

This is an electronic reprint of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

---

## Havaintoja hashtagketjujen informaatorakenteesta suomenkielisissä Instagram-päivityksissä

Rosenberg, Jutta

*Published in:*  
Språkets funktion

Julkaistu: 26/05/2021

*Document Version*  
Julkaistu PDF-muodossa, tunnetaan myös nimellä tietueversio

*Document License*  
Publisher rights policy

[Link to publication](#)

*Please cite the original version:*  
Rosenberg, J. (2021). Havaintoja hashtagketjujen informaatorakenteesta suomenkielisissä Instagram-päivityksissä. teoksessa L. M. Heikkola, G. Paulsen, K. Wojciechowicz, & J. Rosenberg (Toimittajat), *Språkets funktion: Juhlakirja Urpo Nikanteen 60-vuotispäivän kunniaksi - Festschrift till Urpo Nikanne på 60-årsdagen - Festschrift for Urpo Nikanne in honor of his 60th birthday* (Sivut 192-204). Åbo Akademi University Press. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-12-4062-1>

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# Havainnot hashtagketjujen informaatorakenteesta suomenkielisissä Instagram-päivityksissä

Jutta Rosenberg

**Abstract:** In this article, I examine the information structure of hashtag strings in Finnish Instagram posts. My material consists of 1053 Instagram posts that are written in Finnish and with a caption that contains a hashtag string, a collection of hashtags at the end of the caption. I found that users structure the hashtag strings according to the classic theme-rheme structure. The thematic hashtags often repeat and highlight the theme of the post while the rhematic hashtags offer comments and additional information about the theme. Besides hashtags that are thematic and rhematic, the strings contain metatextual hashtags that comment the post itself as opposed to commenting the theme.<sup>1</sup>

**Keywords:** Language use, social media, Finnish

## 1 Johdanto

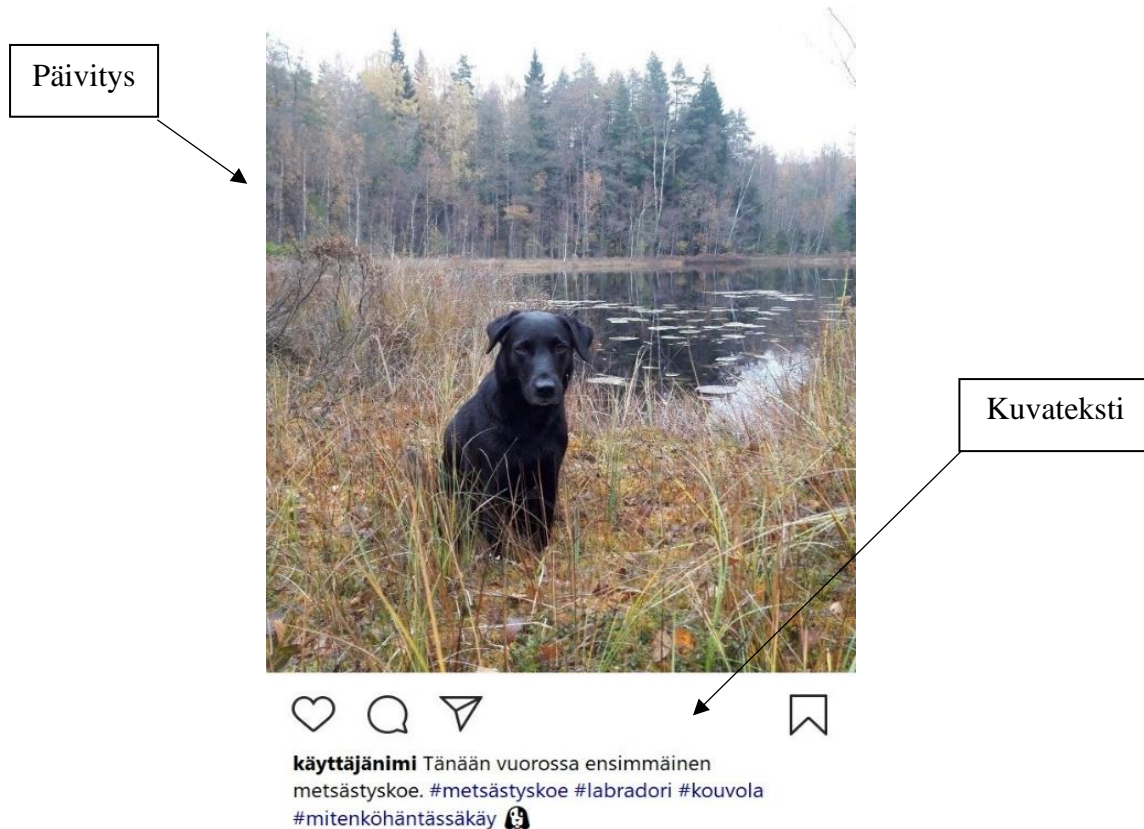
Tämän tutkimuksen aiheena on suomenkielisten käyttäjien arkinen kielenkäyttö kuvienjakopalvelu Instagramissa. Erilaiset sosiaaliset mediat ovat osa jokapäiväistä kielenkäyttöympäristöämme. Vuonna 2020 jopa 69 % 16–89-vuotiasta suomalaisista käytti erilaisia yhteisöpalveluita (SVT 2020). Sosiaalisia medioita käytetään muun muassa uraverkostoitumiseen, tiedon hakemiseen, uutisten seuraamiseen, käytettyjen tavaroiden myymiseen ja ostamiseen, harrastusryhmien ja muiden kiinnostusten aiheiden seuraamiseen ja jakamiseen sekä myös oman elämän dokumentoimiseen (SVT 2020).

Kuvienjakopalvelu Instagramilla on maailmanlaajuisesti yli miljardi käyttäjää, ja Suomessa Instagramia seuraa noin 39 % väestöstä (SVT 2020), ja se on näin ollen Suomen kolmanneksi suurin sosiaalisen median verkosto. Instagramissa käyttäjät jakavat päivityksiä, jotka näkyvät käyttäjän seuraajien syötteessä. Instagram-päivitykset koostuvat kuvasta sekä valinnaisesta kuvatekstistä (ks. kuva 1). Päivityksen kuvateksti voi sisältää peruskuvatekstin, joka koostuu usein kokonaisista lauseista ja virkkeistä ja on väriltään musta. Kuvatekstissä on usein myös erilaisia emojisymboleita sekä (sinisiä) hashtageja (ks. kuva 1). Hashtagit muodostetaan ristikkomerkillä (#) ja sitä seuraavalla välilyöntiin päättyvällä sanalla tai virkkeellä, esimerkiksi *#koira* tai *#maailmanparaskoira*. Ristikkomerkin avulla sanasta muotoutuu linkki. Linkkiä klikkaamalla käyttäjä löytää kaikki avoimilla käyttäjätileillä julkaistut päivitykset, jotka sisältävät kyseisen hashtagin. Hashtagien alkuperäinen käyttötarkoitus olikin päivitysten temaattinen ryhmittäminen (Messina 2007), mutta niille on kehittynyt myös muita tehtäviä, esimerkiksi tunteiden (Lee & Chau 2018; Matley 2018) ja

---

<sup>1</sup> Haluan kiittää väitöskirjatyöni ohjaajia, erityisesti Urpo Nikannetta, kahta anonymia arvioijaa sekä juhla kirjjan toimittajia kommentaiteista, joiden avulla olen pystynyt parantamaan artikkeliani huomattavasti. Tutkimus on tehty Wihurin säätiön apurahan avulla.

sarkasmin ilmaisimina (Kunneman, Liebrecht, van Mulken & van den Bosch. 2015). Hashtageilla on todettu olevan myös niin narratiivisia (Giaxoglou 2018) kuin pragmaattisiakin funktioita (Wikström 2014; Scott 2015, Rosenberg 2019). Hashtageja käytetään myös sosiaalisten medioiden ulkopuolella esimerkiksi mainonnassa ja jopa puhekielessä (ks. esimerkiksi Heyd & Puschman 2017; Scott 2018). Kielitoimiston ohjekirja kutsuu tätä ristikkomerkitä ja sitä seuraavasta merkkijonosta rakennettua kokonaisuutta aihe-tunnisteksi. Koska kyseistä tunnistetta käytetään tänä päivänä huomattavasti laajemmin kuin ainoastaan aihe-sanana, käytän siitä tässä tutkimuksessa nimeä hashtagi.



**Kuva 1.** Instagram-päivityksen rakenne<sup>2</sup>

Hashtagit ovat syntaktisesti joustavia, joten ne voivat esiintyä missä tahansa kohtaa kuvatekstiä, eli myös osana peruskuvatekstiä (Zappavigna 2018: 31) (ks. esimerkki 1).

(1) Vihdoin #kevät ja #aurinko paistaa viel myöhään. #iltaretkellä tämän #ihanimman #kaverin kanssa<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Kuvakaappaus on kirjoittajan omalta tililtä. Päivitys on rakennettu erityisesti tätä artikkelia varten esittämään Instagram-päivityksen rakennetta.

<sup>3</sup> Kaikki artikkelissa käytetyt esimerkit ovat keräämästäni tutkimusaineistosta.

Hashtagit voivat myös sijoittua peruskuvatekstin jälkeen ketjuksi (Tsur & Rappoport 2012: 2), joka koostuu monesta erillisestä hashtagista, mutta joka on kuitenkin tiukasti kytköksissä sitä edeltäneeseen kuvatekstiin. Kutsun tätä kokonaisuutta hashtagketjuksi (ks. esimerkki 2).

(2) Ihana aurinko 🌞 #aurinko #syksy #keinutuoli #tyräkki

Tutkin tässä artikkelissa suomenkielisten käyttäjien päivitysten hashtagketjuissa esiintyvien hashtagien jäsentelyä. Tavoitteeni on luoda kuvaus hashtagketjujen informaatorakenteesta. Koska näkökulmani on kielellinen, käsittelen ainoastaan leksikaalisin elementein muodostettuja hashtageja. En siis käsittele ollenkaan hashtageja, jotka rakentuvat sanoista ja emojeista, esimerkiksi #rakkaus ❤️. Instagramin emojihashtageja on tutkinut esimerkiksi Highfield (2018).

Artikkelin rakenne on seuraava. Käyn aluksi läpi tutkimukseni lähtökohtia. Analyysiosassa esittelen aineistostani valittujen esimerkkien avulla kuvatekstien hashtagketjujen informaatorakennetta. Lopuksi teen yhteenvedon havainnoistani.

## 2 Aineisto ja tutkimuksen toteutus

### 2.1 Aineiston valinta ja -keruu

Tämän artikkelin aineisto on osa väitöskirjaani varten keräämäni aineistoa, joka koostuu 1500 suomenkielisestä Instagram-päivityksestä. Tätä artikkelia varten valitsin alkuperäisestä aineistostani ne päivitykset, jotka sisälsivät kuvan + peruskuvatekstin + hashtagketjun (ks. esimerkki 2 yllä). Tämän artikkelin lopullinen aineisto koostui 1053 suomenkielisestä Instagram-päivityksestä.

Keräsin aineistoni manuaalisesti tekemällä hakuja Instagramin omalla hakukoneella. Hakuja tehdessäni käytin Instagramia verkkoselaimella ilman sisäänkirjautumista ja hakusanoiksi valitsin satunnaisia suomenkielisiä hashtageja, esimerkiksi #kissa. Tavoitteeni oli löytää suomenkielisiä käyttäjätilejä, jotka olivat 1) aikuisten, kuviensa ja käyttäjätietojensa perusteella yli 18-vuotiaiden Instagram-käyttäjien avoimia tilejä, 2) henkilökohtaisia tilejä, joiden tyypillinen tehtävä on oman elämän dokumentointi (ks. esimerkiksi Sheldon & Bryant 2016). Koska tavoitteeni on tutkia suomenkielisten käyttäjien arkista kielenkäyttöä, rajaan tutkimukseni ulkopuolelle julkisuuden henkilöille tai somevaikuttajille, kuten tubettajille tai bloggaajille, kuuluvat tilit sekä tietyn teeman, kuten harrastusten, sisustuksen tai kotieläinten, ympärille rakennetut tilit, koska sosiaalisten medioiden käytön motiivit ja käyttötilanne vaikuttavat hashtagien käyttöön (ks. esimerkiksi Rauschnabel, Sheldon & Herzfeldt 2019).

Tutkimukseeni valikoitui 120 käyttäjää, joiden vuoden 2017 aikana tekemistä päivityksistä valitsin päivityksiä, joiden kuvateksti oli suomenkielinen ja jotka sisälsivät vähintään yhden suomenkielisen hashtagin, yhteensä 12–16 päivitystä/käyttäjä. Koska tutkin kokonaisia kuvatekstejä, materiaalissani esiintyy myös muun kuin suomenkielisiä hashtageja. Valitessani käyttäjätilejä, otin käyttäjien iän lisäksi huomioon ainoastaan sukupuolen niin, että

tavoitteenani oli mahdollisimman tasainen sukupuolijakauma. Loppujen lopuksi tutkimukseen valikoituneista käyttäjistä 60 % on naisia ja 40 % miehiä, mikä vastaa hyvin suomalaisten Instagram-käyttäjien sukupuolijakaumaa (SVT 2020). Aineistoni edustaa siis näytettä suomenkielisistä, aikuisista Instagram-käyttäjistä, joilla on avoin käyttäjätili ja jotka käyttävät Instagramia lähinnä henkilökohtaisen elämänsä dokumentointiin.

## 2.2 Tutkimusetiikka

Sosiaalisessa mediassa julkaistut päivitykset ovat haastava tutkimusaineisto erityisesti yksityisyyden suojan kannalta. Yksityisyyden suojan turvaaminen onkin keskeisimpiä sosiaalisesta mediasta kerätyn aineiston käsittelyyn liittyviä eettisiä pyrkimyksiä. Tärkeintä on tutkimuksesta aiheutuvan haitan sekä käyttäjien tunnistettavuuden minimointi. (Kosonen, Laaksonen, Rydenfelt & Terkamo-Moisio 2018: 118.) Avoimesti Internetissä saatavilla olevaa sisältöä voidaan kuitenkin käyttää tutkimusaineistona ilman käyttäjän lupaa (ks. esimerkiksi Wilkinson & Thelwall 2011). Aineiston käsittelyyn vaikuttaa tämän lisäksi esimerkiksi sosiaalisen median alustan käyttöehdot sekä tekijänoikeudet (Kosonen ym. 2018: 118). Koska Instagramin käyttöehdot (ks. Instagram 2020) kieltävät sisällön tallentamisen, tein päivitysten keskeisestä sisällöstä muistiinpanot. Säilytin tutkimusta varten käyttäjätilien nimimerkit, päivitysten julkaisupäivämäärät ja kuvatestit sekä laadin kuvan sisällöstä sanallisen yhteenvedon.

Aineistonkeräykseni tärkein kriteeri oli päivitysten avoimuus. Avoimien tilien päivitykset ovat haettavissa hakukoneilla, kuten Googlella, ja ne ovat kenen tahansa luettavissa verkkoselaimen kautta. Tällä perusteella ne voidaan katsoa julkiseksi viestinnäksi, jonka käyttöön tutkimusaineistona ei tarvita erillistä suostumusta. Vaikka tilit ovat julkisia, otan käyttäjien yksityisyyden suojan huomioon julkaisemalla esimerkit ilman käyttäjätietoja. En myöskään julkaise päivityksien kuvia, joiden käyttöä rajoittavat yksityisyyden suojan ja tekijänoikeuksien lisäksi myös Instagramin käyttöehdot (ks. Instagram 2020). (Sosiaalisen median tutkimuksen etiikasta katso esimerkiksi Markham & Buchanan 2012; Fossheim & Ingierd 2015; Östman & Turtiainen 2016; Zimmer & Kinder-Kurlanda 2017; Kosonen ym. 2018.)

## 2.3 Aineiston analyysi

Tutkimukseni aineistoon valitut käyttäjätilit ovat henkilökohtaisia tilejä, joiden oletettava tarkoitus on päiväkirjamaisesti dokumentoida käyttäjän omaa elämää seuraajilleen. Päivityksillä on siis lähinnä narratiivinen funktio. Vaikka päivitykset esiintyvät suuremmassa kontekstissa, osana Instagram-käyttäjän oman tilin sisältöä, ovat ne usein kuitenkin itsenäisiä kokonaisuuksia. Koska olen poiminut aineistoni sattumanvaraisesti käyttäjien vuonna 2017 julkaisemista avoimista päivityksistä, käsittelen päivityksiä erillisinä, multimodaalisina teksteinä, eräänlaisina pieninä kertomuksina (*small stories*, ks. esimerkiksi Georgakopoulou 2007).

Instagram-päivitykset ovat lähes aina multimodaalisia. Ne koostuvat kuvasta ja kuvatekstistä ja niiden merkitys rakentuu kuvan, tekstin, emojiiden ja hashtagien avulla. Multimodaalisessa viestinnässä eri moodit kuten esimerkiksi teksti, kuva, äänenpaino ja eleet viestittävät eri merkityksiä. Koska moodeilla on merkityksen rakentajina erilaisia rajoituksia, rakentuu viestin kokonaismerkitys eri moodien vuorovaikutuksessa. (Kress 2009: 58, 2010: 28.)<sup>4</sup>

Tuottaessaan tekstiä kirjoittajan tavoite on muotoilla sanomansa niin, että vastaanottaja tulkitseisi sen kirjoittajan haluamalla tavalla. Kirjoittaja valitsee tekstilleen asianmukaisen muodon, jotta kirjoittajan ja vastaanottajan tulkinnat kohtaisivat. Tekstin rakenteeseen vaikuttaa, mitä kirjoittaja tekstillään haluaa viestittää, mikä informaatio on tärkeintä, mihin asiaan kirjoittaja haluaa vastaanottajan fokuoivan ja myös se, mikä on vastaanottajalle jo tiedossa olevaa informaatiota ja mikä on viestin tulkitsemiseksi tarvittavaa uutta taustatietoa. (Arnold, Kaiser, Kahn & Kim 2013: 1.) Tekstin tuottaja voi siis erilaisin keinoin, esimerkiksi sanajärjestyksellä, vaikuttaa vastaanottajan tulkintaan fokuoimalla tämän huomion tiettyyn sanaan tai aiheeseen. Instagram-päivityksissä kirjoittajat voivat käyttää hyväkseen esimerkiksi hashtageja, jotka eksplikoivat ja korostavat päivityksen aihetta, rakentavat päivitykselle kontekstia ja antavat tarvittavaa lisäinformaatiota sekä kommentoivat päivityksen sävyä ja kirjoittajan tunteita (Rosenberg 2019: 126–127), ja näin ollen helpottavat lukijan tulkintaa.

Analysoimani aineiston päivitykset koostuvat kuvasta ja kuvatekstistä, joka jakautuu edelleen peruskuvatekstiin ja hashtagketjuun (ks. kuva 1). Olen lähilukumenetelmällä tulkinut päivityksiä ja koodannut jokaiselle päivitykselle kuvan ja peruskuvatekstin pohjalta yläteeman. Yläteema on päivityksen aihe, joka kulkee läpi koko päivityksen alusta loppuun asti (vertaa esimerkiksi *textual topic* Lambrecht 1994 ja *hypertheme* Daneš 2015).

(3) Tällaista herkuttelua tänään 🍷 #vohveleita #herkuttelua #suolaistajamakeaa #tiirikoskentehdas #lomailua

Esimerkin (3) päivityksen kuvassa näkyy kuusi lautasta, joilla on erilaisia vohveliannoksia. Kuvan vohvelit ja peruskuvatekstin ”Tällaista herkuttelua tänään” -viestit täydentävät toisiaan ja rakentavat yhdessä päivityksen yläteeman: Vohveilla herkuttelu. Analyysini lähtökohta on päivityksen kuvan ja kuvatekstin perusteella tulkittu yläteema, jonka pohjalta analysoin informaation kulkua hashtagketjussa.

---

<sup>4</sup> Instagramin multimodaalista diskurssia on aikaisemmin tutkinut esimerkiksi Caple (2018), joka toteaa multimodaalisuuden olevan kiinteä osa Instagramin diskurssia. Hänen tutkimuksensa osoitti, että Instagram-päivityksien tarkastelu korpusavusteisen multi-modaalisen diskurssianalyysin avulla mahdollistaa päivityksien monipuolisemman tulkinnan (ks. Caple 2018).

### 3 Hashtagketjujen informaatorakenne

Esittelen seuraavaksi havaintoni Instagramin kuvatekstien hashtagketjujen informaatorakenteesta. Esittelen analyysini aineistostani valitsemieni esimerkkien avulla. Esimerkit edustavat havainnollistavalla tavalla tutkimaani ilmiötä.

Informaatorakennetta tarkastellaan funktionaalisessa teoriassa perinteisesti teema–reema-kahtiajaon pohjalta (ks. esimerkiksi Daneš 2015; Firbas 1987; Halliday & Mathiessen 2004). Annettua informaatiota kutsutaan teemaksi (ISK 2004: § 1370). Annettu informaatio toistaa tavalla tai toisella jo aikaisemmin sanottua (Shore 2008: 38). Jos informaatio ei ole annettua, se on uutta (Shore 2008: 35). Tätä uutta informaatiota kutsutaan reemaksi. Reema lisää teemaan jotain, eli on se, mitä teemasta sanotaan (ISK 2004: § 1370). Teema voidaan myös nähdä lauseen lähtökohtana, joka luo pohjan lauseen loppuosalle (Firbas 1987: 143–145). Tarkastelin tässä artikkelissa sitä, miten hashtagit jäsenyvät kuvassa ja peruskuvatekstissä annetun informaation eli yläteeman pohjalta. Analyysini perustuu Susanna Shoren (2008) tekstilähtöiseen informaatorakenteen analyysiin, joka tarkastelee teema–reema-jäsennystä ”siltä kannalta, miten teksteissä esitetyt asiat rakentuvat aiemmin esitetyn pohjalta” (Shore 2008: 28). Määrittelen tutkimuksessani teeman annetuksi informaatioksi ja reeman uudeksi, teemaa kommentoivaksi informaatioksi. Käsittelen hashtagketjua kokonaisuutena, jolla on oma informaatorakenteensa, ja hashtagketjussa esiintyviä yksittäisiä hashtageja informaatiota kantavina osina. Analyysin lähestymistapa informaatioon on tekstilähtöinen ja pohjautuu hashtagien pragmaattisiin funktioihin sekä niiden informaatioarvoon. Tutkin informaatorakennetta tekstinosien eli kuvan + peruskuvatekstin ja hashtagketjun välisten suhteiden pohjalta (ks. Shore 2008), enkä ota informaatorakenteen analyysissäni kantaa hashtagien morfosyntaktisiin muotoihin tai suhteisiin. Koska aineistoni on erittäin pieni otanta Instagramissa julkaistuista suomenkielisistä päivityksistä, olen keskittynyt sen laadulliseen tarkasteluun.

#### 3.1 Temaattiset hashtagit

Aikaisempi tutkimus on osoittanut, että hashtageilla on sosiaalisen median päivityksissä erilaisia pragmaattisia funktioita (ks. esimerkiksi Wikström 2014; Scott 2015; Rosenberg 2019). Aihetta toistavilla hashtageilla on päivityksen aihetta korostava ja eksplikoiva funktio (Rosenberg 2019: 127). Esimerkissä (3) päivityksen yläteema, vohveleilla herkuttelu, joka on tulkittu kuvan ja peruskuvatekstin perusteella, toistuu ja näin ollen korostuu hashtagketjun kahdessa ensimmäisessä, temaattisessa hashtagissa: *#vohveleita #herkuttelua*.

(4) Vaikka kuinka elämä potkii päähän, niin kyllä mä pääsen aina jaloilleni näitten vauhtimummujen ansiosta ❤️ #hevosterapiaa #suomenhevoset #ratsastusta #muntytöt #enselviäisilman #elämäjatkuu #turpaterapiaa #horsepower #finland

Esimerkissä (4) päivityksen kuvassa on lumessa juokseva hevonen ja sen edessä toisen hevosen häntä. Kuvateksti kertoo hevosten auttavan kirjoittajaa ”pääsemään jaloilleen”, kun ”elämä

potkii päähän”. Päivityksen yläteema on hevosten tarjoama terapeuttiivinen apu, eli hevosterapia<sup>5</sup>. Hevosterapia on kuvatekstin perusteella assosiatiiivisesti pääteltävissä olevaa tietoa (Shore 2008: 32–33), joka eksplikoituu hashtagketjun ensimmäisessä, temaattisessa hashtagissa *#hevosterapiaa*. Hashtagketjun toinen tagi, temaattinen hashtagi *#suomenhevonen*, on suora viittaus kuvassa näkyviin hevosiin. Myös hashtagketjun kolmas hashtagi *#ratsastusta* on temaattinen. Se on assosiatiiivisesti pääteltävissä olevaa tietoa: kuvassa näkyvillä hevosilla ratsastetaan. Koska päivityksen yläteeman tulkinta perustuu osittain assosiatiiivisiin merkitystulkintoihin, korostuu tässä esimerkissä teemaa toistavien hashtagien eksplikoiva funktio.

Päivityksen kaikki osat eli kuva ja kuvateksti ja kaikki kuvatekstin osat, muodostavat kokonaisuuden, joka käsittelee tiettyä aihetta. Päivityksellä on siis pysyvä teema (Shore 2008: 40) läpi koko päivityksen. Hashtagketjun temaattiset hashtagit toistavat ja korostavat tai eksplikoivat päivityksen teemaa, eli sitä, mitä päivitys koskee. Temaattiset hashtagit ovat tavalla tai toisella annettua tietoa, ja niillä on vähäinen informaatioarvo, koska ne ainoastaan toistavat jo tiedossa olevaa informaatiota (ks. Shore 2008). Temaattisten hashtagien viittauskohteet ovat siis löydettävissä kuvasta tai peruskuvatekstistä. Instagram-päivitysten peruskuvatekstin jälkeen tulevan hashtagketjun teema toteutuu siis usein teeman toistona.

### 3.2 Remaattiset hashtagit

Rakentaessaan päivitystään kirjoittaja voi lisätä kuvatekstiin hashtageja, jotka rakentavat päivitykselle kontekstia kommentoimalla päivityksen aihetta tai antamalla aiheesta lisäinformaatiota sekä hashtageja, jotka tuovat esiin kirjoittajan tunteita (Rosenberg 2019: 127–131). Vohveleilla herkuttelua käsittelevän esimerkin (3) kolme viimeistä tagia ovat remaattisia, teemaa kommentoivia hashtageja: *#suolaistajamakeaa* *#tiirikoskentehdas* *#lomailua*. Hashtagit *#suolaistajamakeaa* ja *#tiirikoskentehdas* antavat lisäinformaatiota vohveleilla herkuttelusta: vohvelit olivat niin suolaisia kuin makeita ja herkuttelu tapahtui Tiirikosken tehtaalla. Viimeinen tagi, *#lomailua*, kertoo herkuttelusta osana loman viettoa.

Esimerkissä (4), jonka yläteema on hevosterapia, hashtagketjun tagit neljä–kahdeksan muodostavat hashtagketjun reeman: *#muntytöt* *#enselviäisilman* *#elämäjatkuu* *#horsepower* *#finland*. Neljä ensimmäistä remaattista hashtagia, *#muntytöt* *#enselviäisilman* *#elämäjatkuu* *#horsepower*, ovat päivityksen teemaa koskevia kommentteja. Ne kertovat lukijalle implisiittisesti päivittäjän tunteista päivityksen käsittelemää aihetta kohtaan. Hashtagketjun viimeinen hashtagi, *#finland*, saa mahdollisen toisiin päivityksiin linkittävän funktionsa lisäksi funktion maantieteellisenä tagina, kertoen lukijalle ratsastuksen tapahtuvan Suomessa.

Esimerkissä (5) kuvassa on huone, jonka katossa roikkuu täytettyjä lintuja. Päivityksen yläteema on kuvassa näkyvä ”erilainen mutta ihastuttava” lounaspaikka.

---

<sup>5</sup> Hevosterapia on ratsastusterapeutin ja terapiahevosen kanssa toteutettu esimerkiksi psyykkinen kuntoutus (ks. esimerkiksi <https://suomenratsastusterapeutit.fi/ratsastusterapia/>).



(5) Kyllä tässä huoneessa ois kelvannut lounasta syödä. Aika erilainen mutta ihastuttava.  
#tertinkartano #mikkeli #matkallasuomessa #kesäloma #kesäloomareissu  
#tänneudestaan #pääsiöinen #täytettyeläin #täytettylintu #erilainenlounaspaikka  
#kartano

Hashtagketjussa remaattiset hashtagit kommentoivat tavalla tai toisella päivityksen yläteemaa. Remaattiset hashtagit #tertinkartano #mikkeli #matkallasuomessa #kesäloma ja #kesäloomareissu kertovat lukijalle, missä tämä kuvassa näkyvä ”erilainen mutta ihastuttava” huone sijaitsee, eli Tertin Kartanossa Mikkelissä, ja että tämä huone on koettu kesäloman aikana Suomessa matkaillessa. Remaattinen hashtagi #tänneudestaan on implisiittinen emotiivinen kommentti: päivityksen tekijä piti niin paljon tästä erilaisesta lounaspaikasta, että hän haluaisi palata sinne myös uudestaan.

Hashtagketju voi olla myös nollateemainen, eli sen ei tarvitse sisältää temaattisia hashtageja. Hashtagketju voi siis koostua ainoastaan remaattisista hashtageista. Koska koko päivityksellä on pysyvä teema, käsittelevät kaikki päivityksen osat samaa teemaa. Esimerkissä (6) päivityksessä on kuvassa teeleiپی ja peruskuvateksti ”teeleivät”.

(6) teeleivät  #yläasteenkotitalous #helppoaleivontaa

Vaikka hashtagketjussa ei ole temaattisia hashtageja, tulkitaan hashtagketjun remaattiset hashtagit #yläasteenkotitalous ja #helppoaleivontaa kommentteiksi päivityksen teemalle, eli teeleiville: teeleipien resepti on yläasteen kotitaloustunneilta, ja niitä on helppo leipoa.

Remaattiset hashtagit edustavat hashtagketjussa uutta informaatiota. Remaattisilla hashtageilla kommentoidaan teemaa ja annetaan siitä lisää informaatiota. Remaattisilla hashtageilla voidaan myös ilmaista päivityksen teemaan liittyviä tunteita. Näin ollen niillä on temaattisia hashtageja korkeampi informaatioarvo. Totesin edellisessä luvussa, että päivityksen osat kytkeytyvät toisiinsa ja että Instagram-päivityksillä on pysyvä teema, eli kaikki päivityksen osat käsittelevät samaa teemaa. Hashtagketjun remaattiset, teemaa kommentoivat hashtagit kommentoivat päivityksen yläteemaa, vaikka sitä ei hashtagketjussa ole korostettu tai eksplikoitu temaattisten hashtagien avulla. Koska hashtagketjussa on kyse lyhyestä ja rajatusta tekstistä, on oletettavaa, että lukija tulkitsee uutta informaatiota sisältävien remaattisten hashtagien kommentoivan päivityksen teemaa, vaikka sitä ei ole eksplikoitu hashtagmuodossa hashtagketjussa.

### 3.3 Metatekstuaaliset hashtagit

Temaattisten, päivityksen teemaa toistavien ja korostavien hashtagien ja remaattisten, teemaa kommentoivien, hashtagien lisäksi hashtagketjuissa esiintyy metatekstuaalisia hashtageja, jotka eivät kommentoi suoranaisesti päivityksen teemaa, vaan itse päivitystä. Esimerkin (7) kuva on käyttäjän ottama selfie. Kuvateksti kertoo käyttäjän leikkauttaneen hiuksensa.

(7) Sinne läks tukka! Kuin kotiin olis palannu kun muutaman vuoden liehuletin jälkeen niska saa taas hengittää. 😊 #tukkalähti #parturissa #selfie #moontäs

Hashtagketjun kaksi viimeistä hashtagia, *#selfie* ja *#moontäs*<sup>6</sup>, eivät ole päivityksen teemaa kommentoivia tageja, vaan niillä kommentoidaan päivityksen kuvatyyppejä, eli että kyseessä on henkilön omasta itsestään ottama kuva, selfie.

Esimerkissä (8) hashtagketjun hashtagien funktio on ohjata lukijan tulkintaa päivityksen sävystä.

(8) Tämä heräsi talviuniltaan ja karkasi ravintolasta. #kevätrieha #whatanimalisthis #runaway #missäonlähinavocadopasta

Päivityksen teema on kadulla makaava avokado. Hashtagketjun kaikki hashtagit, *#kevätrieha* *#whatanimalisthis* *#runaway* ja *#missäonlähinavocadopasta*, toimivat tässä tapauksessa päivityksen merkityksen laajentajina antamalla sille humoristisen sävyn (ks. myös Rosenberg 2019: 130). Hashtagit kommentoivat päivitystä antamalla sen teemasta lisäinformaatiota. Kommenttien avulla rakennetaan päivityksen tyyliä, tässä tapauksessa huumoria. Metatekstuaalisten hashtagien pääfunktio on siis auttaa lukijaa tulkitsemaan päivitys kirjoittajan haluamalla tavalla. Metatekstuaaliset hashtagit kommentoivat ja antavat lisätietoa itse päivityksestä. Tämänäyttymiset hashtagit jäävät siis perinteisen teema–reema–jäsenyyden ulkopuolelle.

#### 4 Kokoavaa tarkastelua

Olen tarkastellut artikkelissani suomenkielisissä Instagram-päivityksissä esiintyvien hashtagketjujen informaatorakennetta. Olen tutkinut päivityksiä aikuisten käyttäjien henkilökohtaisilta tileiltä, joiden käyttötarkoitus on oman elämän dokumentointi ja jakaminen. Aineistoni koostui päivityksistä, joiden rakenne oli kuva + peruskuvateksti + hashtagketju. Tutkimukseni osoittaa, että Instagram-päivitysten kuvatekstien hashtagketjujen hashtagit eivät ole sattumanvaraisia, vaan ne jäsenyvät teemaan, reemaan ja metatekstuaalisiin hashtageihin. Hashtagketjuissa informaatio siis jakautuu annettuun ja uuteen informaatioon. Päivitykselle on tulkittavissa kuvan ja peruskuvatekstin avulla yläteema, joka jatkuu läpi koko päivityksen. Hashtagketjussa esiintyvät temaattiset hashtagit toistavat ja korostavat sekä eksplikoivat päivityksen yläteemaa. Ne edustavat annettua informaatiota, joka on löydettävissä hashtagketjua edeltävästä peruskuvatekstistä ja kuvasta. Remaattiset hashtagit edustavat puolestaan uutta informaatiota. Ne kertovat jotain lisää teemasta. Remaattisten hashtagien avulla päivittäjä voi esimerkiksi antaa lukijalle lisää informaatiota päivityksen teemasta tai ilmaista päivityksen teemaan liittyviä tunteita. Hashtagketjuissa esiintyy myös tageja, jotka eivät ole temaattisia eivätkä remaattisia. Nämä hashtagit eivät siis toista tai kommentoi teemaa,

---

<sup>6</sup> Moontäs on pohjanmaan murteen vastine sanalle selfie (ks. esimerkiksi Leiwo 2014).

vaan ne kommentoivat itse päivitystä. Näiden metatekstuaalisten tagien funktio on ensisijaisesti kommentoida päivityksen tyyliä, esimerkiksi ilmaista huumoria, ja näin ollen helpottaa lukijan tulkintaa.

Tutkimukseni valottaa osaltaan aikuisten arkista kielenkäyttöä Instagramissa. Tässä tutkimuksessa olen keskittynyt nimenomaan peruskuvatekstin jälkeen tulevan hashtagketjun rakenteeseen. Tarkasteluni perusteella suomenkieliset käyttäjät jäsentevät hashtagketjun hashtagit perinteisen teema–reema-jäsennyksen mukaan. On siis oletettavaa, että käyttäjien kieli-intuitio ohjaa myös hashtagketjun hashtagien sisältöä ja järjestystä. Metatekstuaaliset hashtagit kuitenkin jäävät tämän jäsennyksen ulkopuolelle. Tämän tutkimuksen perusteella vaikuttaa siltä, että sosiaalisen median kirjoitetulle kielelle tarvitaan informaatorakenteen analyysiin oma, sille muokattu analyysimalli, jossa otetaan huomioon myös metatekstuaaliset kommentit, joita sosiaalisessa mediassa voidaan käyttää esimerkiksi korvaamaan sanatonta viestintää, kuten intonaatiota ja eleitä, joka kirjoitetusta kielestä puuttuu. Lisätutkimusta tarvittaisiin syventämään artikkelissani esittämiin havaintoihin perustuvaa analyysia ja laajentamaan perinteinen kaksijakoinen informaatorakenteen malli kolmijakoiseksi Instagram-päivitysten informaatorakenteen analysoimista varten.

## Lähteet

- Arnold, Jennifer E., Kaiser, Elsi, Kahn, Jason M. & Kim, Lucy K. 2013: Information structure: Linguistic, cognitive and processing approaches. *WIREs Cogn Sci* 4, 403–413. <https://doi.org/10.1002/wcs.1234>.
- Caple, Helen 2018: Analyzing the multimodal text. Teoksessa Charlotte Taylor & Anna Marchi (toim.) *Corpus Approaches to Discourse. A Critical Review*, 85–109. London: Routledge.
- Daneš, František 2015 [1974]: Functional sentence perspective and organization of the text. Teoksessa František Daneš (toim.) *Papers on functional sentence perspective*, 106–128. Berlin: DeGruyter, Inc.
- Firbas, Jan 1987: On the definition of the theme in functional sentence perspective. Teoksessa René Dirven & Vilém Fried (toim.) *Functionalism in linguistics*. Amsterdam: John Benjamins.
- Fossheim, Hallvard & Ingierd, Helene (toim.) 2015: *Internet Research Ethics*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.17585/noasp.3.1>.
- Georgakopoulou, Alexandra 2007: *Small stories, interaction and identities*. Amsterdam: John Benjamins.
- Giaxoglou, Korina 2018: #JeSuisCharlie? Hashtags as narrative resources in contexts of ecstatic sharing. *Discourse, Context & Media* 22, 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.07.006>.

- Halliday, Michael & Matthiessen, Christian 2004: *An introduction to functional grammar*, 3<sup>rd</sup> ed. London: Arnold.
- Heyd, Theresa & Puschmann, Cornelius 2017: Hashtagging and functional shift: adaptation and appropriation of the #. *Journal of Pragmatics* 116, 51–63.  
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2016.12.004>.
- Highfield, Tim 2018: Emoji hashtags // hashtag emojis: of platforms, visual affect, and discursive flexibility. *First Monday* 23 (9). <https://doi.org/10.5210/fm.v23i9.9398>.
- Instagram 2020: *Terms of use*. <https://help.instagram.com/581066165581870>.  
 [luettu 20.1.2020].
- ISK 2004 = Hakulinen, Auli, Vilkuna, Maria, Korhonen, Riitta, Koivisto, Vesa, Heinonen, Tarja & Alho, Irja: *Iso Suomen kielioppi*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Kosonen, Miia, Laaksonen, Salla-Maaria, Rydenfelt, Henrik & Terkamo-Moisio, Anja 2018: Sosiaalinen media ja tutkijan etiikka. *Media & Viestintä* 41 (1), 117–124.  
<https://doi.org/10.23983/mv.69924>.
- Kress, Gunther 2009: What is mode? Teoksessa Carey Jewitt (toim.) *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, 54–67. London: Routledge.
- Kress, Gunther 2010: *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Kunneman, Florian, Liebrecht, Christine, van Mulken, Margot & van den Bosch, Antal 2015: Signaling sarcasm: from hyperbole to hashtags. *Information Processing & Management*, 51 (4), 500–509. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2014.07.006>.
- Lambrecht, Knud 1994: *Information structure and sentence form: Topic, focus and the mental representations of discourse referents*. Cambridge: University Press.
- Lee, Carmen & Chau, Dennis 2018: Language as pride, love and hate: archiving emotions through multilingual Instagram hashtags. *Discourse, Context & Media* 22, 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.06.002>.
- Leiwo, Hanna 2014: *Ittie, pläsi vai moontäs?* <https://yle.fi/uutiset/3-7205121>.  
 [luettu 8.2.2020].
- Markham, Annette & Buchanan, Elizabeth 2012: *Ethical decision-making and internet research: Recommendations from the AoIR ethics working committee (version 2.0)*.  
<http://aoir.org/reports/ethics2.pdf>.
- Matley, David 2018: “This is NOT a #humblebrag, this is just a #brag”: the pragmatics of self-praise, hashtags and politeness in Instagram posts. *Discourse, Context & Media* 22, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.07.007>.
- Messina, Chris 2007: *Groups for Twitter; or a proposal for Twitter tag channels*.  
<https://factoryjoe.com/2007/08/25/groups-for-twitter-or-a-proposal-for-twitter-tag-channels/>. [luettu 20.1.2021].
- Rauschnabel, Philip A., Sheldon, Pavica & Herzfeldt, Erna 2019: What motivates users to hashtag on social media? *Psychology & Marketing* 36 (5), 473–488.  
<https://doi.org/10.1002/mar.21191>.

- Rosenberg, Jutta 2019: Hashtagit merkityksien rakentajina suomenkielisissä Instagram-päivityksissä. Teoksessa Maria Kok, Henna Massinen, Ilja Moshnikov, Esa Penttilä, Susanna Tavi & Laura Tuomainen (toim.) *Pidetään kielet elävinä – Keeping languages alive – Piemmö kielet elävinny*. AFinLAN vuosikirja 2019. Suomen soveltavan kielitieteen yhdistyksen julkaisuja n:o 77, 120–134. <https://doi.org/10.30661/afinlavk.78171>.
- Scott, Kate 2015: The pragmatics of hashtags: inference and conversational style on Twitter. *Journal of Pragmatics* 81, 8–20. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.03.015>.
- Scott, Kate 2018: “Hashtags work everywhere”: the pragmatic functions of spoken hashtags. *Discourse, Context & Media* 22, 57–64. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.07.002>.
- Sheldon, Pavica, Bryant, Katherine 2016: Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior* 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>.
- Shore, Susanna. 2008: Lauseiden tekstuaalisesta jäsennyksestä. *Virittäjä* 112 (1), 24–65. <https://journal.fi/virittaja/article/view/40639>.
- SVT 2020: *Suomen Virallinen Tilasto: Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö*. Helsinki: Tilastokeskus. [http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi\\_2020\\_2020-11-10\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html). [luettu 20.01.2021].
- Tsur, Oren & Rappoport, Ari 2012: What’s in a hashtag? Content based prediction of the spread of ideas in microblogging communities. *WSDM’12 Proceedings of the fifth ACM international conference on Web search and data mining*, 643–652. <https://doi.org/10.1145/2124295.2124320>.
- Wilkinson, David & Thelwall, Mike 2011: Researching personal information on the public web. *Social Science Computer Review* 29 (4), 387–401. <https://doi.org/10.1177/0894439310378979>.
- Wikström, Peter 2014: #srnotfunny: communicative functions of hashtags on Twitter. *SKY Journal of Linguistics* 27, 127–152. <http://www.linguistics.fi/julkaisut/SKY2014/Wikstrom.pdf>.
- Zappavigna, Michelle 2018: *Searchable talk: hashtags and social media metadiscourse*. London: Bloomsbury.
- Zimmer, Michael & Kinder-Kurlanda, Katharina (toim.) 2017: *Internet research ethics for the social age: new challenges, cases, and contexts*. New York: Peter Lang Publishing.
- Östman, Sari & Turtiainen, Riikka 2016: From research ethics to researching ethics in an online specific context. *Media and Communication* 4 (4), 66–74. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i4.571>.

## **About the author**

Jutta Rosenberg is a PhD candidate in Finnish language at Åbo Akademi University. Her research interests are language use on social media and especially hashtag use on Instagram.

E-mail: [jurosenb@abo.fi](mailto:jurosenb@abo.fi).