkki hashtagista on vaikka #eduskuntavaalit, eli twiittiin on kirjoitettu sana eduskuntavaalit ja laitettu sen eteen risuaita. Kilkkaamalla hashtagia saisi näkyviin kaikki muutkin twiitit, joihin on kirjoitettu sama tunniste.

Maailmalla ja varsinkin Yhdysvalloissa Twitter on perustamisestaan lähtien kasvanut kovaa vauhtia ja noussut yhdeksi suurista sosiaalisen median palveluista. Twitter listautui vuonna 2013 pörssiin, ja vuoden 2014 ensimmäisen osavuosikatsauksen yhteydessä yhtiö ilmoitti, että sillä on 241 miljoonaa aktiivista käyttäjää. Aktiivisella tarkoitetaan käyttäjää, joka kirjautuu palveluun ainakin kerran kuussa (Fiegerman 5.2.2014). Hieman yli puolet kaikista twiiteistä on amerikkalaisten kirjoittamia. Seuraavaksi suurimmat kirjoittajamaat ovat Brasilia ja Iso-Britannia (Cross 2011, 11).

Koko maailman suosituimpien nettisivujen joukossa Twitter on mittauksia tekevän Alexa-rankingin mukaan tätä kirjoittaessa kahdeksas (The top 500... 24.4.2014). Suomen nettisivuista Twitter on Alexan listalla sijalla 21 (Top sites in... 24.4.2014). Myöskään toisen mittauksia tekevän firman ComScoren listalla Twitter ei yltänyt 20 suosituimman sivun joukkoon Suomessa (Finland: February 2014... 2/2014).

Twitteristä on viime vuosien aikana tullut merkittävä julkisen keskustelun kanava myös Suomessa, vaikka se ei toki yllä vielä lähellekään esimerkiksi Facebookin käyttäjämääriä. Twitter ei ole julkaissut virallisia käyttäjämäärätietoja Suomen osalta, mutta heinäkuussa 2013 sosiaalisen median asiantuntija Toni Nummela määrittä suomalaisten rekisteröimien Twitter-käyttäjätunnusten määräksi 516 092. Nummelan mukaan käyttäjänimiä tehtiin nyt koko ajan kiihtyvään tahtiin. (Nummela 29.7.2013.)

Ruotsalainen sosiaalisen median ammattilainen Hampus Brynolf on tutkinut Twitteriä ja sen käyttäjiä Pohjoismaissa. Hänen mukaansa suomeksi twiittaavilla on keskimäärin 70 seuraajaa ja 283 julkaistua twiittiä. Tutkimuksessa eivät siis ole mukana ne suomalaiset, jotka twiittaavat jollain muulla kielellä kuin suomeksi. Brynolfin tutkimuksen mukaan

suomeksi twiittaavia tilejä olisi vain 63 632. (Twitter Census... 2013). Huomattavaa onkin, että aktiivisesti uusia twiittejä kirjoittavien määrä on edelleen Suomessa pieni. Toni Nummelakin kirjoitti twiitissään 16.2.2014, että vain noin 40 000 uniikkia käyttäjää twiittasi suomen kielellä viikolla 7/2014 (Nummela 16.2.2014). Tässä ennätysluvussa avittivat luultavasti Sotshin olympialaiset, jotka vilkastivat viestintää. Joka tapauksessa iso osa Suomessakin Twitter-tilin luoneista näyttäisi käyvän Twitterissä harvoin tai ainakin twiittaavan hyvin harvoin. Tässä ei tosin ole kansainvälisesti vertailtuna mitään erikoista: Vuonna 2009 tehdyn tutkimuksen mukaan vain 45 prosenttia Twitter-käyttäjistä twiittaa itse kovinkaan paljon. Puolet rekisteröityneistä käyttäjistä twiittasi tutkimuksen mukaan harvemmin kuin kuin kerran päivässä ja 25 prosenttia ei twiitannut lainkaan. Saman tutkimuksen mukaan 10 prosenttia aktiivisista käyttäjistä vastasi 90 prosentista kaikista twiiteistä (Heil & Piskorski 1.6.2009).

Yhden Twitter-viestin maksimimitta on ollut alusta asti 140 merkkiä. Se päättyi olemaan juuri 140 merkkiä, koska tekstiviestien enimmäispituus oli pitkään 140 merkkiä, ja Twitterin haluttiin olevan yhteensopiva tekstareiden ja SMS-tekniikan kanssa. (Van Dijck 2013, 70). Twitterin perustamisen aikaan älypuhelimet olivat vielä lapsenkengissä nykytekniikkaan verrattuna, ja tämän takia Twitteriä pystyi päivittämään tekstiviestillä silloin, kun ei ollut tietokoneen äärellä – itse asiassa se on edelleen mahdollista (Twitterin usein kysytyt kysymykset 2013).

Twitteriä pidetään julkaisualustana melko vapaana ja sallivana, mutta tileille on selkeät säännöt, ja tammikuusta 2012 lähtien Twitter on suostunut noudattamaan eri maiden sensuuri- ja julkaisusääntöjä niin, että tietty twiitti on voitu sensuroida maassa, jos se on tulkittu maan lakien tai säädösten vastaiseksi. Käyttäjät raivostuivat tämän uudistuksen tultua käyttöön, mutta Twitter ajoi sen läpi silti, väittäen että sillä ei ollut muuta mahdollisuutta kuin toimia niiden lakien mukaan, jotka kussakin maassa vallitsevat. Taustalla olivat myös Twitterin kaupalliset pyrkimykset ja tavoite viedä palvelu yhä uusiin maihin. (Van Dijck 2013, 83–85.) Twitterin käyttöä on myös rajoitettu valtioiden toimesta. Esimerkiksi Turkki esti kansalaisten pääsyn Twitteriin maaliskuussa 2014. Vaikka Twitter-kieltoa perusteltiin sillä, että kansalaiset olisivat valittaneet palvelun yksityisyydensuojasta, pidettiin todellisena syynä Turkin hallituksen korruptiojupakkaa, josta keskustelemista Twitterissä yritettiin näin rajoittaa (Töyrylä 21.3.2014).

Turkin hallituksella oli syynsä pelkoon. Twitterin suurin voimavara kilpailussa muita sosiaalisen median alustoja vastaan on juuri sen kyky luoda valtavia "live-seurantoja", *striimejä* lyhytaikaisistakin internet-ilmiöistä, joita voi seurata minuutti minuutilta reaaliajassa.

Yksikään pääkilpailjoista Facebookista, YouTubesta tai Googlen +-palvelusta ei tähän toistaiseksi pysty. (Van Dijck 2013, 87.)

Maailmalla Twitter on ollut erittäin suosittu työkalu kampanjoiden ja tempausten organisoimisessa ja markkinoinnissa. Hyväntekeväisyys- ja kansalaisjärjestöt käyttävät sitä jatkuvasti hankkiakseen huomiota hankkeilleen. Puhutaan jo hashtag-aktivismista. Huonoa tässä kampanjoinnissa on se, että usein tällä tavalla hankittu huomio myös katoaa nopeasti. (Van Dijck 2013, 87). Myös Twitter-parodia -tilejä on saatettu tehdä sellaisia ilmiöitä tai asioita varten, jotka ovat huvittaneet vain yhden päivän tai vain tuntien ajan. Sitten tili on hiljennyt. Esimerkkinä mainittakoon Twitter-tili @AV_Viikset, urheilupersoona Aleks Valavuoren viiksistä pilaa tehnyt parodia.

Toisin kuin esimerkiksi Facebookissa, Twitterissä ei missään edellytetä tai edes toivota, että henkilön tulisi twiitata palvelussa nimenomaan omalla nimellään. Etunimen tai lempinimen käyttö on melko yleistä. Hakkeriryhmä Anonymouksen nimissä löytyy Twitteristä lukuisia tilejä, ja on oikeastaan mahdoton tietää, edustaako niistä yksikään tai vaikka kaikki "oikeaa" Anonymousta.

Nimettömyys antaa eväitä myös huumorikirjoittajille, jotka haluavat toimia anonymiteetin suojista. Twitteristä ei ole vaikea löytää erilaisia huumoritilejä, joissa tölvitään esimerkiksi viihdejulkiksia tai urheilumaailmaa. Näistä tileistä on vaikea havaita, mitkä vitsit on itse keksitty, mitkä napattu muualta internetistä. Niiden oikeista tekijöistäkään ei hevillä saa tietoa. Usein huumoritilit ovat jonkun hahmon tai henkilön parodioita – esimerkiksi Star Wars -elokuvien konnalla Darth Vaderilla on useita parodioita, joissa väännellään loputtoman tuntuisesti vitsejä ja sanaleikkejä elokuvien hahmosta. Urheilumaailmasta hyvä esimerkki on jalkapalloilija James Milneriä parodioiva Boring James Milner -tili. Yhden vitsin ympärille kyhätyn tilin perustajan mielestä Manchester Cityä edustava Milner on ilmeisesti tylsä hahmo, ja niinpä tämän twiitit ovat korostetun tylsiä.

*- Just having a glass of fresh orange with my breakfast. At first it was too cold but now it's not as it's been out of the fridge for a while. [Boring James Milner](#)
[@BoringMilner](#) · Mar 7*

Boring James Milner -tilillä on noin 216 000 seuraajaa.

Toisaalta julkkisten nimet vetänevät seuraajia hyvin, ja Twitteristä löytyykin useita tähtien nimen tai osan siitä napanneita tilejä, jotka eivät välttämättä edes twiittaa esikuvaansa tiiviisti

liittyvistä asioista. Esimerkiksi niin ikään jalkapallomaailmasta nimensä hakenut John Not Terry ei oikeastaan ole brittiläisen jalkapalloilijan John Terryn parodiaa, vaan "miehiseen" makuun sopivia vitsejä ja kuvia jakava tili. Nimi näyttäisi valikoituneen huomioarvonsa takia.

Suosioon noustessaan parodiatileistä kirjoitellaan myös isoissa verkkolehdistä ja ne saavat huomiota. Jotkut huumoritilien tekijät ovat päässeet suuren Twitter-suosionsa myötä kirjoittamaan komediaa työksensä. Näin kävi esimerkiksi kirjoittajalle, joka siirsi 90-luvun Seinfeld-tv-sarjan tapahtumat nykyaikaan, ja kuvitteli Twitterissä, millaisia ongelmia päähenkilöt kohtaisivat vuonna 2013. Syntyi Modern Seinfeld -niminen huumoritili, joka keräsi satojatuhansia seuraajia. (esim. Orenstein 14.8.2013). Modern Seinfeldin tekijät halusivat ilmeisesti hyötyä tilinsä julkisuudesta ja astuivat siksi itsekkin haastateltavaksi, mutta monia näistä tileistä yhdistää se, että niiden oikeita kirjoittajia ei kerrota julkisesti. On sanottu, että huumoritilit menettävät osan hauskuudestaan, jos niiden oikea kirjoittaja tai kirjoittajat tulevat julkisuuteen (Buchanan 22.7.2013).

Suomalaista Twitter-parodiaa ei ole toistaiseksi tutkittu, eikä siitä ole kirjoitettu edes lehtijuttuja vielä kovin paljon. Suomen ehkä eniten näkyvyyttä saanut artikkeli aiheesta julkaistiin vuonna 2012 Helsingin Sanomien Nyt-liitteessä. Jutun kirjoittajat olivat perustaneet toimittaja Tuomas Enbuskea parodioivan tilin nimeltä @TuomasEnpuske ja pyrkivät matkimaan oikean Enbusken Twitter-tilin maneereita ja tapoja. Kuukaudessa heidän onnistui kerätä 200 seuraajaa, minkä he arvioivat olevan "Suomen pienessä Twitter-piirissä kohtuusoritus" (Kartastenpää & Timonen 16.3.2012).

Suomen Twitter-parodian raskaaseen sarjaan sillä ei kuitenkaan yllätä. Jääkiekkovaikuttaja Kalervo Kummolaa parodioivalla tilillä on tätä kirjoittaessa noin (11.4.2014) 11 300 seuraajaa ja urheilutoimittaja Jari Porttilan samantyyllisellä parodiaprofiilillakin 6950. Oikealla Kalervo Kummolalla ei ole tietävästi Twitter-tiliä, mutta Jari Porttila on ahkera twiittaaja. Oikealla Porttilalla on noin kaksi kertaa niin paljon seuraajia kuin parodiallaan, kirjoitushetkellä (11.4.2014) 12 800. Tilin ovat sikäli hyvin erilaisia, että Jari Porttilan parodiassa parodioidaan myös tämän Twitter-maneereja, kun taas Kummolan tapauksessa lähinnä kuvitellaan, millainen twiittaaja Kummola olisi. Twitterin mittakaavassa parodiatilien seuraajamäärät ovat merkittäviä: vertailun vuoksi esimerkiksi urheilun viikkolehden Urheilusanomilla (@Urheilusanomat) on Twitterissä vain vähän enemmän seuraajia kuin Kummolan parodialla, 11 800 (tilanne 11.4.2014).

Twitter on Suomessakin paljon esillä ja sen käyttöä korostetaan perinteisessä mediassa. Sen kautta voi osallistua esimerkiksi lukuisten tv-ohjelmien ja urheilun kommentointiin, ja tv-

kanavat itse rohkaisevat katsojia twiittaamaan ohjelmistaan samalla kun katsovat niitä käyttäen tiettyä hashtagia, josta twiittejä voidaan sitten napata mukaan suoraan lähetykseen. Suomessa suosittuja twiittiaiheita ovat olleet muun muassa urheilutapahtumat, Putous-ohjelma ja Linnan juhlat.

Jürgen Habermasin mukaan esimerkiksi poliittinen julkisuus tarvitsee tuekseen liberaalia poliittista kulttuuria ja elinvoimasta kansalaisyhteiskuntaa. (Habermas 1996/1992, 302). Sellaisen ilmentymänä näen paitsi avoimen, omalla nimellä kirjoitettavan vapaan median ja sosiaalisen median, myös vallanpitäjiä ja julkisuuden henkilöitä irvailevat salanimen suojissa toimivat Twitter-hauskuuttajat. Arkikokemukseni ja -havaintojen mukaan suomalaisenkin Twitter-parodian joukkoon mahtuu näennäisen kevyen vitsailun lomaan myös aika terävänäköistä satiiria ja yhteiskuntakritiikkiä, jota on aiemmin totuttu näkemään esimerkiksi sanomalehtien pakinoissa. Siksi rinnastankin Twitter-parodian journalistiseen perinteeseen eli pakinaan, ja katson sitä, mitä yhteisiä ominaisuuksia näissä kahdesti näennäisesti aika erilaisessa ilmaisumuodossa on.

2.2. Pakina, satiiri ja muita keskeisiä käsitteitä

Tässä tutkimuksessa Twitter-parodian vertailukohtana käytetään pakinaa, joka on journalistisen perinteen kenties tärkein satiirin ilmaisutapa. Tärkeimmät käsitteet ovat siis pakina ja satiiri, mutta samalla on syytä esitellä lyhyesti ne käsitteet, joita pakina ja satiiri käyttävät tämän tutkimuksen kannalta katsoen eniten työkaluinaan. Pakinan ja satiirin lisäksi luon siis myös katsauksen huumoriin, komiikkaan, ironiaan ja parodiaan.

2.2.1. Pakina ja sen tutkimus Suomessa

Pakina määritellään yleisesti ”kevyehköksi, huvittavaksi sanomalehtikirjoitelmaksi” (Hokkanen 2009, 27).

Pakinalla on Suomessa pitkät perinteet. Jo Mika Waltari sivusi aihetta 1930-luvulla kirjoittamassaan maineikkaassa kirjoitusoppassa *Aiotko kirjailijaksi?* Teoksessaan Waltari määrittä pakinan tavalla, joka tuntuu osoittautuneen sen verran osuvaksi, että sitä on siteerattu useissa alan tutkimuksissa Suomessa:

“Pakinoitsijan on kyettävä kirjoittamaan niin, että jokainen tavallinen ihminen löytää hänen sanoistaan juuri oman ajatuksensa asioista. Pakinoitsija edustaa tavallisen ihmisen tervettä järkeä ja huumorintajua”

(Waltari 1935/2004, 138)

Waltarin mielestä Suomessa oli tuohon aikaan vain vähän todella hyviä pakinoitsijoita. Hän ohjeisti pitämään pakinat lyhyinä - pituus sai olla “korkeintaan kolme normaaliliuskaa” ja miettimään tarkkaan pakinan kohderyhmää. “Maalaisille ja yksinkertaisille” piti Waltarin mukaan kirjoittaa “rehdisti, miehekkäästi, asiallisesti” ja kaupunkilaisille puolestaan “kevyesti, oikullisesti, älykkäästi, hypähdellen”. (Waltari 1935/2004, 137–138.)

Waltarin mukaan “hyvältä pakinoitsijalta vaaditaan luontaista tyyllitaitoa, jota on melkein mahdoton oppia”. Waltari myös varoitteli pakinankirjoittajaa leipääntymisestä. Hänen mielestään kirjoittajien näkemykset pysyivät harvoin tuoreena kahta vuotta kauempaa ja täten kirjoittajan piti levätä usein ja tarvittaessa vaihtaa alaa tai aihepiiriä. (Waltari 1935/2004, 138.)

Kirsti Mannisen mukaan verbi “pakista” lienee alun perin tarkoittanut puhisemista tai jotakin muuta puhallukseen tai tuulenpuuskaan viittaavaa, mutta on sittemmin vakiintunut merkitsemään kevyttä rupattelua, viihdyttävää puhelemista tai tarinointia.

Nykymerkitykseltään huvittavan sanomalehtikirjoituksen nimikkeenä pakinaa on ensimmäisen kerran käytetty vuonna 1887. (Manninen 1987, 12.) Ulkoisilta tunnusmerkeiltään pakina on Mannisen mukaan lyhyt, luettava, sävyltään tuttavallinen, ajankohtainen, sillä on journalistinen syntyperä ja se on jatkuvaa (mt., 20).

Tyyllilajina pakina oli kuitenkin vielä paljon tätäkin aiemmin syntynyt, vaikka käsitteet ovatkin vaihdelleet. Jo antiikin kirjailijat sisällyttivät teksteihinsä pakinan tuntomerkkejä. Muun muassa roomalainen runoilija ja lyyrikko Horatius kirjoitti lukuisia tekstejä, joilla oli tavallisesti “moraalisesti opettavainen sisältö” ja Horatius itse käytti kirjoituksistaan termiä Sermones, joka voidaan suomentaa juuri pakinaksi (Castrén 2013, 71). Horatiuksen kirjoituksia on kuvattu poleemisina ja pohdiskeluvina, ja ne keräsivät jo ilmestyessään myös paljon kritiikkiä. Horatiusta syytettiin liian villistä kielenkäytöstä ja hänen uskottiin jopa joutuvan kirjoitustensa takia oikeuden eteen (mt., 23). Kuten edellä kirjoitin, myös Twitter-parodian tekijöitä on uhkailtu oikeustoimilla. Moraalifilosofisen pohdiskelun ja huvittamisen lisäksi Horatius arvosteli kärkkäästi joitakin aikalaisiaan, vaikkakin jätti yleensä ylhäisaatelistoon jutuissaan rauhaan. Satiiri- ja pakinantuotantonsa lisäksi Horatius tuli hyvin tunnetuksi oodeistaan (mt., 25–27). Horatiuksen pakinoita on käännetty suomeksi muun muassa Paavo Castrén.

Castrénin käännöstyöhön (2013) valikoituneet tekstit ovat nykyisiä sanomalehtipakinoita reilusti pidempiä, noin viiden sivun mittaisia kirjoituksia.

Suomessa ensimmäiset pakinan piirteet nähtiin vuonna 1776 Suomenkielisisissä Tietosanomissa, joka oli tavalliselle kansalle suunnattu opas esimerkiksi nautakarjan tautien lääkintään (Hokkanen 2009, 27). Pakinan avulla abstrakteja asioita pystyttiin havainnollistamaan konkreettisin esimerkein ja leikin varjolla tavalliselle kansalle (Manninen 1988, 70,71).

Mannisen mukaan "Pakinaa määriteltäessä aina lopulta päädytään kuvailemaan pakinoitsijan kirjoittajanasenteita: pyrkimystä ajankohtaisuuteen ja journalistiseen tehoon, lukijan huvittamiseen ja viime kädessä myös lukijan indoktrinointiin - hänen mielipiteidensä ja maailmankuvansa muokkaamiseen" (Manninen 1987, 21).

Euroopassa ja Yhdysvalloissa pakinat yleistyvät samalla kun sanomalehdet tulivat yhä enemmän osaksi ihmisten arkea. Suomalaisen lehdistön alkuvaiheissa pakina oli jopa yksi hallitsevista tyyllilajeista journalismista. Lehtien erikoistuessa ja uutis- ja artikkelitekstien eriytyessä myös pakinasta tuli pikkuhiljaa oma erikoistyyppinsä. Sen tunnusmerkeiksi vakiintuivat nimimerkillisyys, suppeus, jatkuvuus, laaja-alaisuus ja leikillisuus. (Manninen 1988, 71).

Pakinalla on tyyllilajina hyvin paljon yhteistä ja sama tehtävä kuin pilapiirroksilla. Esimerkiksi Laura Hokkanen on käyttänyt Matti Korhosen pakinoita käsittelevässä väitöskirjassaan (2009) apunaan pilapiirrosten tutkimusta. Esimerkiksi tunnetun Kari Suomalaisen pilapiirrosten aiheet olivat hyvin lähellä Matti Korhosen pakinoita. (Hokkanen 2009, 15).

Pakinalle on tyyllilajina leimallista myös se, että sitä eivät sido samalla tavalla hyvään lehtimiesperinteeseen kuuluvat tiukat normit ja säännöt kuin muita lehtitekstejä. Pakinalla voidaan liioitella, ivata ja kritisoida vaikeitakin aiheita tavalla, joka ei menisi muussa lehtitekstissä läpi. Usein pakinalla on pilkattu myös muuta mediaa, Suomessa esimerkiksi Yleisradiota ja sen aikanaan hyvin tiukkaa suhtautumista murteiden käyttöön sisällöissään. (Hokkanen 2009, 28 & Manninen 1988, 77).

Tämä ei tietenkään tarkoita, että mitä tahansa saa pakinassa sanoa. Suomessakin Julkisen sanan neuvosto on antanut langettavia päätöksiä pakinoista, jotka ovat esimerkiksi halventaneet ihmisten etnistä alkuperää. Rajanveto tässäkin on vaikeaa, ja pakina on niin

moniselitteinen kirjoitusmuoto, että ihmiset tekevät siitä hyvin erilaisia tulkintoja esimerkiksi kontekstista riippuen. (Hokkanen 2009, 38–47.)

Vanhaa suomalaista 1700- ja 1800-lukujen pakinaa on tutkittu todella vähän. Kuitenkin pakinamaisia kirjoituksia julkaistiin noihinkin aikoihin, ja kirjoittajina oli usein monia kansalliskirjallisuuden tunnetuimpia nimiä. Esimerkiksi Elias Lönnrot ja J.V. Snellman kirjoittivat pakinatyyllisiä ”valistuskirjoituksia” (Manninen 1987, 14). Heidän aikalaisensa Zacharias Topelius julkaisi vuosina 1842–1853 satakunta pakinatyyllistä ”leopoldinkirjettä”, joissa lukijaa ei valistettu tai kasvatettu vaan heitä huvitettiin yhteisillä asioilla. Tässä mielessä ne poikkesivat aika radikaalisti oman aikansa journalistisesta normistosta, vaikka eivät aihepiiriensä tai sisältönsä puolesta olleetkaan erityisen vallankumouksellisia tai julistavia (Manninen 1988, 72). Snellman olikin Topeliuksen vastapeluri eikä pitänyt tämän tyyllistä – joskin hänen vastauksensa Topeliuksen tarinointiin olivat omat pakinakirjeet (Manninen 1988, 72).

Aivan ensimmäiseksi ammattimaiseksi pakinakirjailijaksi Suomessa kreditoidaan Aukusti Mäkelä, joka pakinoi nimimerkillä Kaapro Jääskeläinen. Eri lehdissä pakinoineen Mäkelän pakinoista julkaistiin vuosina 1888–1908 neljä nidettä lloisia juttuja. Mannisen mukaan (1987) nuo tekstit olivat toisaalta kevyen humoristisia sanaleikkeineen ja hauskoine anekdootteineen, mutta mukana oli myös purevampaa satiiria, jotka kohdistuivat yleensä herroihin ja eliittiin (Manninen 1987, 15). Muita tunnettuja suomalaisia pakinankirjoittajia ovat olleet muun muassa korkealentoista kulttuurisuuntausta edustanut suomenruotsalainen Gustaf Mattson alias Ung Jans sekä kansallisorunoiija Eino Leino (aliaksina mm. Mikko Vilkastus, Teemu, Kanttori Sepeteus), jonka pakinoita julkaistiin laajalti eri lehdissä 1800-luvun lopulta aina vuoteen 1918 asti. Leino vaihtoi nimimerkkiä usein, ja samalla myös pakinatyyli saattoi muuttua. Toiset nimimerkeistä kirjoittivat kepeämmin, toiset olivat enemmän kiinni päivän politiikassa. (Manninen 1987, 16–17.) Yhteistä lähes kaikille ajan pakinoille oli vahva kansallis-populistinen ote, joka oli vahvasti sidoksissa Suomen itsenäisyyden alkuvuosiin sekä sitä edeltäneeseen aikaan (Manninen 1988, 74).

Leinon paikan Suomen johtavana pakinoitsijana otti 1910-luvulta lähtien Ilmari Kivinen, joka kirjoitti Helsingin Sanomiin nimimerkillä Tiitus. Tiituksen tekstit olivat vuolaan humoristisia ja ammensivat aiheensa eri puolella Suomea sattuneista huvittavista tapahtumista (Manninen 1987, 17).

1920-luvulta lähtien myös naiset tulivat sankoin joukoin mukaan kirjoittamaan pakinaa. Siinä missä miesten kohderyhmä oli yleensä ollut koko kansa, naispakinoitsijat suuntasivat

viestinsä yleensä enemmän oman sukupuolensa edustajille. Pakinoissaan naiset myös kritisoivat ja kyseenalaistivat omaa naisen rooliaan ja stereotypioita. Liioittelemalla tietoisesti ironisesti tekstiensä tunteenpurkauksia ja huudahduksia naiset ottivat samalla kantaa tasa-arvon puolesta. Ensimmäisiä naispakinoitsijoita olivat muun muassa Tyyni Taulio alias Tuulia ja Jeannette ja Kersti Bergroth alias Asser ja Tet. (Manninen 1988, 76.)

Kapinallisuus katosi pakinasta lähes tyystin sota-aikana, ja pakina liittyi yhteiseen rintamaan. Sota-ajan pakinoista monia voi pitää jopa propagandistisina. Sotien jälkeenkään kapina ei heti palannut pakinaan, vaan lajityyppi oli jo ehtinyt sopeutua ajan ja yhteiskunnan normistoon ja sen olennaiseksi osaksi. Vasta 1940-luvun lopulta lähtien uusi kirjoittajasukupolvi alkoi taas pikkuhiljaa venyttää kielen ja tiedonvälityksen normistoa. Paino oli nimenomaan kielessä ja maailmankuvassa, ei niinkään aatteissa. Elämä nähtiin paljon aiempaa ristiriitaisempana kokonaisuutena, johon ei ollut niin helppoja vastauksia kuin ennen sotaa. (Manninen 1988, 80.)

Myöhemmän 1900-luvun tunnetuimpia pakinoitsijoita ja heidän nimimerkkejään ovat olleet muun muassa Lauri Pihkalan Tahko, Pentti Saarikosken Nenä ja Urho Kekkosen Pekka Petsi ja Liimatainen. Nykypäivän ykkösnimiin lukeutuu ainakin Seppo Ahdin Bisquit, joskin pakinoiden määrä on kokenut suoranaisen romahduksen, mitä tulee julkaistujen pakinoiden määrään ja näkyvyyteen. Pakinan ongelmia ovat nykyään muun muassa lukijoiden vaatimukset yksinkertaisista ja suoraviivaisista teksteistä tai toisaalta toiveet niin härskeistä teksteistä, että niitä ei juuri kukaan uskalla kirjoittaa. (Tarmio 1999, 152.)

Toisaalta pakinan suosio on jo 1950-luvulta lähtien kilpaillut kirjoittajan omalla nimellä ja naamalla julkaistu kolumni, jossa näkökulma, aihepiiri ja kielellinen leikkittelykin on rajattava ja mietittävä tarkemmin (Manninen 1988, 81). Median henkilöityessä yhä vahvemmin toimittajien ja julkisten omiin brändeihin eivät nimimerkin suojista kirjoitetut pakinat myöskään herätä enää samanlaista kiinnostusta kuin ennen. Samalla tekstintuottaminen ja mielipiteiden suoltaminen on internetin, blogien, ja myös Twitterin kautta tullut jokamiehen oikeudeksi. (Tarmio 1999, 152.) Twitterissä on hyvin tavallista ilmaista mielipiteitä kärjistetysti, huumorin avulla ja joskus myös nimimerkin takaa, joten siinä mielessä se onkin voinut täyttää ainakin jossain määrin pakinoiden jättämää tyhjiötä.

Kirsti Manninen oli jo vuonna 1988 huolissaan siitä, että pakina saattaa olla kuolemaisillaan. Siinä, missä 1960-luvun puolivälissä julkaistiin "toistakymmentä" kotimaista pakinakokoelmaa, ei niitä Mannisen mukaan enää vuonna 1987 julkaistu kuin yksi muutamien paikallisten kokoelmien lisäksi (Manninen 1988, 81–82).

Mutta eivät pakinat sentään kokonaan ole kadonneet: esimerkiksi Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä on julkaistu tammikuusta 2012 lähtien nimimerkki Kuukautisen pakinoita. Muita edelleen voimissaan olevia pakinoita ovat muun muassa Ilta-Sanomien Bisquit, Helsingin Sanomien Toinen mies ja kulttuurisivujen Kuiskaaja sekä Aamulehden Pitko. Myös monissa blogeissa on nykyään kirjoituksia, jotka mielestäni täyttävät ainakin osittain pakinan tunnuspiirteet. Yksi esimerkki tästä ovat nimimerkit Pasa ja Atpo, jotka kirjoittavat reikäpäistä ja kirosanoja vilisevää Eniten vituttaa kaikki -blogia. Blogissa kerrotaan asioista, jotka ottavat kirjoittajia päähän ja arvostellaan kaikkea mahdollista liioitellun aggressiiviseen, ironiseen sävyyn:

“Kukas kusipää on keksinyt sanonnan ”yksi kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa”? Onpa nimittäin harvinaisen päin vittua oleva lässytys!! En nyt jaksa avata hommaa sen tarkemmin, koska ette te möhnämielet hommaa kuitenkaan tajuaisi. Ootte te kanssa tyhmiä.” (Eniten vituttaa kaikki, 19.3.2011).

Kirsti Manninen jaottelee Ylioppilaslehden pakinoista kirjoittamassaan väitöskirjassa pakinoille neljä eri “ilmansuuntaa”. Mannisen mukaan Ylioppilaslehden pakinat vuosien varrelta voidaan jaotella tarkkaileviin, väitteleviin, anarkistisiin ja myötäeläviin kirjoituksiin. (Manninen 1988, 287–295). Kaiken kaikkiaan näyttää siltä, että pakina ei ole koskaan innoittanut tutkijoita sankoin joukoin. Kirsti Manninenkin tuskailee väitöskirjassaan pakinan olleen “tutkimuskohteena huutolaispojan asemassa”.

Aion tässä tutkimuksessa tarkastella Twitter-parodiaa pakinan näkökulmasta. Löytyykö näille toisistaan näennäisen erilaisille tekstilajeille jotain yhteistä rajapintaa? Ajatuksia siihen saan Pauli Saukkosen kontekstimallista (Saukkonen 1984, 161), jota Kirsti Manninen soveltaa väitöskirjassaan pakinaan (1987). *Viestintätilanteen* on pakinan kohdalla oltava poikkeuksellisen tarkka. Lukijan on pakinaa lukiessaan ymmärrettävä lukevansa pakinaa, muuten hän ei osaa tulkita tekstiä oikein. Tietysti lukijan on myös tunnettava pakinaa tyyllilajina. Lukijalle on siis jotenkin ilmoitettava, esimerkiksi vinjetillä, kirjoituksen vakiopaikalla tai muulla merkillä, että nyt luetaan pakinaa. *Ulkoiset tunnukset* ovat siis tärkeitä. (mt., 22.)

Pakinan funktio lukijan kannalta on se, että lukija saa nauraa tai ainakin viihtyy tekstin parissa. Tekstin ja pakinoitsijan intentio on myöskin saada lukija nauramaan, mutta niille on tärkeää saada lukija nauramaan oikeille asioille, kuten politiikan pikkumaisuuksille tai julkisen hallinnon byrokralialle. Puhutaan *intentio-funktio* -suhteesta. Mannisen mukaan tämä onkin

tehnyt *komiikasta*, *satiirista* ja *ironiasta* tärkeitä käsitteitä pakinalle. Pakina ilman naurua on huono pakina tai ei pakina ollenkaan. (mt., 23.)

Pakinan *perspektiivi* on lukijalle tärkeä merkki siitä, miten tekstiä tulee tulkita. Perspektiivistä saa suuntaa jo esimerkiksi nimimerkin avulla, mutta toiston ja *jatkuvuuden* avulla lukija myös oppii pakina pakinalta tuntemaan kirjoittajan tyylin. Samoin *laaja-alaisuus* on olennaisesti liittynyt pakinaan: pakinoitsija voi kirjoittaa käytännössä mistä tahansa. Pakinankirjoittajan tavoite on aina siirtää pakinoitsijan näkökulma lukijan näkökulmaksi tämän sitä huomaamatta. Siinä mielessä pakinoilla on edelleenkin *valistava* näkökulma. (mt., 23–24.)

Pakinatekstin suhde todellisuuteen eli sen *referenssi* on Mannisen mukaan ollut kimurantti mutta kiinnostava ongelma. Pakinaa kun eivät ole koskeneet todenperäisyys- tai uskottavuuskriteerit, jotka tavallisesti sitovat aina muita lehtitekstejä. Päinvastoin, pakinassa todellisuutta väristellään, katsotaan subjektiivisen perspektiivin läpi ja suodatetaan sen mukaan. Totta on vain toinen puoli, mutta sitä ei aina tiedä, kumpi puolista. (mt., 24.)

Pakinassa korostuu yleensä todellisuuden ja pakinan oman todellisuuden välinen ristiriita. Tässä kohtaa tullaan kohtaan, jossa Manninen viittaa suoraan parodiaan - siis minun tutkimuskohteeseeni.

“Esimerkiksi modernin pakinan loisteliaimmat parodiat lähtevät yleensä liikkeelle kohteensa todellisen kielen, esitystavan ja argumentoinnin uskollisesta mukailusta ja räjäyttävät tämän todellisuuden sitten täysin asiaankuulumattomilla, kaikkien normien vastaisilla keinoilla. Pakinan nauru perustuu kaikilla tasoilla juuri tähän ilmiöön: todellisuuden mukailuun ja sen normeista poikkeamiseen”. (Manninen 1987, 23–24).

Pakinoitsijat luovat myös omia normijärjestelmiään ja opettavat lukijan seuraamaan niitä vain rikkoakseen omat norminsa sitten mahdollisimman näyttävästi. Hyvässä pakinassa kulkeekin tietty *norminmukaisuus* (mt., 26). Huumoria ja yllätyksiä luodaan sitten *normipoikkeamilla*, joita voivat olla esimerkiksi kahden hyvin kaukana toisistaan olevan teeman yhdistely, loogiset päättelyaukot, ristiriitaiset kielikuvat, ontuvat vertaukset, metaforien mielivaltainen yhdistely, paradoksit ja tarkoituksellisen virheellinen kielenkäyttö kuten yhdyssanavirheet tai omituiset lauserakenteet. Normipoikkeamien avulla kirjoittaja osoittaa lukijalle, mistä pakinassa on kyse (mt., 26–28).

Aion käyttää tutkimuksessani apuna näitä pakinan tunnuspiirteitä. Vaikka tutkimus onkin aineistolähtöinen, voin käyttää pakinan tutkimusta sen apuna. Varsinaisesta ohjaavasta

teoriasta ei ole kyse, sillä Manninenkin (1987) kuvailee muun muassa normipoikkeaman käsitettä karkeana työvälteenä. Hänen mukaansa tarvittaisiin runsaasti lisätutkimusta, ennen kuin pakinan kontekstirelaatioiden osoittimet voitaisiin järjestellä loogiseen järjestykseen (mt., 38). Tutkimukseni ei käsittele pelkästään pakinan ja Twitter-parodian suhdetta, mutta on kiinnostavaa tarkastella, löytyykö Twitter-parodiasta ja pakinasta mitään yhteistä. Samalla saan kättä pidempää pakinan tutkimuksessa käytetyistä käsitteistä, joiden avulla voin jäsentää omaa aineistoani. Lähden kuitenkin siitä, että Twitter-parodia on oma ilmiönsä. Sitä ei julkaista sanomalehdessä eikä minkään vastaavan brändin alla, se on ollut olemassa vasta muutaman vuoden, se on maksimimitaltaan paljon pakinaa lyhyempi, ja toisin kuin pakinassa, siinä todella tekeydytään kerta toisensa jälkeen joksikin olemassa olevaksi ihmiseksi. En voi suoraan olettaa pakinan kaikkien piirteiden sopivan sen analysointiin.

2.2.2. Satiiri

Satiiri on sisällön, esimerkiksi arvojen pilkkaamista. (Rahtu 2000, 225). Satiiri viittaa yhteiskuntaan, suoraan tai välillisesti. Mari Huhtamäen mukaan ”satiirin kriittisyys syntyy vastaavuudesta fiktion maailman ja reaali maailman välillä sekä erillisyydestä ideaalin ja reaalisen välillä” (Huhtamäki 2009, 39). Satiirit ovat hyvin kiinteästi liitoksissa paikallisiin oloihin ja ajankohtaisiin ilmiöihin ja tapahtumiin ja vaativat siksi aatehistorian ja kirjallisuuden kulttuurin tuntemista auetakseen lukijalle kunnolla (Castrén 2013, 7).

Satiirin voi ajatella suppeasti yhtenä kirjallisuuden lajina, mutta laajemmin kyse on esitystavasta, jota voi esiintyä monissa eri lajityyppihin kuuluvissa teoksissa (Kivistö & Riikonen 2012, 10).

1900-luvun alussa pakina oli tavallisin satiirin laji Suomessa (Kivistö & Riikonen 2012, 205). Satiiri on siis laaja käsite, pakina yksi sen lajityyppi, ja parodia keino, jota nämä molemmat edellä mainitut usein käyttävät saadakseen viestin perille.

Suomen kielessä satiiri-sanaa on usein vältetty ja puhuttu enemmin pilkasta, ivasta tai haukkumisesta. Ehkä tästä syystä satiirilla on usein koeteltu sananvapauden rajoja ja se on johtanut myös oikeusjuttuihin. Perinteisesti satiiria on pidetty miesten ilmaisukeinona, mutta esimerkiksi juuri pakinankirjoittajissa on ollut myös lukuisia naisia. (Kivistö & Riikonen 2012, 10, 12–13.)

Suomessa on tavattu vähätellä kotimaista satiiria ja valiteltu sen puutetta. Sari Kivistön (2012, 12–13) mukaan suomalaisen satiirin historia on kuitenkin runsas ja monipuolinen. Kivistön mukaan ehkä vielä 1900-luvun alussa satiiri haki paikkaansa, kun koko suomalainen kansalliskirjallisuuskin oli vasta kehittymässä, mutta sittemmin se on saanut tilaa muun muassa pilalehdistä ja vanhan työväenliikkeen ansiosta. Satiirille on tyypillistä reagoida yhteiskunnallisiin muutoksiin ja rakenteisiin ja tehdä huomioita niistä mahdollisimman tarkkanäköisesti (Kivistö & Riikonen 2012, 14). Kritiikin kohteeksi ovat joutuneet tavallisesti yhteiskunnan hyväosaiset, poliitikot, virkamiehet, papisto ja joskus myös tekotaiteellisena pidetty kulttuuriväki (mt., 15).

Satiiri on aika usein ilkeää luonteeltaan, eikä sen tarkoitus ole pelkästään pyrkiä naurattamaan kuten komedian ja komiikan. Satiiri tyypittelee ja tarttuu henkilön henkisiin tai ruumiillisiin vajavaisuuksiin tai yksityiskohtiin. Tyypillisimmin satiirissa esitetään henkilö joko henkisesti epäkypsäksi oikkuilevaksi lapseksi, vähä-älyiseksi ja tyhmäksi narriksi tai pelkästään viettiensä ja ruumiinsa vietävänä olevaksi suursyömäriksi, seksihulluksi tai vaikkapa juopoksi. Nämä melko yksinkertaiset keinot toimivat hyvin varsinkin silloin, kun ivataan jotain korkeassa asemassa olevaa henkilöä, koska tällöin koominen ristiriita – inkongruenssi – on suuri. Näillä keinoin tarkoituksena on naurun varjolla esittää kritiikkiä, joka kohdistuu sellaiseen henkilöön, jossa on satiirin tekijän mielestä paitsi jotain naurettavaa, myös jotain tuomittavaa. (mt., 13–14.)

Satiiri kytkeytyy myös parodiaan ja käyttää sitä hyödykseen esimerkiksi nauraessaan virkamiesten byrokraattiselle kielelle tai akateemisen maailman mutkikkaalle puhetavalle. Satiiri toimii monin tavoin kuin ironia: se hyödyntää ääneen lausutun ja kätketyn merkityksen tasoa ja rakentuu näennäisen ja todellisen vastakkainasettelusta.

Suomalaisessa satiirissa toistuva teema on ollut kuolema ja sen varjolla tehtävä makaaberi huumorin sävyttämä kritiikki. Tässä ei toisaalta ole mitään uutta, sillä jo antiikin kirjallisuuden satiireissa saatettiin usein matkata esimerkiksi manalassa. Satiirissa kuolemasta saatetaan tehdä koomista laittamalla pilkan kohde kuolemaan naurettavissa olosuhteissa. (Kivistö & Riikonen 2012, 17.)

Missä menee satiirin ja yhdentekevän pilkan raja? Satiiria on moitittu hedelmättömänä solvaamisena ja satiirikkojen on katsottu tekevän pilaa nimekkäistä kohteistaan vain pönkittääkseen omaa asemaansa tai saadakseen nimeä itselleen. Jos satiirina esitetään pelkkää henkilöön menevää, suoraa ja yksinkertaista pilkkaa tai vihaa, on yleensä menty pieleen. Ihmisen ulkonäön haukkuminen ei sellaisenaan ole satiiria, koska ulkonäkönsä ei

yleensä voi edes ratkaisevasti vaikuttaa. Hyvältä satiirilla on oltava syvempi tavoite. Sen tulee pyrkiä saamaan henkilö muuttamaan toimintaansa, paljastaa epäkohtia ja sanoa ääneen sellaisia asioita, jotka yleensä vaietaan. Lajityypin taustalla on kuitenkin nähty myös tekijöiden tiedostamattomia motiiveja: satiirin kirjoittaminen on voinut olla jonkinlainen vastareaktio satiirikon elämässään tai yhteiskunnassa kokemaan epäoikeudenmukaisuuteen. Puhutaan jopa satiirikon vihasta, joka näkyy kirjoituksen raivokkuutena ja hyökkäävyytenä. (Kivistö & Riikonen 2012, 18–19.)

Vaikka satiirilla on nähty näitä yleviä tavoitteita, on sitä ollut myös mahdollista käyttää propagandan välineenä. Satiirinen kerronta rakentuu usein mustavalkoisen vastakkainasettelun varaan, jota varallisuuserot ja luokkayhteiskunta ruokkivat. Esimerkiksi 1900-luvun taitteen työväenliikkeen Suomessa satiirissa piirrettiin vahvaa vastakohtaa rikkaiden, möhömahaisten ja laiskojen pohattojen ja kovasti työtä tekevän mutta kärsivän työläisen tai talonpojan välillä. Raha ja sen valta on ollut kaiken kaikkiaan hyvin keskeinen satiirin aihe ja kritiikin kohde. Toinen tunteita herättävä satiirin aihe on ollut uskonto, johon suhtautuminen on kuitenkin paljon herkempää. Uskontoja kohtaan vihamielisiksi koetut satiiriteokset, esimerkiksi Muhammed-pilakuvat ovat herättäneet suurta kohua. (mt., 20–22.)

Satiiritutkimuksessa pidetään perinteisesti tärkeänä sitä, että tutkijan on otettava huomioon kohteena olevien teosten kirjoitusajankohta sekä poliittinen ja kulttuurinen asiayhteys eli konteksti niitä tulkitessaan (mt., 24). Tämä on tärkeää myös Twitter-parodiaa tutkiessa: parodiaan vaikuttavat tietenkin paitsi niiden kirjoitusajankohta ja sen hetkiset reaali maailman tapahtumat, myös Twitterin ja sosiaalisen median luonne viestintäympäristönä.

Tämän pro gradu -tutkielman ja sen aineiston valossa on aiheellista mainita myös urheilun ja urheilusatiirin asemasta Suomessa. Suomalaisten urheiluhulluus on innoittanut vuosien varrella useita satiirikkoja ja sen avulla on kuvattu suomalaisten kansanluonnetta. Osansa ovat saaneet uudet muotilajit, eliitin suhtautuminen urheiluun, urheiluun liittyvä tilastohulluus ja pikkutarkkuus ja urheilun nationalistisuus, puhumattakaan urheiluselostusten pateettisesta retoriikasta. Uudemmassa urheilusatiirissa mukaan on tullut dopingin, julkisuuden ja median sekä urheilujohtajien pilkkaaminen. Kaiken kaikkiaan urheilun maailma kaikkine kytköksine politiikkaan ja kansallisuuteen, sisuine ja joskus narsistisine ja itsekkäine pyrkimyksineen on ollut satiirikirjoittajille herkullinen ja rakas aihe. (Kivistö & Riikonen 2012, 421–442.)

2.2.3. Huumori ja komiikka

Arkikokemuksen ja ensihavaintojeni perusteella Twitter-parodiat pyrkivät huvittamaan. Niissä pitäisi siis olla huumoria ja komiikkaa.

Lähes kaikki koominen perustuu teorioiden mukaan siihen, että yhdistetään yllättäviä asioita, saatetaan tuttu outoon ympäristöön tai toimitaan konventioista poikkeavalla tavalla.

Puhutaan myös inkongruenssista eli yhteensopimattomuudesta. (Herkman 2000, 370.)

Huumorin kokeminen on aina tapauskohtaista, eikä sen tekemiseen ole onnistuttu löytämään mitään oikeaa ja varmaa tapaa – muutenhan ei olisi olemassa huonoja komedioita tai vitsejä. Tästä huolimatta tiettyjä kaavoja ja malleja on yritetty luoda, joskin ne toimivat epäluotettavasti: Aina löytyy joku porukka, joka nauraakin asialle, jonka hauskuutta ei ole osattu ennakoida. Nykyisessä fragmentoituneiden yleisöjen ja makujen maailmassa on yhä vaikeampaa naurattaa laajoja ihmisjoukkoja, koska he nauravat niin eri asioille. (Herkman 2000, 371.)

Kulttuuritutkimuksessa huumoriin on usein liitetty emansipoiva, yhteiskunnallisesti vapauttava mahdollisuus. Tässä katsantokannassa huumori antaa tilaisuuden subversiivisiin, vallitsevia totuuksia ja arvostelmia haastaviin merkityksiin ja kokemuksiin (Herkman 2000, 373). Tällaisena näen myös Twitter-parodian “parhaimmillaan” eli silloin, kun se onnistuu sanomaan jotain oivaltavaa tai kiinnostavaa ilmeisimmän tasonsa lisäksi.

Jerry Palmerin mukaan (1994, 60) huumorin kahtalainen funktio on saanut aikaan kahdenlaisia teorioita: ensinnäkin “varoventtiiliteorioita”, joiden mukaan yhteiskunta voi huumorin avulla liudentaa epäsosiaalisia impulsseja ja sopeuttaa erilaisuutta valtakulttuuriin, ja toiseksi teorioita, joissa huumori nähdään aroista tai kielletyistä aiheista käytävien neuvottelujen ja muokkaamisen paikaksi.

Huumori on huumoria vain jostakin näkökulmasta. Naurajan positio on valta-asema, ja naurun kohteen osa on usein huomattavasti kiusallisempi (Herkman 2000, 377). Tämän tietävät kaikki, jotka ovat joutuneet joskus olemaan yhteisönsä naurunaiheena.

Sigmund Freudin mukaan vitsien avulla voidaan nostaa esille asioita, jotka muuten tukahtuisivat tietoisuuden torjuntaan (Freud 1905, 89–90, 121). Freudin mukaan “me emme kykene oman tunteemme perusteella päättämään, mikä osa mielihyväästä kumpuaa vitsin tekniikasta, mikä osa sen tendenssistä. Me emme siis tosiasiallisesti tiedä mille me nauramme”

(Freud 1905/1983, 90). Tämä myös vaikeuttaa omaa työtäni, kun pyrin analysoimaan Twitter-parodioiden keinoja naurattaa.

Komiikka on huumorin lähi- tai alakäsité. Eroa näiden kahden välille on tehty muun muassa sanomalla huumoria enemmän asenteeksi tai tunnesävyksi ja koomisuuden olevan tilanteissa. Jos joku esitys on aidosti hauska ja hyvin luotu, yleisöään naurattava, voi sen sanoa olevan humoristinen. Jos se taas menee pahasti pieleen eikä naurata ketään, voi tilanteesta syntyä koominen, vaikka kukaan ei nauraisi. Kaikki nauru ei ole koomista eikä kaikki komiikka ole huumoria. (Järvelä ym. 1994.)

2.2.4. Ironia

Ironian käsite on tässä pro gradu -tutkielmassa mukana, koska se on oleellista pakinoille, mutta myös asia, jonka on usein sanottu heijastavan internetissä käytävää viestintää ja siellä kommunikoivaa 2000-luvun ”hipster”-sukupolvea (kts. esim. Wampole 17.11.2012).

Tyypillisiä tapoja määritellä ironia on se, että tarkoitetaan päinvastaista kuin mitä sanotaan, tai että tarkoitetaan ylipäänsä jotain muuta kuin mitä sanotaan. Todellisuudessa ironia on kuitenkin paljon muutakin, ja siksi onkin Toini Rohdun (2006) mukaan hieman erikoista, että näiden antiikin filosofeilta tulleiden määritelmien rinnalle ei kielentutkimukseen vielä 1990-luvullakaan ollut tullut yksiselitteistä määritelmää. (Rohtu 2006, 38.)

Rohtu (2006) tarjoaa ironialle seuraavan määritelmän:

“Ironisessa tulkinnassa on aina jokin 1) tavalla tai toisella negatiivinen sanoma, joka on tulkittava 2) tuottajansa intention mukaiseksi ja jolla on jokin 3) kohde ja useimmiten myös 4) uhri. Olennaista on 5) monitulkintainen esitystapa: jokin, joitakin tai kaikki komponenteista 1–4 tajutaan kätketyn, ja ne on siksi pääteltävä itse.” (mt., 46.)

Jacobsin ja Smithin (1997) mukaan ironinen narratiivi horjuttaa sovinnaisia ja totalisoivia diskursseja ja opettaa näkemään asioita monista näkökulmista. Toisaalta ironia johtaa helposti fatalismiin, vieraantumiseen ja pinnallisuuteen (mt., 67–76).

Ironian voimakkuuden ja kerronnan sävyn lisäksi olennaista on se, mihin ironia kohdistuu. Aivan kuten edellä mainitun huumorin suhteen, on myös eri asia olla ironisessa tilanteessa oivaltavana yleisönä kuin ironian uhrina (Reunanen 2003, 397). Twitter-parodiassa ilmeisin

ironian kohde on tietenkin parodioitava henkilö, mutta on syytä tarkastella, löytyykö myös muita kohteita.

Ironialla viitataan yleensä lausumiin tai tilanteisiin, joissa jokin sanottu tai tehty kontekstoituu niin, että se vaikuttaa jotenkin huvittavalta. Yksinkertaisessa sanallisessa ironiassa tyypillisesti sanotaan jotain muuta kuin tarkoitetaan. Tilanne taas on ironinen, kun vaikkapa rallikilpailuissa mainetta niittänyt autonkuljettaja peruuttaa ruokakaupan rallikilpailuissa päin lyhtypylvästä. Kolmanneksi voidaan puhua ironiasta elämänasenteena. Se liittyy oivallukseen maailman hallitsemattomuudesta, totuuksien suhteellisuudesta ja eettisten tavoitteiden saavuttamattomuudesta. Ironisen elämänasenteen avulla voi kuitenkin olla mahdollista silti toimia ”ikään kuin” arvokkaat päämäärät olisivat saavutettavissa. (Reunanen 2003, 399.)

Ironia ei edellytä kirjoittajan tietoista ironista intentiota (Hutcheon 1995, 45). Twitterin parodiatilien kohdalla voidaan kuitenkin melko varmasti olettaa, että intentio on nimenomaan olemassa, koska koko ajatus – esiintyminen julkisella foorumilla jonain muuna kuin on ja vielä sen kertominen Twitter-tilin kuvauksessa – olisi melko lailla järjetön ilman ironista aietta. Parodiatilin perustaja tekee siis tilin perustamisella ja viimeistään profiilikuvauksensa ”parodia” -huomautuksella selväksi sen, että hän ymmärtää toimintansa ironisen luonteen. Parodiatilien kantavana voimana onkin naureskella niiden kohteelle. Tilin kirjoittaja on yleensä anonyymi ja suojautuu näin oikeastaan kaikelta kritiikiltä tai itsensä naurunalaiseksi saattamiselta. Twitterin säännöt sallivat parodiatilit, mutta parodia pitää tehdä selväksi profiiliin kuvauksessa, vaikka juuri parodia-sanalla (Twitter’s Parody, commentary... i.v.).

Ironia ja komiikkakin ovat toistensa lähilajit. Ironia ja komiikka toimivat siinä mielessä samalla periaatteella, että niissä molemmissa on ristiriitaisuutta ja yhteensopimattomuutta, eli jo edellä mainittua inkongruenssia (Ikonen 2009, 12). Toisaalta ironia ei aina ole ensisijaisesti koomista, vaan se voi esimerkiksi nostaa esiin yhteiskunnallisia epäkohtia. Ironia voi olla joskus koomista, mutta komiikka ja ironia eivät ole sama asia (Mattila 2011, 11).

2.2.5. Parodia

Parodia puolestaan on ”ivallinen, piikittelevä mukaelma jostain tunnetusta ja vakavasta aiheesta tai teoksesta” (Nurmi ym. 2004, 326). Parodia on siis toisen esityksen muodon pilkkaamista, intertekstuaalista ivaa, jossa otetaan jokin aiempi teksti tai tyyli leikkittelyn lähtökohdaksi (Kivistö & Riikonen 2012, 14). Tämä määritelmä riittää hyvin minun tutkielmani toteuttamiseen, sillä tarkoitukseni ei ole vertailla Twitter-parodiaa parodian perinteeseen sinänsä. On kuitenkin mielenkiintoista katsoa, missä määrin tämä parodian määritelmä

täytyy Twitter-parodian kohdalla. Vaikka puhun tutkimuksessani Twitter-parodiasta, eivät kaikki aineiston Twitter-tilit välttämättä ole parodiaa ainakaan edellä kuvatulla tavalla.

3. Aineisto ja menetelmä

3.1. Twitter-parodiat aineistona

Tutkimukseni aineistona ovat suomenkieliset Twitter-parodiatilit, joilla on vähintään 100 twiittiä, yli 1000 seurajaa ja jotka parodioivat selvästi jotain olemassa olevaa tai -ollutta henkilöä.

Ei ole olemassa mitään kattavaa tai virallista listaa, johon kaikki suomalaiset parodiatilit olisi kirjattu. Tästä syystä jouduin etsimään parodioita käsin sekä lumipallomenetelmällä. Yhden parodian löydettyäni saatoin sen kautta päästä toisen jäljille, tai Twitter tarjosi algoritmiinsa perustuen samankaltaisia tilejä seurattavaksi. Lisäksi pyysin Twitter-seuraajiltani apua ja kysyin, mitä parodiatilejä he tietävät. Tehtävää helpotti se, että minulla on verrattain paljon seuraajia – vähän yli 5000, ja heiltä tuli monia hyviä ehdotuksia. Aiempi aktiivisuus Twitterissä auttoi siis myös tutkimuksen tekemisessä. Laitoin Twitterin lista-työkalun avulla ehdotetut parodiatilit muistiin. Yhteensä listalla on 24 erilaista jollain tapaa parodiaksi tunnistettavaa Twitter-tiliä.

Useimmat parodiatilit kohdistavat huumorinsa juuri johonkin henkilöön. Myös esimerkiksi VR:llä on oma parodiansa, mutta rajasin tarkasteluun tulevat tilit henkilöparodiaan, jotta niiden vertailu keskenään olisi helpompaa. Samasta syystä otin mukaan vain suomen kielellä kirjoitetut parodiat. Joissain kohdin esimerkiksi englannin tai ruotsin kieltä on toki käytetty tehokeinona, kun on vaikkapa haluttu irvailla parodioitavan kielitaidolle. Tällaiset tilit jätin mukaan.

Toisena kriteerinä pidin sitä, että parodiatilillä on ainakin jossain määrin merkittävä joukko seuraajia. Suuri seuraajamäärä kertoo parodiatilin suosiosta, mutta se ei tietenkään korreloi esimerkiksi parodian “hauskuuden” (sikäli kun hauskuutta edes voidaan määritellä) tai “hyvyyden” kanssa. Suosioon voi olla monia muitakin syitä, kuten esimerkiksi se, miten tunnettu parodian kohteena oleva henkilö itse on.

Miten sitten määritellä tällainen “merkittävä määrä”? Kuten edellä kirjoitin, keskimääräinen seuraajamäärä yhdellä tilillä Twitterissä on Suomessa noin 70. Tällöin tuhat seuraajaa voisi olla niin merkittävä määrä seuraajia, että parodia voidaan jo luokitella jossain määrin “tavallista” Twitter-tiliä laajempaan tietoon nousseeksi. Tarkoitukseni on tutkia Twitter-

parodian valtavirtaa, edes jollain tavalla yleisessä tiedossa olevia tilejä.

Edellämainitut kriteerit huomioiden aineistooni päätyi seitsemän Twitter-parodiaa:

Kullervo Kammola (Kalervo Kummolan parodia)

KarhuvaaraParodia (Lauri Karhuvaaran parodia)

Sporde Porttila (Jari Porttilan parodia)

Mäntyniemen herra (Sauli Niinistön parodia)

Sanokaa Urkki vaan! (Urho Kekkosen parodia)

Mannerheim (C.G.E. Mannerheimin parodia)

Valeksi Alavuori (Aleksi Valavuoren parodia)

Tilit esitellään tarkemmin luvussa 4.1.

On toki muistettava, että Twitter-tilille on mahdollista ostaa valseuraajia, botteja, jolloin seuraajaluku näyttää mairittelevalta, vaikka joukossa olisi eläviä seuraajia vain hyvin vähän (Ostimme Twitter-seuraajia... 19.10.2012). Ja vaikka valseuraajia ei ostaisi, niitä voi kertyä hieman roskasähköpostin tavoin varsinkin suosituille Twitter-tilille (Justin Bieber Followers... 11.4.2013). Näitä valseuraajia en pysty käytännössä yksilöimään saati rajaamaan pois.

On myös täysin mahdollista, että tästä tutkielmasta on jäänyt pois joku suosittu Twitter-parodia, jota en syystä tai toisesta onnistunut löytämään. Kriteerini täyttäviä tilejä löytyi yhteensä seitsemän, ja niiltä jokaiselta otan analyysin 100 viimeisintä twiittiä. Määrä on tarpeeksi hallittava tutkielmani laajuuteen nähden mutta kuitenkin melko runsas – yhteensä tutkielmassa käsitellään siis 700 uniikin twiitin aineisto. Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan pyrin kuvaamaan Twitter-parodiaa ilmiönä, ymmärtämään sitä ja antamaan siitä teoreettisesti järkevän tulkinnan (Tuomi & Sarajärvi 2002, 88).

Tuoreempien twiittien analyysin tekeminen on helpompaa kuin vanhojen, koska niissä on ainakin hieman helpompi ymmärtää tai muistaa konteksti, jossa viesti julkaistiin. Monet twiitit kommentoivat jotain ajankohtaista tapahtumaa, ja mitä uudempia twiitit ovat, sitä parempi mahdollisuus on löytää yhteys uutiseen, jota kommentoidaan. Tästä syystä valitsin aineistoon viimeisimmät sata twiittiä enkä esimerkiksi ensimmäistä sataa.

Viimeisimpien twiittien lisäksi tarkastelen myös parodiatilien profiileja Twitterissä, sillä uskon, että ne ovat lukijalle tärkeitä lukuohjeita ja orientoitumisapuvälineitä siinä missä pakinoiden vinjetit, nimimerkki tai kuvitukset. Kuvailen lyhyesti parodiatilien profiileja ja katson, mitä tietoja niissä kerrotaan parodiatilistä.

Mitä sitten seuraa siitä, että tarkasteluun valikoituvat vain seuratuimmat Twitter-parodiat? Ne eivät ainakaan anna kuvaa siitä, millaisia Twitter-parodiat keskimäärin ovat: tämän määrittäminen olisi laadullisesti ylipäänsä vaikeaa, mutta silloinhan mukana pitäisi vähintäänkin olla myös niitä parodioita, jotka eivät ole saaneet juuri ollenkaan seuraajia. Tutkimukseni otantana ovatkin nimenomaan suosittu tilit. Tämä siksi, että minua kiinnostaa myös se, minkälainen Twitter-parodia kerää suosiota, tai ainakin seuraajia, mikä nyt on miltei ainoa tapa mitata Twitterissä suosiota.

Luokittelen aineiston laadullisesti. Pyrin löytämään twiittien aihepiireistä, tavasta tehdä huumoria tai parodiaa tai kielenkäytöstä yhteisiä tekijöitä, joiden perusteella luokittelu syntyy. Luokittelu syntyy aineiston perusteella, mutta apuna on myös satiirin ja pakinan tutkimus. Useissa metodioppaissa (mm. Tuomi & Sarajärvi 2002, 91) neuvotaan, että luokkia ei ole järkeä muodostaa kymmenittäin ainakaan silloin, jos aineisto ei ole järin suuri. Tässä tapauksessa tutkittavia tilejä on vain seitsemän, mutta toisaalta jokaiselta mukana on sata "teosta" eli twiittiä. 10–20 erilaista Twitter-parodian luokkaa ei siis välttämättä olisi liioittelua. Pyrin saamaan suhteellisen uudesta ilmiöstä yleiskuvan ja tutkimaan, mitä yhteistä Twitter-parodioilla on. Tutkin siis niiden homogeenisyyttä eli yhtenäisyyttä. Tällöin aineistoksi riittää pienempi otanta kuin jos tutkisin parodioiden erityispiirteitä eli heterogeenisyyttä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 92).

Käytännössä twiittien kerääminen tapahtui All My Tweets -nettisivun avulla, josta kokonaisen Twitter-profiilin kaikki twiitit voi ladata tiedostona tietokoneelle (www.allmytweets.net). Twiitit ovat tiedostossa aikajärjestyksessä uusimmasta vanhimpaan. Niitä ei ole numeroitu, joten jouduin laskemaan ja valitsemaan sata viimeisintä twiittiä mukaan käsin. Sitten siirsin ne Word-tiedostolle ja tulostin ne työmukavuuden parantamiseksi. Toinen tapa olisi ollut poimia ne suoraan Twitteristä yksittäin ja tehdä niistä yhtenäinen tekstitiedosto itse. All My Tweets

nopeutti työtä.

3.2. Laadullinen vai määrällinen analyysi?

Laadullinen ja määrällinen, toisin sanoen kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus nähdään usein toistensa vastinpareina. Pertti Alasuutarin (1994) mukaan tällainen vastakkainasettelu ei kuitenkaan juuri vastaa todellisuutta. Nämä kaksi voidaan kyllä erottaa toisistaan, mutta niitä on usein tapana ja myös hyödyllistä yhdistellä keskenään parhaan lopputuloksen aikaansaamiseksi. Molempia tapoja voidaan soveltaa samassa tutkimuksessa ja tutkimusaineiston analysoinnissa. (Alasuutari 1995/2001, 31–32.)

Kvantitatiivisessa analyysissä johtopäätökset ja analyysi tehdään lukujen ja niiden välisten tilastollisten yhteyksien avulla, systemaattisesti. Tämä vaatii yleensä sitä, että aineisto on jotenkin luokiteltava ja taulukoitava, ja aineistosta kerättävälle materiaalille annetaan eri arvoja muuttujilla. (Alasuutari 1995/2001, 34.)

Kvalitatiivisessa analyysissä – jota minunkin tutkimukseni siis edustaa – aineistoa tarkastellaan yleensä kokonaisuutena. Analyysiä ei voi rakentaa minkään muuttujien varaan, vaan sen tekemiseen vaaditaan absoluuttisuutta. Kaikki aineistosta nostetut asiat pitää pystyä selvittämään niin, etteivät ne ole ristiriidassa niistä esitetyn tulkinnan kanssa. Johtopäätöksiä ei voi esittää tilastotutkimuksesta saataviin todennäköisyyksiin vedoten, eikä kvalitatiivista analyysiä voi ylipäänsä tehdä niin suuresta tutkimusyksiköiden joukosta kuin kvantitatiivista (Alasuutari 1995/2001, 38–39). Eli siinä missä vaikka tietokoneavusteisesti on mahdollista laskea nopeastikin tiettyjen sanojen esiintymistiheyttä sanomalehdessä vaikka vuosien ajalta, ei saman laajuista aineistoa olisi mahdollista valita, jos olisi tarkoitus tutkia laadullisesti näiden sanojen ympärille kirjoitettuja lehtijuttuja kokonaisuuksina – tai ainakin se vaatisi todella paljon enemmän työtä.

Kvalitatiivinen analyysi koostuu kahdesta osasta, joskin käytännössä nämä nivoutuvat aina toisiinsa. Ensiksi havainnot pelkistetään, sitten arvoitus ratkaistaan. Havaintojen pelkistämällä tarkoitetaan sitä, että aineistoa tarkastellaan vain yhdestä, valitusta teoreettis-metodologisesta näkökulmasta. Muu ”häly” suljetaan pois ja keskitytään vain tutkittavana olevaan asiaan, siihen mikä on tutkimuksen kannalta olennaista. Samalla materiaalista saadaan helpommin hallittavissa oleva (mt., 40). Pelkistämisen toisessa vaiheessa havaintoja yhdistellään. Esimerkiksi: Löytyikö Twitter-parodiasta paljon kirosanoja? Voiko ne yhdistää yhdeksi havainnoksi? Havaitisiko paljon murteita? Havaintoja yhdistelemällä

voidaan löytää niiden yhteinen piirre tai nimittäjä ja mahdollisesti muotoilla sääntö, joka pätee koko aineistoon. Lähtökohtana on silloin se, että aineistossa ajatellaan olevan esimerkkejä tai näytteitä samasta ilmiöstä (mt., 40). Minä oletan tutkimuksessani löytäväni yhdestä ilmiöstä – Twitter-parodiasta – havaintoja useista eri parodioista, minkä perusteella voin sitten tehdä johtopäätöksiä. Minkäänlaista Twitter-parodian keskiarvoa tai arkkityyppiä tulen tuskin löytämään. Laadullisessa analyysissä mahdolliset poikkeukset suhteutetaan kokonaisuuteen, joka on varsinaisen tutkimuksen kohteena (mt., 42). Poikkeusta ei voi siis pakottaa “väkisin” sopimaan johtopäätöksiin, mutta pohtimalla sen syytä ja omaa kysymyksenasettelua yhteinen teema on edelleen mahdollista tehdä. Eroja aineistosta, vaikkapa tekstistä tai haastattelumateriaalista löytyy kyllä aina, mutta jos keskittyy tutkimusaineiston loputtomaan moninaisuuteen, ei ilmiöstä saa kunnollista otetta. Laadullisessa analyysissä pyritäänkin pelkistämään raakahavainnot mahdollisimman suppeaksi havaintojen joukoksi (mt., 42–43).

Havaintojen pelkistämisen jälkeen on vuorossa arvoituksen ratkaiseminen. Tätä vaihetta nimitetään usein myös tulkinnaksi. Tässä vaiheessa saatujen havaintojen tai “johtolankojen” pohjalta tehdään merkitystulkinta tutkittavasta ilmiöstä. Havaintojen ja usein aiemman teorian ja tutkimuksen pohjalta saadaan aikaiseksi rakennekokonaisuus. (Alasuutari 1995/2001, 44,47). Tämä kaikki on siis vielä hyvin yleistä: laadullinen tutkimus on terminä vain eräänlainen sateenvarjo, jonka alla on useita hyvin paljonkin toisistaan poikkeavia tutkimuksia (Tuomi & Sarajärvi 2002, 7).

Tutkimuksessani on näytenäkökulma. Tämä tarkoittaa Pertti Alasuutarin (1995/2001) mukaan sitä, että “tutkimusmateriaali mielletään näytteeksi, sitä ei pidetä (toisin kuin faktanäkökulmasta tarkasteltua tietoa) väittämänä todellisuudesta eikä todellisuuden heijastumana, vaan tutkittavan todellisuuden osana” (Alasuutari 1995/2001, 114). En tarkastele siis twiittejä totuudenmukaisina tai odota niiden antavan oikeaa tietoa. Parodia-twiitit ovat enemmänkin kulttuurisia tuotteita, aivan kuin vitsejä tai kaskuja. Huomattavaa on myös, että tutkimuksesta saatava tieto on aina siinä mielessä subjektiivista, että olen tutkijana päättänyt tutkimusasetelman oman ymmärrykseni ja kiinnostukseni ohjaamana. Tutkimustulokset eivät siis ole erotettavissa käytettävänä olleesta havaintomenetelmästä tai tutkijasta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 19).

3.3. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi

Menetelmäni on laadullinen sisällönanalyysi. Sisällönanalyysin avulla pyritään muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuvaus, joka kytkee tulokset ilmiön

laajempaan kontekstiin ja aihetta koskeviin muihin tutkimustuloksiin. Sisällönanalyysissä aineistoa tarkastellaan eritellen, yhtäläisyyksiä ja eroja etsien ja tiivistäen. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105.) Sisällönanalyysistä puhuttaessa voidaan tarkoittaa paitsi yksittäistä metodologiaa, myös teoreettista kehystä, joka on liitettävissä useisiin eri analyysiin (mt., 93). Tällä analyysimenetelmällä tarkoitukseni on saada tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (mt., 105).

Koska Twitter-parodia on uusi ilmiö, teen tutkimuksen aineistolähtöisesti, induktiivisesti päätellen. Tämä tarkoittaa sitä, että pyrin luomaan tutkimusaineistostani teoreettisen kokonaisuuden sopimatta tai harkitsematta etukäteen sitä, mitkä analyysiyksiköt käytössäni ovat. Aikaisemmillä havainnoilla, tiedoilla tai teorioilla ei pitäisi olla tutkimukseni lopputuloksen tai analyysin kanssa mitään tekemistä – muutenhan analyysi ei olisi aineistolähtöistä. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 97). Minun tutkielmani kohdalla pakina on mukana ja apuna, mutta tarkoitukseni ei ole lukea aineistoa pakinantutkimuksen läpi vaan sellaisenaan ja vasta tämän jälkeen peilata sitä pakinaan.

Tuomen ja Sarajärven mukaan (2002, 98) aineistolähtöinen tutkimus on hyvin vaikea käytännössä toteuttaa. Jo havainnot ovat teoriapitoisia, mikä johtuu siitä, että ei ole olemassa täysin objektiivisia havaintoja sinällään, vaan esimerkiksi jo pelkästään tutkimusasetelma ja menetelmä vaikuttavat väkisin lopputulokseen. Minun on tutkijana hyvin vaikea sanoa, tapahtuuko analyysi varmasti ihan oikeasti aineiston antamilla ehdoilla eikä esimerkiksi omien ennakkoluulojeni saattamana. Fenomenologis-hermeneuttisessa perinteessä ongelma on pyritty ratkaisemaan niin, että tutkija kirjoittaa auki omat ennakkokäsityksensä asiasta ja tiedostaa ne tehdessään analyysiä.

Aineistolähtöisen tutkimuksen vaihtoehtoja olisivat olleet teoriasidonnainen tai teorialähtöinen analyysi (Tuomi & Sarajärvi 2002, 100). Nämä eivät kuitenkaan sopineet Twitter-parodian tutkimukseen kovin hyvin, koska ohjaavaa teoriaa ei näin uuden ilmiön tarkasteluun vielä juuri ole, ellen sitten haluaisi testata nimenomaan jotain aikaisempaa teoriaa uudessa kontekstissa. Se ei kuitenkaan ole tavoitteeni, vaan tarkoitus on rakentaa tästä uudesta ilmiöstä yleiskatsaus ja uusi kokonaisuus.

Analyysissä on kyse myös keksimisen logiikasta. Tässä kohtaa huomataan, että ei ole mitään sääntöä, viisasten kiveä tai navigaattoria, jota seuraamalla pääsisi suoraan aineistoon käsiksi ja löytäisi varmasti vastauksia. Laadullisen tutkijan on itsensä tuotettava analyysinsä viisaus. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkijan oma älykyys ja havaintoherkkyys

sekä jopa onni ovat merkittäviä tekijöitä tutkimuksen onnistumisessa. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 101–102.)

Perehtyessäni aineistoon pyrin luokittelemaan sisältöä: millaisia teemoja tai tyyppisiä parodiatwiittejä käsittelevät? Käsitteleekö parodia esimerkiksi ihmisen ulkomuotoa, puhetyyliä tai asemaa? Saako näistä muodostettua jotain laajempia yhtäläisyyksiä tai kategorioita?

Tutkimuksessani lähdin siitä oletuksesta, että parodiatilin tekijän on ollut tarkoitus tehdä kohteestaan parodiaa. Tämä on yleensä ilmoitettu selvästi tilin kuvauksessa. Tutkin siis sitä, millaisia ovat ne suomalaiset Twitter-tilit, jotka ilmoittavat olevansa tai muutoin selvästi ilmenevät olevansa jonkin henkilön parodia.

Orientoiduin tutkimukseni tekoon lähinnä laadullisen tutkimuksen yhdysvaltalaisen perinteen mukaisesti: tarkoitukseni oli saada aineisto pelkistettyä, ryhmiteltyä ja luokiteltua eri kategorioihin. Tutkimukseni lähti liikkeelle twiittien lukemisesta ja yhteisten piirteiden löytämisestä. Tämä kriittinen ja tärkeä vaihe oli hyvin pitkälti kiinni omista kyvyistäni huomata tekstistä sille tyypillisiä piirteitä. Löytäessäni samaa tarkoittavia ilmaisuja yhdistin ne samaan luokkaan ja annoin luokalle sen sisältöä kuvaavan nimen. Tutkimuksen tuloksen kannalta tämä vaihe oli sikäläkin tärkeä, että tulkintani ohjaamana päätin, millä perusteella eri twiitit tai niissä olevat ilmaisut kuuluvat samaan tai eri luokkaan. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 102–104.)

Sisällönanalyysin heikkous on siinä, että kerätty aineisto saadaan vain järjestetyksi johtopäätöksien tekoa varten. Menetelmällä tehtyjä tutkimuksia onkin arvosteltu niiden keskeneräisyydestä, koska useat sisällönanalyysit jäävät vaille merkittäviä johtopäätöksiä. Tutkija tyytyy niissä usein esittelemään järjestetyn aineiston aivan kuin se olisi jo sinällään tutkimustulos (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105).

Sisällönanalyysi on tekstianalyysia, samoin kuin myös historiallinen analyysi ja tiedotusopin tutkimuksille tyypillinen diskurssianalyysi. Historiallinen analyysi pyrkii luomaan menneisyydestä kokonaiskuvan ja kuvaamaan menneisyyden tapahtumia mahdollisimman tarkasti. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105). Se ei siis ole kovinkaan lähellä minun tutkimustani, mutta diskurssianalyysilla voi jo ajatella olevan enemmän yhteistä sisällönanalyysin kanssa. Merkittävä ero tulee siinä, että kun sisällönanalyysissä etsitään tekstin merkityksiä, diskurssianalyysissa analysoidaan sitä, miten näitä merkityksiä tuotetaan. Näiden kahden tutkimuksen tutkimuksellisia ideoita voidaan lainailla ja soveltaa toisiinsa, mutta niiden tuottama tieto tai tulos ei ole helposti sovitettavissa yhteen. Kaikki kolme mainittua

analyysitapaa voivat periaatteessa esittää siis täysin saman tutkimusongelman, mutta niiden lähestymistapa pulman ratkaisemiseen on eri (mt., 105–106).

Sisällönanalyysista puhuttaessa tarkoitetaan yleensä nimenomaan laadullista tutkimusta, mutta Tuomen ja Sarajärven (2002, 106–107) mukaan kaikki tutkijatkaan eivät ole asiasta yksimielisiä. Sisällön erittelyllä on tarkoitettu yleensä määrällistä sisällönanalyysia, mutta toisaalta on myös puhuttu tilastollisesta sisällön erittelystä ja toisaalta monessa paikassa sisällönanalyysi ja sisällön erittely on ymmärretty jopa synonyymeina. Tuomi ja Sarajärvi tarkoittavat teoksessaan sisällön erittelyllä dokumenttien analyysia, jossa kuvataan kvantitatiivisesti tekstin sisältöä. Sisällönanalyysillä he tarkoittavat pyrkimystä kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti (mt., 107). Toisaalta Tuomi ja Sarajärvikin kirjoittavat itse melkein heti perään, että sisällönanalyysistä puhuttaessa voidaan tarkoittaa yhtä hyvin sisällönanalyysiä kuin sisällön erittelyäkin ja että “mainittujen käsitteiden erottamista ei nähdä kovin tarpeellisenakaan” (mt., 109). Tämä sopii minun tutkimukseeni. Kun puhun sisällönanalyysista, tarkoitan siis sekä sisällönanalyysia että sisällön erittelyä. Luokittelen ja erittelen sisältöjä ja kuvailen niitä samalla sanallisesti ja perustelen, mistä tulkintani syntyvät. Sen tarkempaa kvantifointia en tee. Vaikka kvantifioinnin voidaan nähdä tuovan laadullisen aineiston tutkintaan erilaista näkökulmaa, on ongelmana usein se, että laadulliset aineistot ovat usein niin pieniä, että niiden kvantifointi ei välttämättä tuo lisätietoa tai erilaista näkökulmaa tutkimustuloksiin (Tuomi & Sarajärvi 2002, 119).

Käytännössä tutkimukseni eteni seuraavasti: ensimmäisessä vaiheessa redusoin eli pelkistin aineiston. Luin siis twiittejä, etsin pelkistettyjä ilmauksia ja alleviivasin ne. Käytyäni aineiston näin läpi listasin löytämäni pelkistetyt ilmaukset. Sitten siirryn toiseen vaiheeseen ja ryhmittelin eli klusteroin ilmaukset. Etsin pelkistystistä ilmauksista samankaltaisuuksia ja erilaisuuksia, yhdistin niitä ja loin niille alaluokkia. Luokat nimitettiin niitä kuvaavalla käsitteellä. Kolmannessa vaiheessa abstrahoin aineiston eli loin sille teoreettisen käsitteen. Yhdistelin luokituksia niin kauan kuin se oli sisällön kannalta mahdollista ja aloin saada yleiskuvaa Twitter-parodiasta kohteena. Sitten liitin empiirisen aineistoni teoreettisiin käsitteisiin ja vertasin sitä myös satiirista ja pakinasta tehtyyn tutkimukseen. Kuvaan tuloksia ja luokittelun pohjalta syntyneet käsitteet. Edellä esitelty menetelmä perustuu Tuomen & Sarajärven (2002, 110–115) kuvaamaan malliin.

3.4. Tutkimuksen eettisyys

Tutkimukseni edustaa hyvin vapaamuotoista ja tiedonkeruumenetelmältään avointa mallia, joten sen eettisyyskysymys on suhteellisen tärkeä. Minulla on ensinnäkin tietty

institutionaalinen asema tutkijana, jolloin toisen väärin kohtelu tai vahingoittaminen on paljon vakavampaa kuin arkielämässä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 122). Toisaalta tutkimukseni ei perustu esimerkiksi elävien ihmisten haastatteluihin, jolloin tämä asetelma olisi erityisen herkkä. Minä tutkin jo valmiiksi nimettömyyden suojista kirjoittavia ihmisiä, jotka itse osallistuvat julkisella kirjoittelullaan elävän, tunnetun ihmisen tölvimiseen ja ainakin jonkinasteiseen pilkantekoon. Voisi heidät kiusaajinakin nähdä. Tutkijan vastuuni näenkin koskevan erityisesti parodian kohteena olevia ihmisiä. Tutkimukseni ei saa kohdella heitä väärin eli esimerkiksi osallistua pilkan lietsomiseen, vaan minun on kohdeltava parodian kohteena olevia henkilöitä asiallisesti. Vaikka en varsinaisesti tutki ihmisiä vaan tekstiä, on selvää, että parodioitavat henkilöt ja heidän ominaisuutensa tulevat aineistossa jotenkin esiin. Toisaalta, koska tiedonkeruumenetelmä on avoin, ei kaikkia mahdollisesti eteen tulevia eettisiä ongelmia voi ennakoida (mt., 122).

4. Analyysi

Analyysini on kaksivaiheinen. Luvussa 4.1. esittelen ja kuvailen aineistoa ja kerron siitä kontekstista, jossa twiitit on tehty. Samalla esittelen parodian kohteeksi joutuneet ihmiset lyhyesti. Luvussa 4.2. etsin aineistosta yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia ja kytken havainnot osaksi pakinan, satiirin ja parodian keskeisiä käsitteitä ja ominaisuuksia. Tässä luvussa käydään läpi myös asioita, jotka ovat nimenomaan Twitterissä tehtävälle parodialle ominaisia.

4.1. Analyysin ensimmäinen vaihe: aineiston ja sen kontekstin kuvailu

Kuvailen aineistossa olevat seitsemän parodiatiliä seuraavaksi yksitellen. Kalervo Kummolan, Jari Porttilan ja Lauri Karhuvaaran parodioiden twiitit on haettu 18.1.2014. Mannerheimin, Urho Kekkosen ja Sauli Niinistön parodioiden twiitit on tallennettu 2.2.2014. Aleks Valavuoren parodian twiitit on haettu 18.10.2013. Ne eivät siis ole kaikki samalta ajalta keskenään. En pitänyt tätä ajoitusta merkittävänä, vaan halusin mieluummin, että twiitit olisivat mahdollisimman tuoreita siinä vaiheessa, kun alan niitä analysoida. Aleks Valavuori -parodiassa jouduin analysoimaan hieman vanhempia twiittejä, koska tilin perustaja poisti tilin Twitteristä.

Kullervo Kammola

Suomalainen jääkiekkovaikuttaja ja entinen kansanedustaja Kalervo Kammola sai parodiatilin Twitterissä maaliskuussa 2012, kun palveluun ilmestyi Kullervo Kammola -niminen hahmo, jonka Twitter-tunnus oli @KKammola. Twitterissä käyttäjä voi valita periaatteessa minkä tahansa nimen, mutta @-alkuisen käyttäjätunnuksen on sähköpostiosoitteen tavoin oltava uniikki.



Kuva 1: Kullervo Kammola -parodian profiili Twitterissä 18.1.2014.

Kammolan profiilikuvaa on käsitelty hieman venyttämällä muun muassa Kalervo Kummolan suuta ja sumentamalla silmiä. Kuvaan taka-alalle on lisätty jääkiekon A-maajoukkueen johtajan Timo Jutilan kuva. Toisella puolella näyttäisi olevan Anders Chydenius, jonka kasvot koristivat vanhaa tuhannen markan seteliä. Profiilitekstissään – jonka mitta on rajoitettu 160 merkkiin – Kammola kertoo melko selkeästi tekevänsä huumoria ja sanoo “parodian olevan kunnioitusta”. Aivan kuten useissa pakinoissa, tässäkin ulkoiset tunnukset ovat siis selvästi näkyvillä: lukija tajuaa nopeasti lukevansa tekstiä, jota ei ole tarkoitettu tosissaan otettavaksi.

Kammola on twiitannut lähes kaksi tuhatta kertaa, mutta tarkasteluun tulevat viimeiset sata twiittiä ovat kertyneet aika pitkältä ajalta: ensimmäinen niistä on julkaistu 17.5.2013, viimeisin 15.1.2014. Kammola on twiitannut heti tarkastelujakson alussa toukokuussa lähes 50 kertaa, mutta sen jälkeen tahti on hidastunut ja loppupuoli twiiteistä on tullut yli puolen vuoden jakson aikana. Ilmestymistahti on epäsäännöllinen, mikä olisi journalistisella puolella pakinoille hyvin epätavallista. Niillä on yleensä viikoittainen tai kuukausittainen paikkansa lehdessä.

Oikea Kalervo Kummola tunnetaan julkisuudessa varsinkin jääkiekkovaikuttajana, mutta myös Tampere-talon entisenä toimitusjohtajana ja entisenä kansanedustajana. Hän on kirjoitushetkellä Suomen Jääkiekkoliiton puheenjohtaja ja kansainvälisen Jääkiekkoliiton varapuheenjohtaja. Kummola kommentoi julkisuudessa usein jääkiekkoon liittyviä hallinnollisia asioita. Viime vuosina häntä on kritisoitu ensin Suomessa järjestettyjen

maailmanmestaruuskisojen korkeista lipun hinnoista ja siitä, että kansainvälinen Jääkiekkoliitto antoi MM-kisat Valko-Venäjälle, maahan jota pidettiin diktatuurina. (mm. Vuorinen 9.5.2012 & Toropainen 14.9.2013.)

Nämä teemat näkyvät myös Kammola-parodiassa. Rahalla pröistäily on muutenkin jatkuva teema. Tekstin kirjoittajan tarkoitus näyttää olevan nimenomaan kuvata esikuvansa negatiivisessa valossa ja kritisoida tämän toimintaa.

– Jälleen tehtiin 2,5 miljoonaa voittoa. Ja kaikki menee toiminnan kehittämiseen. Mitään palkkoja ei kenellekään makseta. Jul 29, 2013

– En ymmärrä näitä Kiakkovieraita jotka valittavat köyhyyttä. Ainakin minun kiekkovierailta oli hyvin varaa maksaa 155€ ottelulipuista. Dec 12, 2013

Ensimmäisellä twiitillä Kammola viittaa Jääkiekkoliiton kotikisoista saamaan muhkeaan voittoon, jälkimmäisellä Tampere-talon itsenäisyyspäivän juhlia häirinneisiin mielenosoittajiin.

Kammolalla on parodiassa paljon kavereita, jotka ovat julkisuuden henkilöitä, ja hän myös puhuu näille suoraan Twitterissä. Jääkiekon lisäksi Kammola ottaa kantaa siis jo edellä mainittuihin Linnan juhliin, Nokian kännyköiden myyntiin, Big Brother -tv-ohjelmaan ja Euroviisuihin. Hän kertoo kuvitteellisia tarinoita muun muassa MM-kisojen ”kulissien takaa”.

– Leijonat lähtivät ohjatulle aamukävelyille. Menemme Jutin kanssa ohjatulle tasoittavalle. #mmkisat May 19, 2013

Kammolan twiitit ovat Twitter-viesteiksikin melko lyhyitä eivätkä käytä läheskään aina koko 140 merkin maksimimittaa. Tili käyttää adjektiiveja säästeliäästi. Viesteissä toistuvat hokemat ”turha koittaa, Kale voittaa” ja sana ”minun”. Satiirille tyypillisesti pilkan kohteen korkea asema muistetaan mainita usein.

– Turha koittaa, Kale voittaa. #LinnanJuhlat Dec 06, 2013

– Minun talo. Minun säännöt. #linnanjuhlat Nov 26, 2013

Kammola korostaa omaa valtaansa ja kaikkivoipaisuuttaan lapsellisuuteen asti. Hänellä on rahaa ja alaisia mielin määrin. Jääkiekkolegendat Jari Kurri ja Timo Jutila tuntuvat olevan

lähinnä hänen juoksupoikiaan. Sävy on ironinen ja liioitteleva. Olisi vaikea uskoa, että oikea Kummola koskaan lausuisi näin ylimielisiä asioita julkisesti. Yksi Kammolan toistuvista viesteistä on kehottaa perjantaisin seuraajiaan seuraamaan Twitterissä juuri Kammolaa itseään. “#FF @KKammola” viesti on lyhykäisyydessään hyvinkin ironinen, sillä aihetunnisteella #FF (Follow Friday) on nimenomaan tarkoitus tarjota perjantaisin ihmiselle uusia ideoita siitä, ketä kannattaisi Twitter-virrassaan seurata. Suosituksen antaminen itselleen on paitsi erittäin arroganttia, myös täydellisen järjetöntä, sillä sen näkevät lähtökohtaisesti vain ihmiset jotka jo valmiiksi seuraavat kyseistä henkilöä.

– #FF @KKammola May 17, 2013

– #ff @KKammola Aug 09, 2013

Kummola-parodiassa toistuvat tyypilliset satiiriset piirteet: parodian kohteen korkea asema, rahan valta, ruoka, ulkomuotokin, imbesillinä kuvaaminen ja kaikkivoipaisuuden esittäminen. Kalervo Kummola itse ei ole Twitterissä, toisin kuin seuraava parodian kohde.

Jari “Sporde” Porttila

Myös toinen Suomi-Twitterin seuratuimmista parodiahahmoista tulee urheilumaailmasta. Jari Porttila eli Twitter-nimeltään @SpordePorttila tekee pilaa MTV-kanavan tunnetusta urheilutoimittajasta Jari Porttilasta, jonka juttuja on totuttu näkemään etenkin hiihtolajien yhteydessä. Viittaa tässä tekstissä parodia-Porttilaan selvyyden vuoksi Spordena. Oikea Jari Porttila on omien sanojensa mukaan ollut 12 kertaa olympialaisissa reportterin tehtävissä (Jari Porttilan Twitter-tili, 21.2.2014). Tunnetuksi Porttila tuli jo 1980-luvulla Martti Vainion dopingkäryn yhteydessä ja kuuluisasta lausahduksestaan “Toiset usko Jumalaan, toiset Joulupukkiin, mutta minä uskon Martti Vainioon”. Porttilan lennokkaat sanavalinnat ovat herättäneet huomiota myöhemminkin. Suomen jalkapallomaajoukkueen pelatessa Turkia vastaan yleisössä olleet kurdit valtasivat kentän. Porttila suuntasi Turkin joukkueen attasean puheille ja kysyi suorassa tv-lähetyksessä tältä: “What do you think the next happen now” (Jari Porttilan legendaariset... 15.9.2006). Tästä kömpelöstä kysymyksestä on tullut kenties Porttilan tunnetuin yksittäinen sitaatti. Oikea Jari Porttila on myös aktiivinen ja hyvin seurattu twiittaaja.



Kuva 2: Jari Porttila -parodian profiili Twitterissä 18.1.2014.

Samoin kuin Kullervo Kammola, myös Sporde Porttila kertoo profiilikuvauksessaan selvästi olevansa parodia - ja jo ilmaisuun “parodian parodia” sisältyy ensimmäinen tölväisy. Väittämällä oikeankin Jari Porttilan olevan parodiaa tämän tilin kirjoittaja antaa ymmärtää, että ei pidä Jari Porttilaa edes aitona urheilutoimittajana, mahdollisesti ihmisenäkään. Hänelle Jari Porttila on itsessään jo parodia. Sana “legendaarinen” on sellainen, jolla harva ihminen kuvaisi itseään oikeasti. Profiilikuvassa näkyy MTV3-kanavan mikrofoni ja sitä pitelevä käsi. Näin aito Porttilakin on totuttu näkemään: suorituspaikan läheisyydessä haastattelemassa kaikkensa antanutta suomalaisurheilijaa.

Parodian kirjoittajasta annetaan tässä epäsuora vihje, sillä parodia-Porttilan kuvauksesta löytyy linkki, joka vie vedonlyöntifirma Betsafen verkkosivuille ja samaisen Sporde Porttila - hahmon blogiin. Blogissa on saman tyyppistä parodiahenkistä sisältöä, mutta tietenkin ilman Twitterin 140 merkin pituusrajoituksia. Parodian kirjoittajaa ei kerrota, mutta hän näyttää siis olevan Betsafen palkkaama tai ainakin yhteistyössä firman kanssa. Lukuohje on joka tapauksessa selvä: kyseessä on huumoritili.

Sporde Porttilan 100 viimeisintä twiittiä on julkaistu Twitterissä aikavälillä 1.1.2014–16.1.2014. Sporde on siis ollut hyvin aktiivinen, ja twiittejä on julkaistu päivittäin, usein monia peräkkäin. Samaan aikaan talviurheilijat kisasivat viimeisissä maailmancup-kisoissa ennen neljä vuotta odotettuja Sotshin olympialaisia. Tyyliään Sporden twiittaus on erittäin liioittelevaa ja maalailevaa. Kirjoittaja kuvaa Sporden tapahtumien keskelle, raportoimassa tai selostamassa erittäin vaarallisista paikoista juuri samaan aikaan kun tilanne on päällä.

Sporde kuvataan aktiivisena toimijana lentämässä helikopterilla vaaroja päin tai jahtaamassa norjalaisia doping-urheilijoita. Sporde on parodiassaan yliveräinen sankari, joka paljastaa dopingrikkeet ja puhdistaa Suomen maineen. Tarinat ovat uskomattomuudessaan täysin absurdeja, mikä on pakinalle ja satiirillekin tavallinen ominaisuus.

– *Vaadin suoraa puhelinyhteyttä Norjan kunignashuoneeseen, mutta sitä Norjan suksihuoltaja ei anna! Mitä he oikein salailevat? #salaliitto Jan 01, 2014*

– *Pystypainin tiimellyksessä pistin Björgeniä MTV3:n tikarilla. Björgenistä pulppuaa ulos mustaa verta. Otan sitä äkkiä MTV3:n pussiin. Jan 01, 2014*

– *Mustaa verta vuotava Björgen hyppäsi panssarivaunuun ja lähti karkuun. Minä hyppäsin Karhuvaarojen helikopteriin. Tästä alkoi kilpajuoksu! Jan 01, 2014*

Temaattisia toistuvuuksia ovat norjalaiset hiihtäjät, doping-rikkeet ja Suomen menestys milloin missäkin asiassa. Toisin kuin useat pakinat, Sporde-parodia ei siis ole temaattisesti kovinkaan laaja-alainen. Tyyllillisesti Sporde käyttää tunnollisesti oikean Jari Porttilan tunnettuja lausahduksia ja ehkä hieman omahyväistäkin tapaa korostaa omia tietolähteitään ja osaamistaan. Sporde puhuu myös vieraita kieliä, mutta englanninkieliset twiitit ovat tarkoituksellisen kömpelösti muotoiltu.

– *It's the over now @PetterNorthug1 drop the gun. The doping war is over. MTV3 win won winning. You at prison. Jan 02, 2014*

– *Wake up @HiltonHelp I book whole Hilton Malmö and Hilton Copenhagen and 1000 bottles of champagne every room happen. Put bill to MTV3. Jari Jan 05, 2014*

Sporde Porttilan aineistosta iso osa on hänen seuraajiensa twiittejä, jotka Sporde on retweetannut eli välittänyt sellaisenaan kaikille seuraajilleen. Valtaosa näistä retweeteistä on tullut Sporden lanseeraamasta #SpordeKaraoke-tempauksesta, jossa seuraajat saivat keksiä muunneltuja laulunsanoja. Näin parodian tekemisestä onkin tullut kollektiivista, mikä on mielestäni erittäin mielenkiintoista.

– *Osallistu Sporde-karaokeen hashtagilla #SpordeKaraoke. Minä ja Karhuvaarat ja mahdollisuuksien mukaan Cheek levytämme parhaat riimittelyt. Jan 02, 2014*

Tämä joukkoistaminen on onnistunut ilmeisen hyvin, koska lähes kaikki seuraavat 20 twiittiä ovat käyttäjien tekemiä "urheilulauluja".

– *RT @mirsi_: @SpordePorttila Anna minulle anabolisesi, ole minulle Björgenin diileri. #SpordeKaraoke Jan 02, 2014*

– *RT @v_loytynoja: "Vielä on epoo veressä, vielä tulee uusia testejä, vielä voit jäädä kiinni, vielä tilaisuuden saat." #SpordeKaraoke Jan 03, 2014*

Sporde tuntee monia julkkiksia ja puhuttelee heitä myös Twitterissä. Hänen apurinsa on MTV-kanavan aamujuontaja Lauri Karhuvaara, vihollisiaan kaikki norjalaiset. Sporde Porttilan twiitit käsittelevät lähes sataprosenttisesti urheilua, myös silloin kun mitään selvää yhteyttä ei näyttäisi olevan.

– *Kun Elvis vieraili salaa Suomessa, hän nukkui minun autotallissa. Karhuvaaran Laten kanssa teimme biisejä Elvikselle. Doping Laboratory Rock Jan 10, 2014*

KarhuvaaraParodia

MTV3-kanavan Huomenta Suomi -ohjelman juontaja Lauri Karhuvaara on ollut tv-ruuduissa jo pitkään, mutta ensimmäisen Twitter-parodiansa hän sai vasta vuoden 2013 elokuussa. Aiemmin Karhuvaaraa oli toki parodioitu jo esimerkiksi Pasila-tv-sarjassa, jossa Juhani Kontiovaara -niminen hahmo seikkaili (Tv-sarja Pasilan hahmot i.v.). Twitteriin parodia-Karhuvaara ilmestyi hieman sen jälkeen, kun oikea Karhuvaara haastatteli Kauniit ja Rohkeat -sarjan entistä näyttelijää, legendaarisena Ridgenä tunnettua Ronn Mossia. Hieman huonolla englannilla tehty mutta sitäkin innostuneempi haastattelu lähti kiertämään sosiaalisessa mediassa (Haastattelussa Ronn Moss... 20.8.2014). "You have to little bit open this mystery", tivasi Karhuvaara Mossilta tämän salaisesta tulevasta projektista. Karhuvaara halusi myös tietää, oliko Moss ylpeä esitettyään Ridgeä.



Kuva 3: KarhuvaaraParodian profiili Twitterissä 18.1.2014.

Parodian nimeksi on tullut Twitterissä KarhuvaaraParodia, vaikka käyttäjänimi onkin hieman hämäävästi @LauriKarhuvaara. Nimen lisäksi myös profiilikuvauksessa kerrotaan selvästi tämän olevan parodiaa, ja Karhuvaaraa kuvaillaan ”Huomenta Suomen lempeänä karhuna”. Karhuvaaran profiilikuvaa ei ole käsitelty. Googlen kuvahaulla selviää, että kyseinen kuva on napattu MTV:n nettisivuilta (Huomenta Suomen Lauri... 1.11.2009). Ulkoisesti kyseessä on selvä parodia. Edellä esitelty Sporde Porttila puhuu tosiaan usein juuri Karhuvaarasta, mutta en voi tietää, onko tilien taustalla sama tekijä tai tekijöitä.

KarhuvaaraParodian 100 twiittiä ovat ajalta 25.8–12.12.2013, ja itse asiassa hänen tapauksessaan aineistoa olisi ollut helppo laajentaa koko tuotantoon. 18.1.2014 mennessä tili oli twiitannut yhteensä vain 121 kertaa.

Ronn Moss -haastattelu on selvästi innoittanut KarhuvaaraParodiaa, ja sen sutkaukset toistuvat varsinkin aineiston alkupuolella.

– Ronn @Ronn_Moss I saw you today in Finnish television. It was re-run of Bold and beautiful, and I was running today too! Running is great! Aug 29, 2013

– Wake up @Ronn_Moss have you ever solved a Rubic's cube? It's a mystery! Can you open it? Those colours are great! Red is my favourite #1. Aug 29, 2013

Pilkka kohdistuu siis Lauri Karhuvaaran kielitaitoon ja lapsenomaiseen innostukseen. Parodia kuvaa kohteensa suorastaan debiilinä, liioitellun typeränä lapsenomaisena tyyppinä, joka jaksaa hämmästellä jokaista yksinkertaistakin asiaa ja himoitsee ruokaa, kuten pekonia, makkaraa ja eväskoreja. Vaikutelmaa korostetaan toistuvilla hokemilla, kuten "eikö olekin", "kuka on keksinyt" ja "aivan erinomaista". Hokemat ovat hyvä esimerkki norminmukaisuudesta, joka on pakinallekin tyyppillistä.

– Aivan erinomaista perjantaita! Eikö olekin upeaa, että meillä on viikonpäivät! Kuka ne on keksinyt? Olisiko Runeberg? Me uskomme niin. Aug 30, 2013

– Kuukauden ensimmäinen maanantai on lempipäiväni! Kuka on keksinyt kuukaudet? Mistä ne tulevat? Aprikoimme asiaa MTV3:n kahvipöydässä. Sep 02, 2013

– Oikein onnellista maanantaita, hyvät katselijat. Eikö olekin upeaa, kun näkee asioita ja voi katsella niitä? Kuten paistuvaa pekonia. Sep 09, 2013

KarhuvaaraParodia ihailee julkkiksia ja yrittää puhutella heitä Twitterissä. Barack Obama, Conan O'Brien ja muut kansainväliset tähdet ovat fanituksen kohteita. Oikean Karhuvaaran haastattelussa käynyt Ronn Moss jopa vastaa pari kertaa parodiatilin kysymykseen. Epäselväksi jää, tietääkö Moss kyseessä olevan tosiaan parodia.

– Dear @Ronn_Moss this photo is published by great Finnish tabloid newspaper Iltalehti. Open mystery. What is this? <http://t.co/Q3WjZWxWZK> Sep 04, 2013

– RT @Ronn_Moss: @LauriKarhuvaara You will know very soon Sep 04, 2013

KarhuvaaraParodia puhuu monista eri aiheista, aivan kuten esikuvansakin, jonka vieraina voi olla viihdetähtien lisäksi poliitikkoja tai kansalaisaktiiveja. Oman työpaikkansa, ruoan, Kauniiden ja rohkeiden ja muiden viihdeohjelmien lisäksi KarhuvaaraParodia twiittaa muun muassa politiikasta, urheilusta, suurista globaaleista uutisaiheista ja Nokiasta. Erityistä aihekategoriaa edustaa jonkinlainen nonsense mistä tahansa arkisesta asiasta, joka on olemassa. Tämä hämmästyttää KarhuvaaraParodiaa suuresti.

– Kiitos @Opel aivan mahtavia autoja, eikä kukaan oikeastaan tiedä miten auto on keksitty? On vain laitettu moottori ja neljä rengasta ja vau! Nov 10, 2013

– Aivan mahtava juttu on Hevisaurus, joka oli tänä aamuna vieraanani. Vau! Mutta oliko dinosauruksia oikeasti olemassa? Kukaan ei tiedä. Nov 11, 2013

– Miten ja missä telkkari keksittiin? Kuka sen keksi? Oltiinko vain, että hei, siihen ruutu ja sähköt ja ihmiset puhumaan ja katsomaan! Nov 13, 2013

– Ulkona on pimeää, joten laitoin kotona valot päälle. Kyllä valokatkaisija on upea juttu! Nappi ylös, valo päälle. Nappi alas, valo pois. Vau! Nov 18, 2013

KarhuvaaraParodian aiheiden kirjo on laaja-alaisuudessaan pakinan perinteiden mukainen.

Mäntyniemen herra

Tasavallan presidentti Sauli Niinistö käytti Twitteriä aktiivisesti presidentinvaalikampanjassaan, mutta tultuaan valituksi helmikuussa 2012 Niinistö lopetti twiittaamisen kuin seinään. Tästä seurasi myös paljon kritiikkiä, kun jotkut kokivat, että Twitter oli ollut Niinistölle pelkkä kampanjaväline eikä aito tapa pitää yhteyttä kansalaisiin. Iltä-Sanomat otsikoi Niinistön jopa hylänneen Twitter-seuraajansa (Iivonen 2.8.2012).

Niinistö on sen jälkeen aktivoitunut muun muassa Facebookissa, mutta Twitterissä twiittejä ei ole tullut. Mahdollisesti tätä tyhjiötä täyttämään Image-lehti perusti Twitteriin lokakuussa 2013 parodiatilin Mäntyniemen herra, jonka käyttäjätunnus on @niinistop (aidon Niinistön tilin nimi on @niinisto). Mäntyniemen herra oli analyysin tekohetkellä twiitannut 114 kertaa, joten aineistossa on lähes koko tuotanto.



Kuva 4: Mäntyniemen herra -parodian profiili Twitterissä 15.2.2014

Profiilikuvauksessa on selvää ironiaa. Ensin kerrotaan, että kyseessä on Mäntyniemen herran “virallinen” Twitter-tili, mutta heti perään todetaan, että kyseessä on parodia. Mäntyniemihän on tasavallan presidentin virka-asunnon nimi. Toisin kuin muissa aineiston parodioissa, on tässä tekijä tai ainakin tilaaja selvästi esillä. Image-lehden toimitus tai avustaja vastaa siis sisällöstä, ja mahdollisissa vastuukysymyksissä yhteyttä otettaisiin varmasti päätoimittaja Heikki Valkamaan. Profiilikuvana käytetään presidentin kanslian virallista muotokuvaa, joka sekin herätti julkaisunsa aikaan melkoisen kohun (mm. Niinistön valokuva kummastuttaa... 17.4.2012). Haukutun ja ivaakin keränneen kuvan valinta ei siis välttämättä ole sattuma. Mitään tekijänoikeudellista ongelmaa ei pitäisi kuitenkaan olla, koska Tasavallan presidentin kanslia on antanut kuvan maksuttomasti käyttöön (Kuvia julkaisukäyttöön, i.v.). Ulkoisesti parodia on tehty selväksi.

Mäntyniemen herran elämä on hänen twiittiensä perusteella eristäytynyttä, tyhjää ja tylsääkin. Häntä ei oikein arvosteta tai edes huomata kunnolla, vaikka hän kuinka yrittääkin olla ajassa kiinni ja käyttäytyä nuorekkaasti. Mäntyniemen herra käyttää koko ajan muotisanoja ja laittaa ne toistuvasti lainausmerkkeihin.

- *"Mitä jäbä duunaa?". "Onks muijalla menkat?" Harjoittelen "läppiä" Sotshin olympialaisiin. #Sotschi #sotsi #Sotshi Feb 06, 2014*
- *"Jengi" hei! Mielipteitä @RadioHelsinki uudesta ohjelmakartasta? Jan 14, 2014*
- *Neljättä päivää "paukuissa". En huomaa eroa normaaliin olotilaani. Jan 23, 2014*
- *Pyhät loppuivat, mutta kalenterini näyttää tyhjää. Liikun täällä jo kolmatta päivää pyjamassa. #ihantavallisiaasioita Jan 10, 2014*

Parodia antaa kuvitteellisen kuvan presidentin arjesta. Tyhjiä käytäviä, turhia edustustehtäviä, lähes kulissisuhteelta vaikuttava avioliitto Jenni Haukion kanssa. Haukio on laajasti edustettuna twiiteissä ja häntäkin parodioidaan – itseään paljon vanhemman miehen nainut Haukio on välillä erittäin pikkuvanha, välillä muka-nuorekas.

- *Herätessäni Jenni wannabe-rentona. Kysyi: "Mikä meininkileissson?". Suutuin. Huusin: "Laiskaa huumoria!". Nyt taas riidoissa. #putous Feb 01, 2014*
- *Jenni kolmatta päivää sängyn alla kirjoittamassa runoja mursuista. Jan 18, 2014*
- *Intoa täynnä. Keksin tekemistä: Kasvatan #Movember-viikset! Kerron Jennille. Hirvittävä riita. Tällaista meillä täällä. Oct 30, 2013*

Tyylillisesti Mäntyniemen herra muistuttaa vähän päiväkirjaa. Kirjoittaja ei käytä minä-pronominia, mikä olisi luontevaa, vaan twiitit ovat ikään kuin oletuksena hahmon päänsisäistä ajattelua ja subjekti selviää vain verbien sijamuodosta. Niinistö-parodia ei pyri niinkään ivaamaan oikean Niinistön julkista kuvaa, vaan kuvittelee enemmänkin yksityisen Niinistön, sen jota emme oikeastaan voi tuntea, ja kuvaa sitä, millainen tämä olisi. Teknisesti Mäntyniemen herra on siis parodian luonteeltaan erilainen kuin edellä olleet huumoritilit.

Jenni Haukion lisäksi Mäntyniemen herralla ei juuri seuraa ole, vaan hän on yksinäinen heikkennyksen presidentti-instituution vanki. Kommunikointi rajoittuu lähinnä palkollisiin, kuten lehdistöpäällikköön ja turvamieheen. Huippukokouksessakin häntä luullaan tarjoilijaksi.

- *Terveisiä huipulta, maailman talousfoorumista Davosista. Minua luultiin juuri tarjoilijaksi. #Davos2014 Jan 23, 2014*

– *Nyt menee paremmin. Obama tokaisi leppoisasti "thanks" tarjoiltuani hänelle kupposen kuumaa. #Davos2014 Jan 23, 2014*

– *Pyysin juuri lehdistöpäällikköäni ottamaan selvää, kuka on tämän vuoden Putous-suosikkini. #putous @MTVPutous Jan 13, 2014*

– *Obaman marihuana-lausunnon innoittamana pyysin turvamiestä hankkimaan "gemmin jatsitupakkaa". #obamacareintwowords Jan 20, 2014*

Näen Mäntyniemen herran sekä Sauli Niinistön että koko presidentti-instituution pilkkana. Parodiana se ei pyri erityisemmin muistuttamaan Sauli Niinistön julkista kuvaa, vaikka onkin melko kuivakka, aivan kuten esikuvansakin. Presidentiltä on totuttu odottamaan arvokasta käytöstä, eikä Sauli Niinistö ole ollut tässä poikkeus. Mutta vaikka parodia ei tartu Niinistön hokemiin tai ulkonäköön, pilkataan siinä tämän asemaa "seremoniallisena" johtajana ja tämän avioliittoa nuoreen naiseen. Myös jotain Niinistön tukemia kampanjoita, kuten nuorten syrjäytymistä ehkäisemään pyrkinyt Ihan tavallisia asioita (Tavallisia asioita -verkkosivu i.v.), mainitaan jossain twiiteissä ironiseen sävyyn.

Parodiaa tehdään laittamalla Niinistön suuhun muodikkaiksi miellettyjä sanoja ja esimerkiksi "se tunne" -hokema, jotka nimenomaan eivät istu presidentin kielenkäyttöön. Näin syntyy pakinasta tuttua koomista ristiriitaa. Tässä mielessä huumori on hienovaraisempaa kuin esimerkiksi Jari Porttilan Sporde-parodialla.

– *Se tunne aamulla, kun on edellisiltana puhunut kohtuudesta niille, jotka vasta tulivat talvilomaltaan. #valtiopäivät Feb 05, 2014*

– *Se tunne aamulla, kun Hesarin moralistisen alkoholiingelmaspektuaakkelin luettuaan huomaa kaataneensa itselleen aamuviskin. #hsfi Feb 05, 2014*

Sanokaa Urkki vaan!

Entisen presidentin Urho Kekkosen nimellä perustettiin tili Twitteriin elokuussa 2011. Käyttäjänimeä @KekkonenUKK käyttävä parodia on twiitannut muutaman vuoden aikana 783 kertaa. Kekkos-tilin tapauksessa on varsin selvää, että kyseessä ei voi olla aito Urho Kekkonen, sillä tämänhän kuoli jo 1986 (Helsingin Sanomien muistokirjoitusarkisto... i.v.).



Kuva 5: Urho Kekkonen parodiatili Twitterissä 15.2.2014

Kekkosparodiassa ei mainita selvästi sanaa parodia, mikä on periaatteessa Twitterin sääntöjen vastaista. Nimen kohdalla kehoitetaan sanomaan vain "Urkki", mikä on tietenkin yksi Kekkonen lempinimistä. Kuvauksessa korostetaan tikkukirjaimin ja alaviivoilla merkiten, että kyseessä on _THE_ president. Tällä korostetaan Kekkonen asemaa Suomen pitkäaikaisimpana ja monien mielestä vahvimpana presidenttinä. The-artikkelisanan voi ajatella tarkoittavan myös sitä, että parodiassa Kekkonen mielletään nimenomaan nykyiseksi, parhaillaan virassa olevaksi presidentiksi. Kuvauksessa kerrotaan Kekkonen olevan Tamminiemessä, joka oli siis presidentin virka-asunto ennen. Kekkonen jälkeen rakennettiin Mäntyniemi, jossa muut presidentit ovat edustaneet. (Mäntyniemen esittely, i.v.)

Kekkosparodian twiiteistä valtaosa on politiikan ja talouden yleistä kommentointia ja puujalkavitsejä. "Urkki" heittää huulta kuten kuka tahansa netinkäyttäjä, ja nimenomaan Urho Kekkonen persoonaan tai maineeseen liittyviä vitsejä on hyvin vähän. Äkkiseltään voisi kuvitella, että tällainen parodia hakisi huumoria Kekkonen laajoista valtaoikeuksista, urheilumiehen maineesta tai vaikkapa kovasta saunomisesta ja viinapäädystä, mutta tällaisia asioita hädin tuskin mainitaan. Useimmat vitsit voisivat olla kenen tahansa kertomia.

– Yle: "Kuusi ehdolla #Finlandia-palkinnon saajaksi". Itse en välitä Kuusen kirjoista. Tekotaiteellista, kaupallista roskaa. Nov 12, 2013

– *"Auer: Perheessä ei ollut väkivaltaa". Vai niin. Mihin mies sitten kuoli? Nauruun?*
Aug 21, 2013

– *Päivi Räsänen on eroakirkosta.fi:n täydellinen keulakuva. Joka kerta kun hän avaa suunsa, kirkko menettää 5000 jäsentä. Jul 10, 2013*

Muutamia viittauksia Kekkoseen henkilönäkin sentään löytyy. Kekkosparodia puhuu Ahti Karjalaisesta ja Paavo Väyrysestä tuttuinaan ja kommentoi muutamia omaa presidenttikauttaan leimanneita asioita. Ainakin yksi oikean Kekkososen kuuluisa sitaatti aineistosta löytyy. Se on vuoden 1975 kuuluisasta myllykirjeestä tuttu "saatanan tunarit" (Poliittiset hokemat 3.5.2011).

– *Niin muuten, sanoinko jo että SAATANAN TUNARIT! #Nokia Sep 03, 2013*

– *Kerroin Väyrykselle heittäneeni keppiä naapurin koiralle. "Mitä? Kenen heppiä keitit?" Lappilaishuumoria. Hah-perkeleen-hah-haa. Jun 14, 2013*

– *Aika kääntää viinahana Ahti Karjalainen-modeen, eihän tätä kestä selvin päin!*
#yleesc May 18, 2013

Aineistossa olevan 100 twiitin perusteella Kekkos-parodia näyttää olevan siis aika paljon löyhemmin parodiaa kuin muut tähän mennessä esitellyt tilit. Aineistoa laajentamalla olisi voinut tarkistaa, onko parodia ollut selvempää tiliä perustettaessa, mutta siihen ei tämän tutkimuksen puitteissa ole mahdollisuutta. Oman haasteensa parodiointiin tekee toki myös se, että esikuva on kuollut jo lähes 30 vuotta sitten: ajankohtaista materiaalia, kuten uusia tv-haastatteluja tai poliittisia kohuja ei enää tule, eikä Kekkonen esiinny televisiossa kuin vanhoissa haastattelupätkissä. Aineiston perusteella tuttua nimeä ja hahmoa käytetään viitekehyksenä erilaisten vitsien suoltamiselle. Aina välillä viitataan nimihenkilöön, mutta "roolissa pysyminen" ei tunnu olevan tekijälle erityisen tärkeää.

Pakinan kanssa Kekkosparodiolla on silti paljonkin yhteistä: nimimerkki, laaja-alainen humoristinen kommentointi ja kantaaottavuus ovat esimerkkejä tästä.

Mannerheim

Presidentit ovat aineistossa hyvin edustettuina. Myös Suomen marsalkka ja presidenttinä toiminut C.G.E. Mannerheim on saanut parodian Twitteriin. Jo tammikuussa 2011 perustettu

Mannerheim-niminen tili on ottanut käyttäjänimekseen @MannerheimCGE. Twiittejä on kertynyt yhteensä peräti 5386, ja aineiston sata viimeisintä twiittiä ovat ajalta 23.1.2014–14.2.2014. Mannerheim-parodia twiittaa siis hyvin aktiivisesti.



Kuva 6: Mannerheim-parodia Twitterissä 15.2.2014

Kekkosen tavoin myös Mannerheim esitellään englanniksi. Tittelit ovat oikeita. Mitään erityistä ironiaa tai komiikkaa niistä ei välity. Koomisinta koko profiilissa lienee sen taustakuva: Mannerheimin takana nähdään Suomi-konepistooli, legendaarinen ase, joka oli Puolustusvoimien käytössä kymmeniä vuosia 1900-luvulla. Itse asiassa konepistoolin kuvakin näyttää olevan napattu Suomi-konepistoolia käsittelevästä Wikipedia-artikkelista (Suomi-konepistooli... i.v.) Tilin ei mainita erikseen olevan parodiaa, joten sekin siis oikeastaan rikkoo Twitterin sääntöjä. Carl Gustaf Mannerheim kuoli jo 1951 (Mannerheimin kuolemasta 60... 28.1.2011). Mannerheim-tilin tapauksessa parodia siis tuodaan kaikista vähiten esiin, mutta toisaalta se tuntuu aivan selvältä – eihän yli 70 vuotta kuolleena ollut presidentti voisi oikeasti olla Twitterissä! Parodioinnin tai jäljittelyn pyrkimys on siis päivänselvää, vaikka sitä ei suoraan sanota. Se käy ilmi kontekstista.

Mannerheim-tili muistuttaa monessa mielessä Kekkosen parodiaa - joskin siinä oikean Mannerheimin persoonaa on vielä vaikeampi havaita kuin Kekkosen tapauksessa. Tämäkin "parodia" kommentoi oikeastaan kaikkea mahdollista talouden ja politiikan saralta, ei niinkään pyri imitoimaan oikean Mannerheimin manereita tai tapoja. Varsin erikoista oli mielestäni se, että parodia-Mannerheim kommentoi erityisen ahkerasti golfia - lajia, jonka aatelissukuun kuulunut Mannerheim ehkä tunsikin, mutta joka ei mitenkään tunnu istuvan

tämän persoonaan. Golfista twiitatessaan parodia tuntuu luisuvan kaikista kauimmas hahmostaan.

Parodia-Mannerheim twiittaa kuitenkin tyyliltään johdonmukaisesti ja käyttää jotain toistuvia ilmauksia, joista näyttää tulleen osa tämän brändiä. Varsin usein puhutaan Päämajasta, joka kommentoi, seuraa, valvoo tai vaikkapa kiittää. Päämaja tuntuu olevan eräänlainen Mannerheim kolmannessa persoonassa.

– Taas birdie! @Mikkollonen hienoa pelaamista! #Päämaja kannustaa #golfFi Feb 02, 2014

– #Ykkösaamu Sanavalmis, miellyttävä, ystävällinen ja nokkela Alexander Stubb! Eli täydellinen ääliö! #Päämaja toteaa Jan 25, 2014

– #Satuhäät #Päämaja seuraa. Tässä vaiheessa tekisi mieli sanoa sulhaselle: pakene! Jan 27, 2014

Mannerheim-parodia tuntuu olevan yhteiskunnan valvoja, auktoriteetti, joka kommentoi useita aiheita melko tyypilliseen tapaan, ehkä hieman vanhakantaisemmin ja mustavalkoisemmin kuin mitä tavallinen ihminen tekisi. Mannerheim on vielä Kekkostakin vaikeampi parodioitava, koska hän eli niin kauan sitten, että varsinkaan videomateriaalia hänen puheistaan ei ole juuri jäänyt. Kuuluisuudestaan huolimatta Mannerheimin persoona on melko etäinen. Toisaalta on toki mahdollista, että aineistossa on viitteitä, joita minä en vain huomaa – myös minulle Mannerheim on esikuvista vähiten tuttu ja sikäli hankalin analysoitava. Itse olisin lähtenyt hakemaan huumoria ehkä Mannerheimin huhutusta homoudesta tai siitä, että suomi ei ollut hänen ensimmäinen kielensä – hänhän puhui ruotsia ja saksaa paljon paremmin. Parodia-tilissä tätä kielitaitoa ei edes sivuta – parodia-Mannerheim puhuu vain ja ainoastaan suomea ja tekee senkin virheettömän oloisesti.

Päämaja-hokeman lisäksi silmiinpistävät tyylilliset seikat ovat runsas hashtagien ja huutomerkkien käyttö. Tätä aineistoa tarkastellen Mannerheim-parodia täyttää vähiten parodian tunnusmerkit ja siinä on kaikista vähiten esikuvansa persoonasta jäljellä. Satiirista otetta se silti selkeästi tavoittelee. Jossain määrin sen twiitit ovat suorastaan kuin lyhyitä pakinoita.

- *#atalk Masokismin huippu on katsoa se vielä myös uusintana! On nuo miapetrat kevyttä kauraa kun pitäisi tehdä oikeita päätöksiä! #Päämaja Feb 07, 2014*
- *Ministerinä epäonnistunut Heidi #Hautala yhteiskunnan elätiksi yli 4000 euron eläkkeelle. #Päämaja paheksuu Feb 18, 2014*

Valeksi Alavuori

Aineiston seitsemäs parodiatili eroaa muista siten, että se on itse asiassa tätä kirjoittaessa ehditty jo poistaa Twitteristä kokonaan. Urheiluvaikuttaja Aleksi Valavuorea parodioiva @ValeksiAlavuori-tili katosi Twitteristä joskus syksyn 2013 aikana. Tarkkaa poistamispäivää en enää pystynyt selvittämään, enkä liioin tiedä syytä poistamiselle. Parodiatilejä seurannut Voice kirjoitti uutisessaan, että oikea Valavuori olisi ns. "blokannut" parodiansa, minkä jälkeen parodian tekijä päätti poistaa tilin (Haverinen 14.11.2013). Jos Valavuori blokkasi parodiansa, tarkoitti se käytännössä sitä, että kirjoittaja ei tällä tilillä voinut enää seurata aitoa Valavuorta, retweetata häntä tai vastata hänen twiiteihinsä. Pelkkä blokkaukset ei kuitenkaan estäisi parodian tekemistä. Koska aidon Valavuoren twiitit ovat julkisia, voi blokkattukin tili tai kuka tahansa käydä silti lukemassa niitä suoraan Valavuoren profiilista. Ja tietenkin parodia voisi jatkaa omien twiittiensä julkaisua normaalisti. (Twitter Help Center i.v.) Oli syy mikä tahansa, Valavuori-parodia poistui Twitteristä. Samalla katosi sen profiilin kuvitus ja mahdollisuus tarkastaa, milloin tili oli perustettu. Myöskään tarkkaa viimeistä seuraajamäärää ei voi enää tarkistaa. Viimeisin minun kirjaamani luku syksyllä 2013 oli 2915 seuraajaa.

@ValeksiAlavuori-tilin twiitit olin tallentanut kaikeksi onneksi All My Tweets -nettisivun avulla, ja ne ovat mukana tässä tutkielmassa. Tallennuspäivään 18.10.2013 mennessä twiittejä oli kirjoitettu yhteensä 560 kappaletta ja viimeisimmät sata olivat ajalta 30.8.2013–18.10.2013.

Aleksi Valavuori itse on suorasanainen urheiluvaikuttaja, joka nousi julkisuuteen 2000-luvun alkuvuosina eri koripallojoukkueiden johtajana ja muun muassa Suomen Pelkokerroin -tv-ohjelman juontajana. Nykyään hän toimii Loimaan Bisons -koripallojoukkueen johdossa ja Nelonen Pro -kanavan jääkiekkoasiantuntijana. Lisäksi Valavuori tekee sisältömarkkinointia ja toimii ulkomaisten vedonlyöntiyhtiöiden mainosmiehenä Suomessa (Hakola 3.9.2013). Hän on myös järjestänyt fanimatkoja urheilutapahtumiin. Syksyllä 2013 Valavuori järjesti charter-lentokoneen suomalaisille korisfaneille katsomaan koripallon EM-kisoissa hyvin menestyneen Suomen maajoukkueen otteita Sloveniaan (Färdig 11.9.2013). Valavuori on erittäin aktiivinen Twitter-käyttäjä: liityttyään palveluun maaliskuussa 2012 hän on twiitannut lähes 33 000 kertaa. Seuraajia hänellä on yli 37 100 (tilanne 10.4.2014). Profiilin

osoite on @Valavuori.

Twitter-parodia Valeksi Alavuorella on siis ollut paljon herkullista materiaalia mistä ammentaa. Itse asiassa tämä näyttää olevan hieman poikkeuksellista: tarkastelussa olevista seitsemästä parodiasta vain kolmen esikuva on oikeasti Twitterissä, ja heistäkään Sauli Niinistö ei ole ollut pariin vuoteen enää aktiivinen. Jari Porttila ja Aleksi Valavuori ovat ainoat tämän pro gradu -tutkielman tarkastelussa olevat parodian kohteet, jotka itsekin twiittaavat.

Valeksi Alavuori -parodian voisi sanoa olevan aika turvallista keskilinjaa. Huumoria revitään tietenkin aidon Valavuoren urheiluinnostuksesta ja -tietoudesta. Urheiluedonlyönnin maailmaan kuuluu rahasta puhuminen. Pakinan tavoin parodia-Alavuori tarttuu esikuvansa rahaan ja asemaan yhteisössä ja kuvaa niitä halveksuen.

– Olin tänään lauteilla pitämässä esitelmää ja spekulointia suomen urheilusta. Esityksen lopuksi yleisö hurrasi seisaaltaan. #hurraa #minä Aug 30, 2013

– Kiirettä ollut taas bisnesten kanssa. Kävin myös juontokeikalla, josta käärin hyvät provikat. Joka soitosta 20% omaan taskuun. Sep 20, 2013

– Paljaastuukohan #sel8nne-leffassa kuka sen henkinen koutsu on ollut kaikki nämä vuodet (vinkki: Mä) Sep 25, 2013

Parodia liioittelee Valavuoren omaisuuden suuruutta, julkkisystäväpiirin laajuutta ja hänen suuruudenhullulta vaikuttavia projektejaan. Parodian kohde kuvataan narsistisena oman egon korostajana. Aiheet on rajattu lähes pelkästään urheiluun.

– Sain negatiivisen palautteen @Nelonenpro-studiotoiminnastani. Kaikki palaute on tervetullutta jos se on positiivista. Sinut etsin ja nyljen. Oct 16, 2013

– Missasin eilen oman lossin niin piti vuokrata sit Oasis of the Seas Turusta yksin. Kalliiksi tuli mutta piti päästä tapaamaan junioreita. Sep 16, 2013

– Sen verran paljastan, että samassa meetingissä oli mä, Ranskan koriksen head coachi, Rene Fasel, Michael Jordan ja Alex Ferguson. Oct 05, 2013

Parodia on melko tavallista puhekieltä, jossa monet suomalaiset termit on tosin korvattu englanninkielisillä. Hokemat ovat hienovaraisempia tai vain huomaamattomampia kuin

joissain aineiston muissa parodioissa. Valavuoren puheessa toistuvat lähinnä sanat "tipsi" (vinkki, yleensä vedonlyöntiin) ja "kiima".

– *Päivän tipsien yhteiskerroun n. 250. Itse ajattelin puskea isolla, niin varmat ja tutut kohteet. #betsaus Sep 24, 2013*

– *#susijengi ehti sisäistää mun tipsit sopivasti tähän peliin Sep 08, 2013*

– *Nukuin viime yönä puoli tuntia, kroppa ja mieli oli edelleen pelikiimassa eivätkä rauhoittuneet. Tänäpä ruoaksi Feta-juustoa ja oliiveja Sep 09, 2013*

Sporde Porttilan tavoin myös Alavuori kokeilee joukkoistaa twiittien tekoa yleisölleen.

– *Ajattelin tänään retwiitata kaikki tweetit, joissa mainitaan Minut tai @Biisonit Sep 04, 2013*

Muutama vastaus on tämän jälkeen retweetattu.

– *RT @Nikokasperiraty: @ValeksiAlavuori @Biisonit salilla käynti on kivaa :) Sep 04, 2013*

– *RT @got2beSoCal: @ValeksiAlavuori #doubleDare #HyväNuuskaParempiMieli Sep 04, 2013*

Valeksi Alavuori on hahmoista ainoa, joka lipeää hetkeksi täysin ulos roolistaan.

– *Valeksin puolesta kyselen, että kannattaako tätä tiliä pitää yllä vai toistaako liikaa itseään? Pitääkö revitellä enemmän? Terv. toimittaja Sep 25, 2013*

Kysymys taisi jo enteillä parodian loppua. Muutama kuukausi tämän jälkeen parodiatili poistettiin Twitteristä kokonaan.

4.2. Analyysin toinen vaihe: mikä yhdistää koko aineistoa ja teoriaa?

Analyysin toisessa vaiheessa kerron, millaisia yhteisiä ja erilaisia piirteitä koko aineistosta löytyy poikkileikkattuna. Mikä viittaa selvästi pakinaan ja satiiriin? Entä millaisia vain Twitter-parodialle ominaisia piirteitä tässä aineistossa näkyy? Tai onko ominaisuuksista joku

sellainen, joka juontaa syntynsä selvästi siitä, että parodia julkaistaan juuri sosiaalisessa mediassa ja Twitterissä? Pakinaan peilatessa käytän apunani erityisesti niitä pakinan ominaisuuksia, joita Manninen sovelsi väitöskirjassaan (1987, 22–28) käyttäen Saukkosen kontekstimallia (Saukkonen 1984, 161). Malli esiteltiin luvussa 2.2.1.

Aineistosta nousi esiin useita yhteisiä ominaisuuksia, jotka viittaavat selvästi pakinan ja satiirikirjoittamiseen perinteeseen. Jotkut näistä ominaisuuksista löytyivät kaikista tarkastelussa olleista parodia-tileistä, osa oli niistä ainakin useimmissa. Lisäksi löysin induktiivisesti päättelemällä ja tekstiä aineistolähtöisesti analysoimalla muutamia Twitter-parodialle ominaisia yhteisiä piirteitä, jotka eivät näyttäisi suoraan tulevan journalistisen tai satiirisen kirjoittelun perinteistä, vaan näyttävät enemmänkin olevan sosiaalisen median aikakautena luodun sisällön omia piirteitä. Näiden vähäisyys on kuitenkin merkillepantavaa: ilmiön uuden julkaisualustan ja kontekstin huomioiden olisin olettanut, että niin monia aineiston ominaisuuksia ei pystyisi suoraan kytkemään vanhempaan perinteeseen.

Aivan kuten pakinat, myös Twitter-parodiat ovat enimmäkseen laaja-alaisia, nimimerkillä kirjoitettuja ja ajankohtaisia. Niiden suhde todellisuuteen on kautta linjan melkoisen absurdi ja ne kuvaavat valtaapitäviä ja eliittiä (yleensä siis parodian kohdetta) yksinkertaisina, narsistisina, osin jopa täydellisen imbesilleinä. Kuten edellä luvussa 2 kirjoitin, nämä ovat hyvin tyypillisiä pakinan ja satiirin ominaisuuksia. Twitter-parodian ulkoiset tunnuksukset ovat enimmäkseen näkyvissä sääntöisesti kuten useimmissa pakinoissa, ja Twitter-parodioista useat, joskaan eivät kaikki, käyttivät pakinan kanssa samaa, norminmukaista tyyliä, jota rikottiin vain tietoisesti. Ironiaa oli luettavissa melkein koko aineistossa, ja enimmäkseen Twitter-parodiat tekivät oikeasti parodiaa - siis pilkkasivat kohteensa muotoa ja tyyliä. Mukana oli kuitenkin myös tilejä, joissa varsinainen parodia oli hyvin vähäistä.

Valistusta niissä ei ollut nähtävissä kovin säännönmukaisesti, eivätkä ne aina pysyneet esikuvansa tyylin mukaisesti ensimmäisessä persoonassa. Muutama niistä yritti joukkoistaa osan materiaalista seuraajille ja toisin kuin säännönmukaisesti ilmestyvät pakinat, Twitter-parodioiden julkaisurytmi vaihteli hyvin paljonkin.

Olen jakanut Twitter-parodialle tyypilliset ominaisuudet muodollisiin ja sisällöllisiin ominaisuuksiin. Lisäksi niissä oli muutamia ominaisuuksia, joita ei voinut näin tiukasti sijoittaa pelkästään muodolliseen tai sisällölliseen kategoriaan. Käyn seuraavassa nämä ominaisuudet läpi ja havainnollistan niitä taulukoiden avulla.

4.2.1. Twitter-parodian muodolliset ominaisuudet suhteessa pakinaan

Twitter-parodian muodolliset ominaisuudet suhteessa pakinaan on esitetty oheisessa havaintomatriisissa tiivistettynä (Taulukko 1). Avaan ominaisuuksia tarkemmin heti taulukon jälkeen.

	Ulkoiset tunnuks	Nimi-merkki	Norminmukaisuus	Säännöllisyys	Parodia	Ironia	Vuorovaikutus
Sporde Porttila	Selvästi	Kyllä, linkki yhteistyökumppaniin	Kyllä	Lähes päivittäin	Selvästi	Selvästi	Selvästi: joukkoistus, retweetit
Kullervo Kammola	Selvästi	Kyllä	Kyllä	Epäsäännöllistä	Selvästi	Selvästi	Julkkiksille puhuminen, retweettaus
Karhuvaara -Parodia	Selvästi	Kyllä	Kyllä	Epäsäännöllistä	Selvästi	Selvästi	Julkkiksille puhuminen
Valeksi Alavuori	Selvästi	Kyllä	Kyllä	Epäsäännöllistä	Selvästi	Selvästi	Selvästi: joukkoistaminen RT, keskustelua
Mäntyniemen herra	Selvästi	Kyllä, julkaisija kuitenkin kerrottu	Kyllä	Lähes päivittäin	Selvästi	Selvästi	Selvästi: Retweettauksia, keskustelua
C.G.E. Mannerheim	Tulkittava	Kyllä	Kyllä	Lähes päivittäin	Osittain	Selvästi	Selvästi: keskustelua, RT
Sanokaa Urkki vaan!	Tulkittava	Kyllä	Kyllä	Epäsäännöllistä	Osittain	Selvästi	Selvästi: keskustelua, RT

Taulukko 1. Parodia-tilien muodollisia ominaisuuksia.

Ulkoiset tunnukset

Kuten pakinassa, myös Twitter-parodiassa ulkoiset tunnukset antavat lukijalle selvän ohjeen siitä, miten kirjoittajan materiaalia tulee tulkita. Nämä tunnukset näkyvät kaikista selvimmin parodian profiilien kuvauksissa, joissa sanotaan usein suoraan, että kyseessä on parodia-tili. Tämän lisäksi tai sijaan saatetaan painottaa tilin humoristista luonnetta valitsemalla profiilikuvaksi joku erityisen nolo tai käsitelty kuva parodian kohteesta. Aineistoni esimerkkejä olivat Kalervo Kummolan venytetty naama tai Mannerheim-profiilin taustakuvana ollut Suomi-konepistooli. Ulkoisena tunnuksena voinee pitää parodian kohteen valintaakin: Urho Kekkonen ja C.G.E. Mannerheim ovat molemmat kuolleita, minkä tietämisen voi ajatella kuuluvan yleissivistykseen. Lukijalle pitäisi siis olla aika selvää, että kirjoittaja ei ole todellakaan se joka sanoo olevansa. Näyttäisi siltä, että Twitter-parodioiden profiilit ja nimivalinnat toimivat samalla tapaa ulkoisina tunnuksina kuin pakinan vinjetit ja humoristiset nimimerkit.

Nimimerkillisyys

Nimimerkki on yksi Twitter-parodian ulkoisista tunnuksista, mutta se on syytä nostaa erikseen esille - niin elimellinen osa pakinakirjoittamista erilaiset aliakset ovat. Tilanteessa voi nähdä tiettyä ironiaa: Siinä, missä Urho Kekkonen pakinoi aikanaan useillakin eri nimimerkillä eri lehtiin, esiintyy nyt joku hänen nimellään Twitterissä huumoria tehden. Olennainen ero on tietenkin se, että pakinoitsijat eivät yleensä väittäneet olevansa ketään oikeita olemassa olleita tai -olevia henkilöitä, vaan heidän alter egonsa olivat yleensä itse keksittyjä, vaikka saattoivatkin samalla kuvata esimerkiksi valtaapitävien ajattelua tai stereotyyppiä.

Olennaisempaa on kuitenkin mielestäni se, että sekä pakinassa että Twitter-parodiassa oikean tekijän henkilöllisyys pysyy suojassa. Tämä vapauttaa revittelemään ja kirjoittamaan paljon vapaammin.

Norminmukaisuus ja toisto

Pakinan tavoin myös Twitter-parodiassa lukija totutetaan tiettyyn norminmukaisuuteen. Parodiatilin tyyli pyritään pitämään samanlaisena ja tuttuna, ja poikkeamat siitä on yleensä tehty, jotta lukija saadaan yllätettyä ja ehkä nauratettuakin sopivalla tavalla. Hokemat ja toisto ovat norminmukaisuudesta selvin esimerkki: Käytännössä kaikilla tarkastelussa olleilla parodioilla oli yksi tai useampia sanoja tai puheenparsia, joita ne viljelivät twiitistä toiseen.

Twitterille luonteenomaisesti useat näistä hokemista esitettiin hashtageina. Esimerkiksi Mannerheim-parodia ei vain toistellut "Päämajan" seuraavan tilanteen kehittymistä, vaan Päämaja oli myös hashtagi eli #päämaja. Sauli Niinistön parodia puolestaan käytti hashtageja tahallaan ironisesti väärin: puhuessaan homoista Niinistön hashtagi oli #homo ja miettiessään ruokailua Niinistö-parodia tagasi twiittinsä kömpelästi #illallinen. Tässä virhe on hyvin hienovarainen ja tavallaan oikeinkin: eihän kukaan ole sanonut, ettei tuollaisia hashtageja saisi käyttää. Asiayhteydessään ne ovat kuitenkin hyvin huvittavia.

Hokemien lisäksi oli muita toistuvia tyylillisiä kikkoja. Niinistö-parodia kirjoitti varsinkin kaikki ehkä nuorekkaaksi koetut termit kuten "tekstarit", "jengi" ja "läppiä" lainausmerkkeihin. Kalervo Kummolan parodia kehotti joka viikko seuraamaan itseään ja erityisesti Karhuvaara-parodia ja Sporde Porttila -tili puhuivat selvästi tarkoituksellisen huonosti englantia.

Säännöllisyys ja mitta

Pakinat ovat totutusti ilmestyneet sanomalehtien tai muiden säännöllisesti julkaistujen journalistisen julkaisujen sivuilla. Tämän myötä myös niiden ilmestymistiheys on ollut suhteellisen vakio, esimerkiksi kerran viikossa tai kuukaudessa.

Tämä ei päde Twitter-parodiaan. Osa tileistä twiittaa säännöllisesti, osa ei. Aineistossa oli nähtävissä, että välillä yksittäinen tili oli saattanut twiitata 30 kertaa muutamassa päivässä ja olla sitten taas kuukausia hiljaa. Julkaisuaikataulua eivät näyttäisi ohjaavan deadlinet tai velvoitteet, vaan enemmänkin inspiraatio. Toki parodian aktiivisuus on korreloinut myös esikuvan aktiivisuuden kanssa: Kalervo Kummola on näkyvimmin esillä jääkiekkomaajoukkueen ollessa otsikoissa, ja sama näyttää pätevän myös hänen parodiaansa.

Sekä pakinalle että Twitter-parodialle on melko tarkka enimmäismitta, mutta vain pakinalle on vähimmäismitta. Pakina julkaistaan tietyllä paikalla sanomalehdellä, joten sen oltava joka kerta vähintään ja enintään tietyn mittainen, jotta tuo paikka täyttyy. Twitter-parodian yksittäinen twiitti voi olla korkeintaan 140 merkkiä, mutta alamittaa twiitille ei ole. Lisäksi Twitteriin voi laittaa niin monta yksittäistä twiittiä kuin haluaa: jos asia ei mahdu ensimmäiseen twiittiin, niin ei muuta kuin toinen perään. Tätä mahdollisuutta Twitter-parodiat myös hyödyntävät ja twiittaavat usein ryppäissä.

Ironia

Sekä pakina että Twitter-parodia käyttävät ironiaa keinonaan. Kuten luvussa 4.1. aineistoa kuvaillessani toin ilmi, ironiassa usein sanotaan muuta kuin mitä tarkoitetaan tai tuodaan humoristisella inkongruenssilla esille kirjoittajan viestin todellinen intentio. Juuri näin toimii Twitter-parodiakin. Tämä yksinkertainen sanallinen ironia on minun näkemykseni mukaan Twitter-parodian tavallisin ironian ilmentymä. Twitter-parodiassa twiitti voi olla monitulkintainen, vaatia päättelyä ja sen ironialla on selkeästi joku uhri, yleensä parodia-tilin nimen kantaja. Ironia on myös kontekstuaalista, kuten Niinistö-parodian lainausmerkeissä. Niissä ei varsinaisesti sanota mitään ironista, mutta lainausmerkit luovat viestiin ironisen merkityksen. Lisäksi Twitter-parodioista paistaa läpi koko ironian asenne profiilikuvauksesta hashtageihin: koko niiden olemassaolo ja kirjoittaminen on ironista ja tehdään ironisesti. Ironia on selvän tarkoituksellista eikä synny ilman intentiota esimerkiksi kirjoittajan vahingossa tekemistä virheistä.

Parodia

Onko Twitter-parodia parodiaa? Kysymys tuntuu erikoiselta, mutta analyysissäni kävi ilmi, että kaikki Twitterissä parodiatiliksi esittäytyvät tai siltä näyttävät tilit eivät oikeastaan olleet sellaista muodon ivaa, joksi parodia yleensä mielletään. Tämä satiirin ja pakinan maailmasta tyypillinen keino pätee kuitenkin selkeästi viiteen tarkastelussa olleista tileistä. Kekkoista ja Mannerheimiä parodioivat tilit eivät mielestäni täyttäneet parodian määritelmää kuin osittain, ja olivat usein vain yleistä huulenheittoa ja ajankohtaisten asioiden kommentointia.

Vuorovaikutus

Twitter-parodia näyttää olevan hyvin pitkälti kaksisuuntaista viestintää. Parodiat eivät huutele norsunluutorneistaan isolle nimettömälle massalle, vaan osallistuvat usein eri tavoin yleisönsä kanssa keskusteluun ja jopa yleisönsä aktivointiin. Myös pakinoitsija voi toki käydä keskustelua lukijoidensa kanssa saamansa palautteen perusteella, mutta näen tämän silti sosiaaliselle medialle ja Twitterille tyypillisenä, uutena ominaisuutena. Twitterissä palaute on välitöntä ja julkista. Sitä voi tulla keneltä tahansa ja laajemman yleisön viestilleen saa vain jos löytää saman mielisiä, jotka retweettaavat viestejä eteenpäin ja suosittelevat kirjoittajan viestejä omille verkostoilleen. Sosiaalisen median aikana kirjoittajan ja hänen yleisönsä välinen viestintä on monin verroin helpompaa ja nopeampaa kuin varsinkaan painetun lehden ja siinä julkaistun pakinan kohdalla.

Kaikki parodiatilit ottivat jollain tapaa kontaktia ympäröivään maailmaan. Minimissään tämä tarkoitti sitä, että tilit puhuivat Twitterissä joillekin olemassa oleville julkkiksille ja retweettasivat silloin tällöin jotain muiden käyttäjien twiittejä. Ahkerimmin vuorovaikutuksessa olleet Sporde Porttila ja Valeksi Alavuori yrittivät myös vaihtelevalla menestyksellä joukkoistaa seuraajansa keksimään sisältöä tilille. Alavuorea lukuun ottamatta tilit eivät kuitenkaan varsinaisesti pyytäneet palautetta tai ilmoittaneet haluavansa kuulla arvioita tuotannostaan.

4.2.2. Twitter-parodian sisällölliset ominaisuudet suhteessa pakinaan

Twitter-parodian sisällölliset ominaisuudet suhteessa pakinaan on esitetty oheisessa havaintomatriisissa tiivistettynä (Taulukko 2). Avaan ominaisuuksia tarkemmin taulukon jälkeen.

	Laaja-alaisuus	Ajankohtaisuus	Varallisuuserot	Valistusnäkökulma tai -taso
Sporde Porttila	Rajatusti	Erittäin	Paljon esillä	Selvästi
Kullervo Kammola	Laaja	Erittäin	Paljon esillä	Melko selvästi
KarhuvaaraParodia	Laaja	Erittäin	Melko paljon esillä	Selvästi
Valeksi Alavuori	Rajatusti	Erittäin	Paljon esillä	Melko selvästi
Mäntyniemen herra	Laaja	Erittäin	Melko paljon esillä	Selvästi
C.G.E. Mannerheim	Laaja	Erittäin	Ei juurikaan esillä	Epäselvästi
Sanokaa Urkki vaan!	Laaja	Erittäin	Ei juurikaan esillä	Epäselvästi

Taulukko 2. Twitter-parodian sisällöllisiä ominaisuuksia.

Laaja-alaisuus

Useimmat tarkastelussa olleet parodiatilit olivat pakinan tavoin laaja-alaisia sisällöllisesti, eli aiheet eivät rajoittuneet vain yhteen, vaan tileillä puhuttiin eri teemoista. Sporde Porttila ja Valeksi Alavuori olivat sitä kaikista vähiten, mutta nekin kommentoivat silloin tällöin myös muun kuin urheilun ulkopuolisia asioita. Ja urheilumaailman sisällä nekin puhuivat monista eri teemoista, eivät siis vaikka pelkästään yhdestä lajista. Muut viisi tiliä kirjoittivat esikuvansa ominaisuuksien ja julkisuuskuvan lisäksi tai sen varjolla monista uutisaiheista, tapahtumista ja kertoivat myös irtovitsejä, jotka eivät varsinaisesti liittyneet oikein mihinkään. Esimerkiksi Suomen turvallisuuspolitiikka, television viihdeohjelmat ja erilaiset aamiaisruoat pääsivät kaikki twiiteissä esille. Jossain määrin hahmot kommentoivat jopa asioita, jotka eivät mitenkään sopineet niiden rooliin tai tyyliin: tällainen oli esimerkiksi golfkisoja innokkaasti analysoinut Mannerheim-parodia.

Kokonaisuutena parodioiden laaja-alaisuus edusti hyvin satiirin perinteitä ja muistutti pakinasta.

Ajankohtaisuus

Twiiitit ilmestyivät melko epäsäännöllisesti, mutta olivat yleensä ajankohtaisia. Esimerkiksi urheiluvaikuttajien parodiatilit heräsivät yleensä twiittaamaan ahkerasti, kun jotain kiinnostavaa oli tapahtumassa urheilumaailmassa. Myös uutisaiheita kommentoitiin aktiivisesti. Joukossa oli toki myös ajattomia kaskuja tai puujalkavitsejä, mutta jokainen tarkastelussa ollut parodia ammensi materiaalia erittäin näkyvästi ajankohtaisista asioista, suorastaan opportunistisen oloisesti. Esimerkiksi hahmolleen hieman epätyypillisesti euroviisuista vitsiä vääntänyt Kullervo Kammola tavoitti luultavasti näin uusia seuraajia.

Ajankohtaisuus on myös pakinalle hyvin tyypillinen ja sitä määrittävä tekijä. Tässä mielessä Twitter-parodia ja pakina ovat hyvin samanlaisia.

Varallisuuserot ja raha

Nostin rahasta puhumisen oman alaotsikkonsa alle, koska se oli niin merkittävä ja Twitter-parodiaa määrittävä tekijä osassa Twitter-parodioista. Varsinkin Valeksi Alavuori ja Kalervo Kummola pitivät sitä pääteemanaan, mutta myös Lauri Karhuvaara, Sporde Porttila ja jossain määrin Mäntyniemen herra loivat esikuvastaan kuvaa etuoikeutettuna, rikkaana ja aineellisesti hyvinvoivana. Alavuori ja Kammola suorastaan kylpivät rahassa ja halveksuivat

kaikkia, joilla rahaa ei niin paljon ollut. Heidän parodioissaan raha nostettiin niin korkealle jalustalle, että taustalla ei voinut olla huomaamatta voimakasta kateutta, katkeruutta tai halveksintaa rahan palvontaa kohtaan. Tämä on tietenkin yksi pakinaa ja satiiria ajavista voimista: rikkaista ja heidän rikkauksistaan on kirjoitettu ivalliseen sävyyn iät ja ajat.

Myös Karhuvaara toi esille oman hyväosaisuutensa muun muassa mainitsemalla, miten kivaa on omistaa asioita ja kuinka hänen veljensä muka omistaa MTV-kanavan. Sporde Porttila lensi helikopterilla joka paikkaan ja laittoi MTV-kanavan maksamaan kalliit hotellilaskunsa. Niinistö vietti suojattua ja leveää, joskin tylsää ja tyhjää elämää turvamiestensä ja edustusasukuntansa suojissa. Vain Mannerheim ja Kekkonen jättivät rahalla mälläyksen vähemmälle, mutta kuten sanottu, ne eivät muutenkaan edustaneet parodiaa sen perinteisessä mielessä. Joka tapauksessa Twitter-parodian voi sanoa jatkavan pakinan ja satiirin perinteitä rahan vallan kritisoimisesta ja rikkaiden halveksimisesta.

Valistus

Tästä päästäänkin siihen, onko Twitter-parodialla pakinan tavoin selkeä valistuksen pyrkimys tai oman näkökulmansa tarjoilu. Kuten edellä luvussa 2.1.1. kerroin, pakinan tavoitteena on siirtää kirjoittajansa näkökulma lukijan näkökulmaksi lukijan sitä huomaamatta.

Tietyissä mielessä Twitter-parodia ei sisältänyt varsinaista valistusta tai lukijansa indoktrinointia johonkin uuteen mielipiteeseen. Voisi sanoa, että esimerkiksi Kalervo Kummola esitettiin parodiassa sellaisena, jona hänet monet urheilua seuraavista nytkin jo varmasti näkevät - voimakkaana rautakamreerina, joka perii tapahtumista kovia lipunhintoja eikä edes pyytele asiaa julkisesti anteeksi. Vähän ylipainoinenkin hän on. Näitä Kummolan julkisia ja näkyviä ominaisuuksia korostamalla ja hurjasti liioittelemalla oikeastaan vain vahvistettiin sitä julkisuuskuva, joka Kummolalla on. Tämänkin voi toki nähdä valistusnäkökulmana, mutta se on sitä kovin avoimesti ja helposti huomattavissa. Varsinaisena valistuksena ei voine pitää myöskään Mannerheim- ja Kekkonen-tilien yleensä suoraan ilmaistuja, yksinkertaisia purkauksia, jotka eivät edes muistuta juuri esikuvaansa vaan ovat lähinnä tekijänsä nimimerkin suojista heitettyjä 140 merkin mielipidekirjoituksia. On vaikea uskoa, että ne saisivat ainakaan mitenkään huomaamatta ihmisiä ajattelemaan niin kuin haluavat. Tämän todentamiseen tarvittaisiin kuitenkin jonkinlainen yleisötutkimus.

Silti valistustakin on havaittavissa. Sporde Porttila -tili onnistuu ilmeisen Jari Porttila -ivansa lomassa nauramaan urheilun stereotypioille, itsensä liian vakavasti ottaville toimittajille laajemminkin ja ylipäänsä tekemään ryppyotsaisen urheilun maailman naurettavaksi.

Porttilan twiiteissä urheilu on naurettavan nationalistista, huijareiden tai sankareiden mustavalkoista kansalliseeposta, jonka suurin sankari on väärinkäytökset ja kähminnät paljastava toimittaja. Tässä on suora yhteys urheilusatiirin klassikoihin kuten luvussa 2.2.2. esiteltyyn Elmoon.

Samoin Niinistö-parodiassa saavutetaan toinen, ei niin ilmeinen taso. Sen sijaan että Mäntyniemen herra olisi twiiteissään kytköksissä esimerkiksi Niinistön julkisuudessa antamiin haastatteluihin, keskittyy se kuvaamaan presidentin kuvitteellista sielunelämää ja koko presidentti-instituution tarpeettomuutta. Tämä jää lukijalta helpommin huomaamatta, vaikka viesti häneen luultavasti vaikuttaakin, ja se on minun mielestäni koko Niinistö-parodian suurin ansio.

Yksinkertaisimmillaan Twitter-parodiat siis ovat vain muodon ivaa tai kirjoittajan omien mielipiteiden kömpelöitä savuverhoja. Moniulotteisimmillaan ne ohjaavat lukijaa ovelasti katsomaan asioita siitä näkökulmasta kuin itse haluavat. Tällöin ne muistuttavat myös pakinaa "parhaimmillaan".

4.2.3. Twitter-parodian muita ominaisuuksia suhteessa pakinaan

Twitter-parodiasta löytyi myös muita pakinan kaltaisia tai sille ominaisia ominaisuuksia, jotka eivät olleet selvästi joko muodollisia tai sisällöllisiä, vaan enemmänkin näiden hybridejä.


Absurdi suhde todellisuuteen

Norjalaisia dopingurheiljoita vastaan väkivaltaisesti taisteleva Sporde Porttila. Täysin sekavia nonsense-pohdintoja käyvä KarhuvaaraParodia. Oman loistoristeilijän vuokraava Valeksi Alavuori. Twitter-parodiat vääntävät todellisuutta niin kuin mielikuviutus vain pystyy, täysin mielivaltaisesti ja absurdisti. Osittain tämä absurdius luodaan sisällöllä, siis sillä minkälaisia tarinoita hahmot kertovat ja mitä niissä tapahtuu. Osin se syntyy tyylivalinnoista, esimerkiksi Sporde Porttilan "hetki hetkeltä" -tyyppisestä kuvailusta ja tilanteen luonnehtimisesta. "Tilanne on kaoottinen", Porttila toteaa esikuvansa tavoin. Karhuvaaran pohdinnat siitä, kuka keksi television, formulat, voileivät tai minkä milloinkin ovat suoranaista performanssia ja sellaisenaan absurdeja. Myös tämä ominaisuus on johdettavissa pakinan perinteeseen, jossa todellisuuteen suhtaudutaan hyvin vapaamielisesti.

Esikuvan kuvaaminen lapsellisena tai jopa imbesillinä

Jos on Karhuvaaran suhtautuminen todellisuuteen valikoivaa, niin hänen henkisiä lahjoja parodiassa vasta epäilläänkin. Karhuvaara on aineiston paras esimerkki siitä, miten vuosikymmenten uran toimittajan ja juontajana tehneestä julkisesta hahmosta luodaan täysi imbesilli, surkea idiootti joka pohtii milloin mitään yhdentekevää ja syö siinä samalla ruokaa, mitä nyt omien vieraidensa ihailulta ehtii. Tämäkin on pakinasta tuttua.

Myös Alavuori, Mäntyniemen herra ja Kullervo Kammola ovat vähintäänkin typeriä, ahneita tai joidenkin viettiensä varassa kulkevia porsastelijoita. Sporde ei ole niinkään tyhmä kuin ylimielinen ja pöyhkeä. Helppoimmalla tässä suhteessa pääsevät Mannerheim ja Kekkonen. Silloin kun heidän profiilinsa jotain esikuvastaan ylipäänsä yrittävät välittää, ovat nämä korkeintaan arvokonservatiiveja vanhempia valtiopäämiehiä, joita nykyelämän meno ärsyttää. Kuva luodaan paitsi sisällöllisillä valinnoilla, myös tyylillä. Karhuvaara kirjoittaa kömpelösti, varsinkin englanniksi.

– To the man who invented lamps: thank you very much! Thank you very much! Light is fantastic in night and winter in Finland. Nov 18, 2013 

Kaikesta huolimatta Karhuvaaran parodia on hieman kiltimpää eikä siitä huoku niin paljon halveksuntaa kuin Kummolan vastaavasta. Vaikka Karhuvaaraa pilkataan, eivät hänen arvonsa tai edustamansa instituutio tule yhtä ilkeällä tavalla kuvatuksi.

Parodian kohteen valinta

Pakinassa ja satiirissa ivan kohteet on tavattu hakea korkea-arvoisista ja vaikutusvaltaisista ihmisistä, ja sellaisena kai voi pitää myös tämän pro gradu tutkielman aineistoon päätyntä, varsin homogeenistä joukkoa. Parodioitavista henkilöistä jokainen on julkisesti paljon esillä erityisesti television välityksellä ja on oman alansa tunnetuimpia ammattilaisia. Jari Porttila ja Lauri Karhuvaara ovat nyt jo vuosikymmenten uran tehneitä julkkistoimittajia, Kalervo Kummola ja Aleksis Valavuori Suomen näkyvimpiä urheiluvaikuttajia ja presidentit Niinistö, Kekkonen ja Mannerheim tietenkin valtionpäämiehinä mitä tyypillisintä satiirin inspiraatiota - heidän pilkallaan ja parodioimisellaan koominen inkongruenssi on mahdollisimman suuri.

Kuten pakinaa ja satiiria, myös Twitter-parodiaa voi kutsua miesten maailmaksi. Yksikään aineistoon päätyntä suosittu parodiatili ei tehnyt pilaa naisesta, eikä itse asiassa edes koko 22 parodiatilin alkuperäisessäni listassani ollut ketään muita kuin miehiä ivaavia tilejä. Nuorin

parodioitava Valavuori on 35-vuotias (Hakola 3.9.2013), kaikki muut yli viisikymppisiä tai kuolleita. Onkin huomionarvoista, että Twitter-parodian uudeltaisesta luonteesta viestintäympäristönä ja Twitter-käyttäjien suhteellisen nuoresta iästä huolimatta pilkan kohteet ovat sitä samaa mitä jo vuosikymmenten ajan analogisilla alustoilla: hyvin toimeentulevia, vaikutusvaltaisia iäkkäitä miehiä. Naisia ei mukaan ole saatu parodiaan mukaan siitäkään huolimatta, että ainakin kansainvälisessä tutkimuksessa kaikista Twitterin käyttäjistä 62 prosenttia oli naisia (Roy 19.2.2014).

5. Pohdinta

Tämän tutkielman aineiston perusteella voidaan sanoa, että journalistisen tekstityypin pakinan satiirisesta luonteesta, tyylistä ja muista oleellisista ominaisuuksista lähes kaikki tunnetuimmat näkyvät Twitterissä tehtävässä parodiassa. Twitter-parodia on pakinan tavoin ajankohtaista, laaja-alaista, ironista, huvittavaa, nimimerkin takaa kirjoitettua ja myös ainakin melko valistavaa. Siinä kritisoidaan samoja asioita ja teemoja kuin pakinassa, ja keinot tähän ovat hyvin samankaltaiset, ilmeisin niistä tietenkin valtaapitävien parodiointi.

Oleellisimmat erot pakinan ja Twitter-parodian välillä selittyvät julkaisualustojen luonteesta ja teknisistä ominaisuuksista: Siinä, missä pakina on journalistisessa julkaisussa suhteellisen säännöllisesti julkaistava, yleensä säännöllisen pituinen teksti, on Twitter-parodia vapaasti kenen tahansa julkaistavissa oleva täysin erilaisella alustalla tuotettava teksti. Sen voi julkaista milloin huvittaa ja niin usein kuin julkaisija haluaa. Toisaalta yksittäinen twiitti on sidottu 140 merkin mittaan, mikä pakottaa siihen, että yksittäisen viestin sanoma pitää tiivistää huomattavasti lyhyempään tilaan kuin pakinassa. Kokonaisuutena Twitter-parodia on kuitenkin hyvin perinteistä ilmaisua: parodia luodaan tekstissä, kielellisin keinoin ja tyylein, eikä kaikkia Twitterin työkaluja käytetä. Parodioiden voisi kuvitella toimivan sellaisenaan vaikkapa jollain lehden palstalla – ja itse asiassa Mäntyniemen herran juttuja julkaistaan sellaisenaan Image-lehden “satiirisivulla”.

Parodiatililtä eivät julkaisseet kuvia tai videoita, vaikka sekin olisi Twitterin sisällä mahdollista. Sen sijaan ne käyttivät hashtagia, linkittivät esimerkiksi uutisjuttuihin ja kommunikoivat yleisönsä kanssa, jopa joukkoistivat sisällön tuotantoa lukijoilleen. Joukkoistus oli kuitenkin enemmän poikkeus kuin sääntö. Selkeimmät piirteet siitä, että parodiaa tuotetaan nimenomaan sosiaalisessa mediassa, olivat runsas hashtagien käyttö ja taipumus linkittää twiittejä muihin sisältöihin. Parodiat myös vastasivat välillä lukijoiden kysymyksiin, eli viestintä oli selkeämmin kaksisuuntaista kuin esimerkiksi paperille painetun lehden sivuilla.

Sisällöllisesti Twitter-parodian laatu ja tyyli näyttävät olevan melko kirjavaa: tarkastelussa olleista melko suosituista ja usein päivittyvistä tileistä monen tyyli heitteli, eikä edes parodian hahmossa pysytty aina johdonmukaisesti. Kaksi ehkä pisimmälle vietyä ja tyyllisesti ehjintä parodiaa, Sporde Porttila ja Mäntyniemen herra olivat ainakin jossain määrin kaupallisin tai journalistisin tavoittein tehtyjä: ensimmäistä sponsoroiti vedonlyöntisivusto, toinen oli

aikakauslehden oma projekti. Sporde Porttilankin takana voi olettaa olleen sisällöntuotannon ammattilaisia, tai ainakin heillä oli selkeä motiivi ylläpitää parodiaa johdonmukaisesti. Tämä tuntui näkyvän myös tilien päivityksen säännöllisyydessä ja laadussa. Toisalta Kalervo Kummola -tili oli kaikista tileistä seuratuin ja eniten twiitannein, vaikka sitä ei ainakaan näkyvästi ollut tekemässä mikään journalistinen tai ammattimainen taho. Muiden tilien luojusta ei juuri tietoa ollut saatavilla.

Parodian tasoon ja tyyliin vaikutti luultavasti myös se, miltä ajalta aineiston twiitit sattuivat olemaan. Jotkut parodioista olivat twiitanneet jo tuhansia kertoja siihen mennessä, kun aineistoon napatut sata viimeisintä twiittiä poimittiin. Voisi kuvitella, että parodia on ollut terävimmillään alussa, kun tekijä on keksinyt hahmon ja päässyt ensimmäistä kertaa tykittämään vitsejä aiheesta. Tuhansien tai satojen twiittien myötä vitsi on saattanut jo hieman laimentua ja tyylikin päässyt vähän harhailemaan. Vertailun vuoksi aineistoon olisikin voinut ottaa myös esimerkiksi sata ihan ensimmäistä twiittiä, jolloin olisi saatu näytteitä parodian alkutaipaleesta myöhemmän tuotannon lisäksi.

Huomionarvoista oli myös naisten puuttuminen parodiasta toistaiseksi kokonaan. Pakinakin on ollut perinteisesti enemmän miesten maailma, mutta Twitter-parodiassa naiset olivat kohteina täysin sivuutettu. Tekijöinä heitä on toki voinut olla, mutta sitä ei tämän tutkielman puitteissa ollut mahdollisuutta selvittää.

Tässä tutkielmassa luotiin vain kapea katsaus Suomessa tehtyihin melko suosittuihin Twitterin parodiatileihin. Tutkielmassa olevia havaintoja ja johtopäätöksiä ei voi yleistää koskemaan Twitterissä tehtävää parodiaa, enkä tutkinut mitään muuta kuin suoraan jostain henkilöstä kirjoitettuja parodioita tai sellaiseksi itseään markkinoivia tilejä. Mielenkiintoista olisi tutkia myös muita satiirin kentällä toimivia tilejä tai medioita: verkkosatiiri Lehti on myös Twitterissä, ja toisaalta esimerkiksi @Mediakritiikki-niminen tili twiittaa ahkerasti huomioitaan juuri lehdistön toimista. Twitterissä on myös muunlaista huumoria: @faijagooglaa-niminen Twitter-tili sanoo julkaisevansa Google-hakuja, joita tilin luojan vanha isä on tehnyt. Faija googlaalla on yli 10 000 seuraajaa. Huumorin ja satiirin kenttä Twitterissäkin on siis paljon laajempi kuin tässä esitetty. Sitä paitsi edellä mainitut olivat vain niitä suosittuja esimerkkejä – vähälle huomioille jääneitä parodiarytelmiä olisi myös löytynyt runsaasti.

Tutkielmaa tehdessäni huomasin myös, miten vähälle pakinan tutkimus on Suomessa jäänyt. Kun pakinaa kuitenkin yhä julkaistaan monissa suurissa lehdissä, olisi uusi kattava tutkimus siitä varmasti myös paikallaan.

Tärkeää on mainita myös oma roolini tutkijana. Tutkielmassa esitetyt havainnot ja johtopäätökset ovat vahvasti subjektiivisia ja omien havaintojeni varassa esitettyjä. Toinen tutkija olisi saattanut pistää merkille erilaisia asioita. Yksi oleellisempia asioita tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa on juuri kysymys objektiivisen tiedon mahdollisuudesta. Tähän liittyvät paitsi erilaiset totuusteoriat, myös havaintojen luotettavuus ja puolueettomuus (Tuomi & Sarajärvi 2002, 131–33). Puolueettomuus tässä tutkimuksessa tarkoittaa nähdäkseni sitä, missä määrin tutkin aineistonani olevia twiittejä sellaisina kuin ne todella olivat ja vain sen perusteella, mitä niissä todella sanottiin, vai annoinko oman sukupuoleni, ikäni, poliittisen ajattelumaailmani tai vastaavan seikan ohjata tulkintaani. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan oma persoona on lähes väistämättä jotenkin tulkinnassa mukana, koska hän on tutkimusasetelman luoja ja tulkitsija (mt., 133).

Twitter-parodia on uusi ja laaja huumorin ja satiirin kirjoittamisen kenttä, jonka tekeminen perustuu lähinnä vapaaehtoisuuteen. Tämä näkyy myös sen vaihtelevassa laadussa ja epäsäännöllisessä julkaisutahtissa. Parhaimmillaan aineiston parodiat ylsivät tarkkanäköisiin, oivaltaviin ja hauskoihin huomioihin yhteiskunnasta. Niissä on nähtävissä myös selvä yhteys pakinan ja satiirin perinteisiin, ja useimmat niiden käyttämisestä ilmaisun ja vaikuttamisen keinoista ovat samoja kuin pakinoissa. Toisaalta ne ovat kaksisuuntaisempia kuin pakina ja keskustelevat aidosti yleisönsä kanssa. Vapaan julkaisutahtinsa ansiosta ne voivat olla vielä ajankohtaisempia kuin pakinat, koska niiden kirjoittaja voi julkaista tuotoksensa juuri silloin, kun jotain tapahtuu.

Lähdeluettelo

Kirjat ja artikkelit

Alasuutari, Pertti (1995/2001): Laadullinen tutkimus. Vastapaino/Gummerus, Jyväskylä.

Billig, Michael (2005): Laughter and Ridicule, Towards a Social Critique of Humour. Sage, Lontoo.

Castrén, Paavo (2013): Pakinoita Antiikin Roomasta. Otavan kirjapaino, Keuruu.

Freud, Sigmund (1905): Jokes and Their Relation To the Unconscious (suom. Vitsi ja sen yhteyspiilotajuntaan, 1983).

Habermas, Jürgen (1996/1992): Between facts and norms. Contributions to discourse theory of law and democracy. Alkuteos: Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskussionstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Cambridge: Polity Press & Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

Herkman, Juha (2000): Huumorin ja vallan keskeneräinen kysymys –populaarin kokemuksen jäljillä. Teoksessa Koivunen, Anu; Paasonen, Susanna & Pajala, Mari (toim.) Populaarin lumo –mediat ja arki. Turun yliopisto. 368 — 384.

Hokkanen, Laura (2009): Pohjakuohua pinnassa. Tapaustutkimus Käärmeenpesä-pakinoista ja niiden paikallisista vastaanotoista. Väitöskirja. Joensuun yliopisto.

Huhtamäki, Mari (2009): Parodia, satiiri, groteski ja ironia kauhukirjallisuudessa – Edgar Allan Poe. Yleisen kirjallisuuden pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

Hutcheon, Linda (1995): Irony's Edge. The Theory and Politics of Irony. 3. painos. Routledge, Lontoo.

Ikonen, Janne (2009): Mitä yhteistä on vitsillä ja uutisella? Komiikka todellisuuden tuottamisen tapana ja journalismin välineenä. Teoreettista erittelyä. Journalistiikan lisensiaatintyö. Jyväskylän yliopisto.

Jacobs, Ronald N. & Smith, Philip (1997): Romance, irony and solidarity. *Sociological Theory* 15: 1, 60-80.

Kivistö, Sari & Riikonen, H.K. (2012): Satiiri Suomessa. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki.

Manninen, Kirsti (1987): Ollista Bisquitiin – Ylioppilaslehden pakinat 1913–1968. Väitöskirja. Otava, Helsinki.

Manninen, Kirsti (1988): Pakina ja kapina. Teoksessa Kirjan rantaviiva. Toim. Jussi Nuorteva. Gaudeamus, Helsinki.

Mattila, Noora (2011): Ironia journalismissa. Ironian keinot ja funktiot Helsingin Sanomissa ja Nyt-liitteessä. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän Yliopisto.

Nurmi, Timo; Rekiaro, Ilkka; Rekiaro, Päivi & Sorjanen, Timo (2004): Gummeruksen suuri sivistyssanakirja. Gummerus, Jyväskylä.

Rahtu, Toini (2000): Ironiaa vai ei? Tekstin merkityksestä ja sen tutkimuksesta. *Virittäjä* 2/2000, 222–245.

Rahtu, Toini, (2006): Sekä että. Ironia koherenssina ja inkoherenssina. Suomen kirjallisuuden seura. Helsinki.

Reunanen, Esa (2003): Budjettijournalismi julkisena keskusteluna. Tekstianalyttisiä näkökulmia suomalaiseen ja ruotsalaiseen budjettikirjoitteluun. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.

Saukkonen, Pauli (1984): Mistä tyyli syntyy? WSOY, Juva.

Sisättö, Vesa (2013): Kotimaisia pakinoitsijoita 1. Avain, Helsinki.

Tarmio, Hannu ja Janne (1999): Studia. Sanankäytön pikkujättiläinen. Studia Tietokeskus-sarja. Weilin+Göös, Porvoo.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi Anneli (2002): Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Gummerus Kirjapaino, Jyväskylä.

Vainikka, Eliisa; Noppari, Elina; Heinonen, Ari; Huhtamäki, Jukka (2013): Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä - toimittajana sosiaalisessa mediassa. Tampereen yliopisto.

Van Dijck, Jose (2013): The Culture of Connectivity: A Critical History Of Social Media. Oxford University Press.

Waltari, Mika (1935/2005): Aiotko kirjailijaksi? WS Bookwell Oy, Juva.

Elektroniset lähteet

Arrington, Michael: Odeo Releases Twtr. Techcrunch. 15.6.2006. Haettu 16.4.2014.

<http://techcrunch.com/2006/07/15/is-twtr-interesting/>

A_Valavuoren_Viikset. Twitter-tili. Haettu 16.4.2014.

https://twitter.com/AV_Viikset

Buchanan, Matt: Why Twitter Parody Accounts Should Stay Anonymous. New Yorker. 22.7.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.newyorker.com/online/blogs/elements/2013/07/why-twitter-parody-accounts-should-stay-anonymous.html>

Eniten vituttaa kaikki. Blogi. Haettu 16.4.2014.

<http://enitenvituttaakaikki.blogspot.fi/>

Fiegerman, Seth: Twitter User Growth Slows in Q4, Stock Plummets 18%. Mashable. 5.2.2014. Haettu 16.4.2014.

<http://mashable.com/2014/02/05/twitter-q4-earnings/>

Finland: February 2014 highlights. ComScore. Haettu 24.4.2014.

<http://www.comscore.com/top-20-finland/>

Forss, Marko: Viesti pikaviestipalvelu Twitterissä. 19.2.2014. Haettu 16.4.2014.

<https://twitter.com/markoforss/status/436097544628994048>

Färdig, Jarmo: Alekski Valavuoren fanimatka EM-korikseen myötätuulessa - hinta yli 100 000 euroa. Helsingin Sanomat. 11.9.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.hs.fi/urheilu/Alekski+Valavuoren+fanimatka+EM-korikseen+my%C3%B6t%C3%A4tuulessa++hinta+yli+100+000+euroa/a1378863776085>

Haastattelussa Ronn Moss - Huomenta Suomi 20.8.2013. Youtube. 20.8.2013. Haettu 16.4.2014.

http://www.youtube.com/watch?v=P_Y_atySkeE

Hakola, Tero: Alekski Valavuori puhuu, toimii ja ärsyttää. Helsingin Sanomat. 3.9.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.hs.fi/urheilu/Alekski+Valavuori+puhuu+toimii+ja+%C3%A4rsytt%C3%A4%C3%A4/a1378098345641?sivu=1>

Haverinen, Rea: Koti-Cheek -parodia naurattaa Twitterissä: "Pyykkäsin just, aah!". Voice.fi. 14.11.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.voice.fi/viihde/koti-cheek-parodia-naurattaa-twitterissa-pyykkasin-just-aah/2/55780>

Heil, Bill & Piskorski, Mikolaj (2009): New Twitter Research: Men Follow Men and Nobody Tweets. Harvard Business Review, 1.6.2009. Haettu 16.4.2014.

<http://blogs.hbr.org/2009/06/new-twitter-research-men-follo/>

Helsingin Sanomien muistokirjoitusarkisto verkossa: Urho Kaleva Kekkonen. Haettu 16.4.2014.

<http://www.hs.fi/muistot/Urho+Kaleva+Kekkonen/a1364354331090>

Huomenta Suomen Lauri Karhuvaara onkin rokkimies. Mtv.fi. 1.11.2009. Haettu 16.4.2014.

<http://www.mtv.fi/viihde/muut.shtml/huomenta-suomen-lauri-karhuvaara-onkin-rokkimies/2009/11/987386>

Ihan tavallisia asioita. Lasten ja nuorten hyväksi aloitettu kampanja. Haettu 16.4.2014.

<http://www.tavallisia.fi/>

Iivonen, Heidi: Niinistö hylkäsi Twitter-seuraajansa. Ilta-Sanomat. 2.8.2012. Haettu 16.4.2014.

<http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288488663862.html>

Jari Porttilan legendaariset lausahdukset: Suomi - Turkki. Youtube. 15.9.2006. Haettu 16.4.2014.

<http://www.youtube.com/watch?v=TmVN1tsx6nA>

Justin Bieber followers "50% fake", says report. BBC. 11.4.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.bbc.co.uk/newsbeat/22104058>

Järvelä, Hanna; Keinänen, Anna; Nuutinen, Pirjo & Savolainen, Erkki (1994): Huumori opettajan työvälineenä. Savonlinnan opettajankoulutuslaitoksessa tuotettu verkkokirja. Itä-Suomen yliopisto. Haettu 16.4.2014.

<http://sokl.uef.fi/verkkojulkaisut/opehuumori/luku21.htm>

Kansallinen mediatutkimus 2013. Levikintarkastus Oy, lehdistötiedote. 28.2.2014. Haettu 16.4.2014.

http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_lukijatiedote_helmikuu_2014.pdf

Kartastenpää, Tero & Timonen, Jani : Twitter-parodia Tuomas Enpuske - kohde suuttui, mikroblogi nauroi. Helsingin Sanomat. 16.3.2012. Haettu 16.4.2014.

<http://nyt.fi/20120316-twitter-parodia-tuomas-empuske-kohde-suuttui-mikroblogipalvelu-nauroi/>

Kuvia julkaisukäyttöön. Tasavallan presidentin kanslian nettisivut. Haettu 16.4.2014.

<http://www.tpk.fi/public/default.aspx?nodeid=44842&contentlan=1&culture=fi-FI>

Mannerheimin kuolemasta 60 vuotta. Helsingin Sanomat. 28.1.2011. Haettu 16.4.2014.

<http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Mannerheimin+kuolemasta+60+vuotta/1135263359165>

Mäntyniemen esittely. Tasavallan presidentin kanslian verkkosivut. Haettu 16.4.2014.

<http://www.tpk.fi/public/default.aspx?nodeid=44832>

Niinistön valokuva kummastuttaa ammattilaisia. Yle Uutiset. 17.4.2012. Haettu 16.4.2014.

http://yle.fi/uutiset/niiniston_valokuva_kummastuttaa_ammattilaisia/5773985

Nummela, Toni: Suomalaiset liittyvät nyt Twitteriin ennätysvauhdilla. 29.7.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.toninummela.com/blog/2013/07/suomalaiset-liittyvat-twitteriin-nyt.html>

Nummela, Toni: Suomi-Twitter - The Real-Time Counter. Haettu 16.4.2014.

<http://www.toninummela.com/suomi-twitter/>

Nummela, Toni: Viesti pikaviestipalvelu Twitterissä 16.2.2014. Haettu 16.4.2014.

<https://twitter.com/toninummela/status/435139652774031360>

Laihonen, Karri: Rauman Lukko narkästyi twitterin parodiatileistä. Yle Uutiset. 19.2.2014.

Haettu 16.4.2014.

http://yle.fi/uutiset/rauman_lukko_narkastyi_twitterin_parodiatileista/7097023

Oremus, Will: Facebook's Like Affair With Brands Is Over. Slate. 24.3.2014. Haettu

16.4.2014.

http://www.slate.com/blogs/future_tense/2014/03/24/facebook_brands_and_organic_reach_why_no_one_likes_your_self_promoting_posts.html

Orenstein, Hannah: Behind The Scene's Of Twitter's Funniest Parody Accounts. Mashable.

14.8.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://mashable.com/2013/08/14/parody-twitter-accounts/>

Ostimme Twitter-seuraajia - tältä ostetut feikkiseuraajat näyttävät. YleX.fi. 19.10.2012.

Haettu 16.4.2014.

<http://ylex.yle.fi/uutiset/popuutiset/ostimme-twitter-seuraajia-talta-ostetut-feikkiseuraajat-nayttavat>

Poliittiset hokemat. Yle Elävä Arkisto. 3.5.2011. Viitattu 28.2.2014. Haettu 16.4.2014.

http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/poliittiset_hokemat_53683.html#media=53686

Pönkä, Harto: Sosiaalisen median katsaus 09/2013, 10.9.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://harto.wordpress.com/2013/09/10/sosiaalisen-median-katsaus-092013-esitys/>

Pönkä, Harto: Arvio suomalaisten Facebook-käyttäjien todellisesta määrästä + ikäpyramidi.

27.2.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://harto.wordpress.com/2013/02/27/arvio-suomalaisten-facebook-kayttajien-todellisesta-maarasta-ikapyramidi/>

Roy, Jessica: How Men and Women Use Social Media Differently in One Graphic. Time. 19.2.2014. Haettu 16.4.2014.

<http://newsfeed.time.com/2014/02/19/how-men-and-women-use-social-media-differently-in-one-graphic/>

Sundqvist, Janne: Twitter-parodia ei ole rikos. Yle Uutiset. 14.3.2013. Haettu 16.4.2014.

http://yle.fi/uutiset/twitter-parodia_ei_ole_rikos/6538324

Suomi-konepistooli. Artikkelit Wikipediassa. Viitattu 28.2.2014. Haettu 16.4.2014.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Suomi-konepistooli>

The top 500 sites on the web. Alexa. Haettu 24.4.2014.

<http://www.alexa.com/topsites/global>

Top sites in Finland. Alexa. Haettu 24.4.2014.

<http://www.alexa.com/topsites/countries/FI>

Toropainen, Timo: Kummola: MM-kisat pelataan Valko-Venäjällä. Helsingin Sanomat. 14.9.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.hs.fi/urheilu/a1379061117062>

Tv-sarja Pasilan hahmot. Yle. Haettu 16.4.2014..

<http://ohjelmat.yle.fi/pasila/hahmot>

Twitter Census: Counting The Finnish Speaking Twitter. Intellecta Corporate. 19.2.2013. Haettu 16.4.2014.

<http://www.slideshare.net/Intellectacorporate/finland-presentation4>

Twitter Help Center: Blocking users on Twitter. Twitterin virallinen nettisivu. Haettu 16.4.2014.

<http://support.twitter.com/articles/117063-blocking-users-on-twitter>

Twitter's Parody, commentary, and fan account policy. Twitterin virallinen nettisivu. Haettu 16.4.2014.

<https://support.twitter.com/articles/106373-parody-commentary-and-fan-account-policy>

Twitter via SMS FAQs. Twitterin virallinen nettisivu. Haettu 16.4.2014.

<https://support.twitter.com/articles/14014-twitter-via-sms-fags>

Töyrylä, Katriina: Turkki esti pääsyn Twitteriin - presidentti twiittasi vastalauseen. Yle Uutiset. 21.3.2014. Haettu 16.4.2014.

http://yle.fi/uutiset/turkki_esti_paasyn_twitteriin_-_presidentti_twiittasi_vastalauseen/7149296

Vuorinen, Netta: MM-lippusotku ja Kalervo Kummola – Valta oli Kalen. Suomen Kuvalehti. 9.5.2012. Haettu 16.4.2014.

<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/mm-lippusotku-ja-kalervo-kummola-valta-oli-kalen/>

Wampole, Christy: How To Live Without Irony. New York Times. 17.11.2012. Haettu 16.4.2014.

http://opinionator.blogs.nytimes.com/2012/11/17/how-to-live-without-irony/?_php=true&_type=blogs&_r=0

