

Artikkeli



VERTAISARVIOITU
KOLLEGIALT GRANSKAD
PEER-REVIEWED
www.tsv.fi/tunnus

Symbolisen konvergenssin teoria Twitter-tutkimuksen välineenä: tapaus #nokia

Tarinat ovat osa sosiaalisia todellisuuksia, jotka rakentuvat ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Näistä tarinoista yhä useampi syntyy nykyään sosiaalisessa mediassa, koska sen merkitys ihmisten vuorovaikutukselle kasvaa jatkuvasti. Tässä artikkelissa pyrimme osoittamaan tarinoita fantasiaiksi kutsuvan symbolisen konvergenssin teorian tarjoamat mahdollisuudet viestinnän tutkimukselle. Sovellamme teoriaa sosiaalisen median palvelu Twitteriin. Keskitymme niin sanottuun #nokia-keskusteluun, jota käytiin Twitterissä Nokian ja Microsoftin välisen yrityskaupan julkistamisen jälkeen syyskuussa 2013. Esittelemme teoriaa ja analysoimme keskustelua rinnakkain teorian keskeisten käsitteiden kautta. Lopuksi arvioimme teoriaa ja mahdollisuuksia hyödyntää sitä viestinnän tutkimukseen myös jatkossa.

AVAINSANAT: fantasiat, tarinat, symbolisen konvergenssin teoria, Twitter

Nokian matkapuhelinliiketoiminnan myyminen yhdysvaltalaiselle Microsoftille on herättänyt Suomessa valtavan määrän julkista keskustelua ja tunteita. Yrityskaupasta tiedotettiin syyskuussa 2013, ja tämän jälkeen alkoi spekulatio muun muassa toimitusjohtaja Stephen Elopin roolista niin sanottuna Troijan hevosenä. Esimerkiksi sosiaalisen median palvelu Twitterissä keskustelu aiheesta yltyi hyvinkin värikkääksi.

Troijan hevosen kaltaisia tarinallisia aineksia esiintyy kaikessa viestinnässä jatkuvasti ja niiden voidaan ajatella muodostavan ihmisten jakaman sosiaalisen todellisuuden. Tässä artikkelissa pyrimme osoittamaan, että näitä tarinoita ja tarinallisia aineksia eli fantasioita voidaan eritellä symbolisen konvergenssin teorian avulla. Teorian tuella voidaan muun muassa arvioida fantasioita jakavien ihmisten maailmankuvia ja tulkita heidän tunteitaan. Lisäksi sen avulla voidaan arvioida, miksi mikäkin fanta-

sia vetoaa ihmisiin. Artikkelin tavoitteena on paitsi esitellä symbolisen konvergenssin teorian keskeisiä käsitteitä myös havainnollistaa teorian hyödyntämistä analyysiin, osoittaa teorian käyttökelpoisuus viestinnän tutkimuksessa ja arvioida teorian vahvuuksia ja heikkouksia.

Teoriaa sovelletaan #nokia-keskusteluun eli aineistoon, joka koostuu Twitterissä aikavälillä 3.9.–10.9.2013 julkaistuista, avainsanan #nokia sisältävistä twiiteistä. Aineisto siis kattaa keskustelun kahdeksalta Nokian ja Microsoftin välisen yrityskaupan julkistamisen jälkeiseltä päivältä. Aineisto kerättiin Twitterin omalla hakutoiminnolla. Toisinaan Twitter-aineiston keräämiseen suositellaan niin sanottua ohjelmoitua keräämistä (ks. Laaksonen & Matikainen 2013, 203). Tämän tutkimuksen aineistoa ei kuitenkaan ollut mahdollista kerätä ohjelmoidusti, koska suomenkieliset twiitit haluttiin erottaa muunkielisistä twiiteistä. Aineistoon sisältyy yhteensä 1471 uniikkia twiittiä. Aineisto ei sisällä Twitterin uudelleentwiittaustoiminnolla julkaistuja, käyttäjien toisiltaan lainaamia twiittejä.

Symbolisen konvergenssin teoriaa on hyödynnetty laajalti viestinnän tutkimuksessa (ks. Bormann ym. 2001; Cragan & Shields 1981), mutta tutkimus on pääsääntöisesti melko vanhaa ja internetin kontekstiin sijoittuvaa tutkimusta on varsin vähän. Twitter onkin symbolisen konvergenssin teoriaa hyödyntävässä fantasiatutkimuksessa uusi aluevaltaus, vaikka se on herättänyt kiinnostusta jo aiemmin (ks. Hopkins 2011).

Twitter-tutkimukseen on myös yleisesti ottaen kaivattu uusia teoreettisia näkökulmia. Tähänastinen tutkimus on paljolti kuvailevaa, ja vahvemmin teoriaan pohjautuvien kysymysten on ajateltu johtavan kiinnostavampiin näkökulmiin Twitteristä (Hardin 2014). On myös sanottu, että Twitter-tutkimus on painottunut twiittien julkaisuuteen ja määrään tarkasteluun, mutta twiittien sisältöjä on tutkittu vähemmän (McKinney ym. 2014). Sen sijaan, että tutkitaan käyttäjien twiittejä pintapuolisesti, olisi tarve nähdä sanojen taakse ja löytää uusia näkökulmia viestinnän tarkastelemiseen. Koska symbolisen konvergenssin teorian avulla voidaan pureutua twiittien sisältöihin, se tarjoaa tämänkaltaisen uuden lähestymistavan.

Vuonna 2006 perustettu Twitter on niin sanottuun sosiaaliseen mediaan lukeutuva verkkopalvelu, jonka tarkoitus on julkaista sisältöä sekä julkaisijan tuntemille että vieraille käyttäjille (Murthy 2013, 9). Palvelun käyttäjät voivat julkaista 140 merkin pituisia julkisia viestejä eli twiittejä (*tweet*) ja olla niiden avulla keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Twitterillä on Suomessa arviolta lähes 300 000 käyttäjää (Nummela 2015). Maailmanlaajuisesti kuukausittaisia aktiivikäyttäjiiä on 288 miljoonaa (Twitter 2015).

Ristikkomerkki (#) on olennainen osa vuorovaikutusta Twitterissä. Lisäämällä ristikkomerkin haluamansa sanan ensimmäiseksi merkiksi käyttäjä tekee siitä avainsanan (*hashtag*), joka voi viitata esimerkiksi johonkin puheenaiheeseen tai tapahtumaan. Avainsanojen perustella twiittejä voidaan myös etsiä, luokitella ryhmiin ja linkittää toisiinsa. Havainnollistavan esimerkin avainsanojen hyödyntämisestä tarjoavat vuoden 2014 jalkapallon maailmanmestaruuskilpailut, joista keskustellessaan monet Twitter-käyttäjät hyödynsivät avainsanaa #worldcup2014.

Symbolisen konvergenssin teorian mukaan fantasiat syntyvät ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Siksi Twitterissä tapahtuvaa viestintää tarkastellaan tässä artik-

kelissa ihmisten välisenä vuorovaikutuksena (esim. Rafaeli 1988). Näin tehdään ero myös teknologian ominaisuudeksi ymmärrettyyn vuorovaikutteisuuteen, jota eri teknologioilla on tapauskohtaisesti joko vähemmän tai enemmän (Rafaeli & Ariel 2007).

Murthyn (2013, 3) mukaan avainsanat järjestävät Twitter-käyttäjien välistä vuorovaikutusta keskusteluiksi. Vuorovaikutuksen olemassaolo Twitterissä ei kuitenkaan ole kiistaton asia, sillä sen kyseenalaistavia näkemyksiäkin on esitetty (ks. esim. Jones 2014; Ross ym. 2011). Usein näissä näkemyksissä toisten käyttäjien mainitsemista twiiteissä on pidetty keskeisenä vuorovaikutuksen kriteerinä. Boydia (2009) mukaillen voidaan kuitenkin väittää, ettei vuorovaikutus ole pelkästään suoraan puhuttelemista ja kysymyksen esittämistä. Myös niitä hienovaraisemmilla viesteillä on merkitystä. Twitterissä tapahtuvan vuorovaikutuksen kyseenalaistamista pelkästään siksi, että käyttäjät eivät esimerkiksi mainitse aina muita käyttäjiä, voidaan pitää vuorovaikutuksen käsitteen liiallisena yksinkertaistamisena.

Twiittien tutkimiseen liittyy tutkimuseettistä epävarmuutta, sillä yksityisyys Twitterissä ei ole yksiselitteinen asia. Markhamin (2012, 337) mukaan yksityisyyttä voidaan tulkita internetin kontekstissa niin monella tavalla, että päätöksiä täytyy tehdä tapauskohtaisesti. Tämän artikkelin aineistoon kuuluvat twiitit voidaan nähdä julkisiksi ja tutkimuskäyttöön soveltuviksi. Koska Twitter on sisältöjen julkisuuden osalta erityisen avoin verkkopalvelu, voidaan olettaa, että käyttäjät eivät julkaise suosittuun avainsanan sisältäviä twiittejä, jos niitä ei ole tarkoitettu kaikkien muiden käyttäjien luettaviksi (ks. Murthy 2013, 1–13). Käyttäjien anonymiteettia kuitenkin pyrittiin suojelemaan poistamalla kaikista artikkeleissa julkaistavista twiiteistä käyttäjien tunnistetiedot. Twitterin julkisen luonteen takia on kuitenkin mahdollista, että twiitit voidaan yhdistää niiden julkaisijoihin tästä huolimatta.

Symbolisen konvergenssin teoria

Symbolisen konvergenssin teorian (*Symbolic convergence theory*) on kehittänyt Ernest Bormann. Hänen mukaansa teorian ytimessä on ihmisten välinen vuorovaikutus ja teoria tarkastelee viestintäprosesseja, joilla ihmiset rakentavat henkilökohtaisista fantasioistaan ja merkityssisällöistä kaikille yhteisiä symbolien järjestelmiä (Bormann 1980). Hieman yksinkertaistaen voidaan sanoa, että teoria tarkastelee ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa esiintyviä fantasioita eli tarinoita ja tarinallisia aineksia sekä niiden suhdetta erilaisiin ihmisryhmiin. Teorian tavoitteena on selittää ryhmätietoisuutta, johon kuuluu fantasioiden avulla jaettuja tunteita, toiminnan syitä ja merkityksiä (Bormann 1985a, 128).

Symbolinen konvergenssi tarkoittaa, että ryhmä jakaa fantasian (Bormann 1972). Merkkejä symbolisesta konvergenssista ovat esimerkiksi eri viesteissä ja asiayhteyksissä jatkuvasti esiintyvät henkilöhahmot, sanaleikit ja analogiat (emt., 401–402). ”Symbolinen” viittaa fantasioiden vertauskuvalliseen ja merkityksiä sisältävään oleukseen. ”Konvergenssi” puolestaan viittaa siihen, että eri ihmisten tapa antaa tarinoille samanlaisia merkityksiä lähentää edelleen heidän käsityksiään toisiinsa.

Symbolisen konvergenssin teorian perustana on käsite fantasia (*fantasy*). Sitä ei pidä sekoittaa sanan arkikieliseen muotoon, joka viittaa johonkin kuvitteelliseen tai epätodelliseen asiaan, vaikka symbolisen konvergenssin teoriassakin fantasia voi olla myös kuvitteellinen (Bormann 1985b, 5). Fantasia on viesti, johon sisältyy vähintään yksi sanaleikki, kaksimerkityksinen ilmaus, kielikuva, analogia tai muu vastaava elementti (emt., 4). Fantasiaa käytetään symbolisen konvergenssin teorian yhteydessä yleiskäsitteenä, jolla voidaan viitata kaikkiin tämänkaltaisiin fantasioihin. Teorian analyttiseen hyödyntämiseen vaaditaan lisäksi muita käsitteitä, joista keskeisimpiä ovat fantasia-aihe ja retorinen näkemys. Tässä artikkelissa teoriaa ja aineistoa lähestytään ensisijaisesti näiden kolmen Bormannin (1972) käsitteen – fantasian, fantasia-aiheen ja retorisen näkemyksen – avulla.

Teorian perustana on fantasia-aiheiden analyysi, jonka avulla fantasioita tulkitaan. Bormannin (1972) mukaan analyysi etenee seuraavasti: aineisto kerätään viestinnän sisällöstä, sen jälkeen kuvaillaan aineiston jaetut tarinalliset ainekset, etsitään toistuvien aineiden muodostamia fantasia-aiheita ja rekonstruoidaan niistä retorinen näkemys. Kun retorisen näkemyksen ja retorisen yhteisön olemassaolo on todettu, voidaan lisäksi tehdä arvio ihmisten sosiaalisesta todellisuudesta (Bormann 1985b, 3–4). Myös tässä artikkelissa aineistosta etsittiin keskenään samankaltaisia ja toistuvia tarinallisia aineksia. Niiden perusteella tulkittiin yhteensä 21 käyttäjien jakamaa fantasia-aihetta. Tämän jälkeen fantasia-aiheista pyrittiin löytämään niitä yhdistäviä merkityksiä ja aihealueita, joiden perusteella muodostui yhdeksän erilaista retorista näkemystä. Sekä fantasia-aiheista että retorisisista näkemyksistä voidaan kuitenkin esitellä tässä artikkelissa vain osa. Myöskään pitkälle menevä käyttäjien sosiaalisten todellisuuksien arviointi ei sisälly tämän artikkelin tarkasteluun.

Symbolisen konvergenssin teoriaa voidaan pitää osana narratologiaa eli tarinoiden tutkimusta, jos narratiivi ymmärretään tarinan synonyymiksi. Symbolisen konvergenssin teoria ei ole kuitenkaan sama asia kuin narratologian teoria, josta on kirjoittanut esimerkiksi Bal (1997). Molemmat teoriat perustuvat tarinoiden analyysiin, mutta symbolisen konvergenssin teoria on narratologian teoriaa kiinnostuneempi sosiaalisista ja symbolisista todellisuuksista, joita muodostuu ihmisten jakaessa tarinoita – siis vuorovaikutuksesta. Viime kädessä symbolisen konvergenssin teorian tavoitteena on selittää ryhmätietoisuutta (Bormann 1985a, 128).

Twitterissä käytetyt avainsanat kuten #nokia muistuttavat muodoltaan fantasioita, sillä sekä fantasia-aiheita että retorisia näkemyksiä voidaan tiivistää avainsanoihin (ks. Bormann 1985a, 131–133). Twitterissä avainsanat myös liittävät samaa avainsanaa hyödyntäviä käyttäjiä toisiinsa. Tämä voidaan rinnastaa fantasioiden jakamiseen, mutta ei täysin. Fantasian jakaminen tarkoittaa, että ihmiset ovat fantasiasta samaa mieltä ja hyväksyvät sen (Bormann 1972). Twitterissä käyttäjät voivat kuitenkin olla avainsanan merkityksestä täysin eri mieltä (Small 2011). Avainsanat liittyvät olennaisesti myös muihin Twitterin ominaisuuksiin, kuten ryhmien muodostumiseen (Jones 2014; Papacharissi ym. 2012). Twitterin avainsanoihin perustuvat ryhmät voidaankin rinnastaa niin sanottuihin retorisiin yhteisöihin (ks. Bormann 1985a).

Fantasioiden jakaminen muodostaa fantasia-aiheita

Symbolisen konvergenssin teoriassa fantasian jakaminen tarkoittaa, että ihmisillä on keskenään samanlainen käsitys fantasian sisällöstä (Bormann 1972). Fantasian jakavat ihmiset siis ymmärtävät ja hyväksyvät kyseisen fantasian ja ovat siitä samaa mieltä. Fantasian jakamista ei pidä ymmärtää sen aktiivisena jakamisena eteenpäin ihmiseltä toiselle. Siitä symbolisen konvergenssin teoriassa käytetään käsitettä *leviäminen* (*chaining*). Toisinaan yhden ihmisen luoma yksittäinen fantasia vetoaa myös muihin ja leviää ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Tällöin yksittäisestä fantasiasta tulee fantasia-aihe (*fantasy theme*).

Fantasia-aiheen määritelmästä on esitetty hieman toisistaan poikkeavia näkemyksiä. Yhden määritelmän mukaan fantasia-aihe syntyy ihmisten jakaessa fantasian, joka selittää esimerkiksi heidän kokemuksiaan, toiveitaan tai pelkojaan (Bormann 1985a, 129–130). Toisen määritelmän mukaan fantasia-aihe syntyy, kun vähintään kaksi ihmistä luo yhdestä tai useammasta viestistä tarinan, jossa on yhtenäinen näkökulma (Bormann ym. 1978, 317). Kolmannen määritelmän mukaan tarinallisia aineksia sisältävän viestin sisältöä kutsutaan fantasia-aiheeksi, kun se saa aikaan vastausten ja tunteiden ketjureaktion (Bormann 1985a, 131). Neljännen määritelmän mukaan fantasia-aihe on paitsi ryhmän jakama myös toistuvasti esiintyvä tarina (Duffy 2003, 293).

Eroavaisuuksistaan huolimatta määritelmiä ei pidä nähdä ristiriitaisina tai toisensa poissulkevinä, vaan pikemminkin toisiaan täydentävinä näkemyksinä. Tätä näkökulmaa tukee se, että määritelmät ovat enimmäkseen teorian kehittäjän itsensä laatimia. Symbolisen konvergenssin teoriassa ei siis ole onnistuttu määrittelemään fantasia-aiheen käsitettä yksiselitteisesti. Yhteistä kaikille määritelmille kuitenkin on, että fantasia-aihe on ryhmän jakama fantasia eli ryhmän jäsenet tulkitsevat sen samalla tavalla. Toinen tärkeä huomio on, että fantasia-aihe syntyy ja ilmenee vuorovaikutuksessa. Ihmisillä voi olla täysin samanlaisia fantasioita toisistaan riippumatta, mutta niistä tulee fantasia-aihe vasta, kun ihmiset ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Näin yksilöistä syntyy ryhmä, joka voi olla käytännössä mikä tahansa jonkinlaiseen viestintätilanteeseen osallistuva yksilöiden joukko, esimerkiksi mediayleisö (Bormann 1972, 398).

Käytännön tilanteissa ihmiset viittaavat fantasia-aiheeseen usein symbolisella vihjeellä (*symbolic cue*) (Bormann 1985a, 131–132). Tämä voi olla tarkoituksenmukaista tilanteessa, jossa fantasia-aihe on liian laaja tai vaikea selitettäväksi kokonaisuudessaan. Bormannin (1985b) mukaan fantasia-aiheen jakavien ihmisten muistissa on merkityssisältöjä ja tunteita, jotka voidaan laukaista symbolisella vihjeellä. Käytännössä symbolinen vihje on jokin avainsana, sanonta tai muu viesti, kuten sisäpiirivitsi (Bormann ym. 1978, 318). Twitterin kontekstissa avainsanat voidaan nähdä symbolisina vihjeinä.

Fantasia-aihe koostuu erilaisista tarinallisista aineksista, kuten henkilöhahmoista ja toiminnan oikeuttavasta tekijästä (Bormann 1972, 401). Henkilöhahmojen piirteitä voidaan kuvailla, niiden toiminnalle voidaan esittää syitä, niitä voidaan esittää teke-

mässä jotakin tai ne voidaan asettaa johonkin tiettyyn asemaan tai paikkaan (Shields 1981, 6). Henkilöhahmot voivat olla mielikuvitukseen perustuvia satuhahmoja tai todellisia henkilöitä, jotka ryhmä tuntee ennestään (Bormann 1985a, 129–130). Fantasian juoni eli tapahtumien kulku syntyy henkilöhahmojen toiminnan kautta.

Tarinallisista aineksista oikeuttava tekijä (*sanctioning agent*) on usein vähiten ilmeinen osa fantasiaa. Sillä on kuitenkin keskeinen merkitys fantasioissa, koska sen on väitetty olevan perimmäinen syy fantasian jakavien yksilöiden toiminnalle (ks. Shields 1981, 7). Nimensä mukaisesti oikeuttava tekijä oikeuttaa fantasian tapahtumat ja ole-massaolon. Oikeuttava tekijä voi olla esimerkiksi jumalan kaltainen ylempi voima (Bormann 1972, 401). Yleensä jumalalla tai ylemmällä voimalla viitataan johonkin aktiiviseen toimijaan. Fantasian oikeutus ei kuitenkaan varsinaisesti edellytä aktiivista toimintaa ja konkreettista luvan myöntämistä jonkinlaiselle toiminnalle. Esimerkiksi oikeudenmukaisuus tai demokratia voivat olla oikeuttavia tekijöitä siinä missä jumalakin (Shields 1981, 7), vaikka ne eivät olekaan aktiivisia toimijoita. Oikeuttavan tekijän voidaan siis ajatella olevan taho tai ajatus, joka perustelee fantasian hyväksyttävyyttä ja johon fantasian jakaneet ihmiset voivat vedota.

Tämän artikkelin aineistona olleesta #nokia-keskustelusta tulkittiin useita erilaista fantasia-aihetta. Niistä yksi liittyi Nokian toimitusjohtaja Stephen Elopiin ja hänen rooliinsa yrityskaupan toteutumisessa. Tässä Elop-fantasia-aiheessa käytettiin monia erilaisia kielikuvia, joista yleisin oli "Troijan hevonen":

Nokian puhelimet historiaa. #nokia #troijanhevonen #elop (3.9.2013).

Troijan hevonen eikun siis Stephen Elop lavalla. #Nokia #Microsoft (3.9.2013).

"Nokian perintö jatkuu Suomessa"? Kuolleilta jää perintö. Elop - Suomen taloushistorian suurin troijanhevonen. #Nokia <http://www.hs.fi/talous/Microsoftin+Ballmer+ja+Nokian+Siilasmaa+HSlle+Nokian+perint%C3%B6+jatkuu+Suomessa/a1378171174273> (3.9.2013).

3 steps of denial: 1. "ei ole elop troijan hevonen" 2. "salaliittoteorioita" 3. "jälkiviisautta" #nokia (4.9.2013).

Kielikuvalla käyttäjät viittasivat kreikkalaisessa mytologiassa esiintyvään Troijan puuhevoseen, jonka sisälle piiloutuneina kreikkalaissotilaiden onnistui päästä Troijan kaupungin muurien sisäpuolelle. Fantasiassa siis rinnastettiin Elop huijauksen välikappaleena toimineeseen puuhevoseen ja Microsoft puolestaan kreikkalaisiin, jotka olivat puuhevosen rakentamisen ja koko huijauksen takana. Vastaavasti troijalaisten eli huijattujen asemassa fantasiassa oli Nokia. Toisaalta käyttäjien näkökulma saattoi olla, että huijatuksi tuli paitsi Nokia myös koko Suomi ja suomalaiset.

Elopista käytettiin myös muita kielikuvia, jotka olivat merkityssisällöltään hyvin samantyyppisiä kuin Troijan hevonen. Suosituin niistä oli "myyrä", jota käytetään yleisesti kuvaamaan jonkin ulkopuolisen tahon hyväksi toimivaa vakoojaa. Elop-fantasia-aiheessa myyrä eli Elop toimi Nokian sisällä Microsoftin hyväksi:

Salaliittoteoriat heräävät: Elopia väitettiin myyräksi jo vuonna 2011 <http://www.iltasanomat.fi/digi/art-1288595397394.html> #nokia #nokiagate #ripnokia (3.9.2013).

#Elop, Microsoftus pennsylvanicus, amerikanmyyrä. Lajia ei ole Suomessa, niin pääsi kai hämään, vaikka esim. korvien muoto paljastaa. #nokia (3.9.2013).

Myyrätuhot ovat lisääntyneet @yle uutiset Elopia ei mainittu. #Nokia (10.9.2013).

Myyrän ja Troijan hevosen lisäksi fantasia-aiheeseen sisältyivät kielikuvat ”desantti” ja ”Redmondin käki”.

Aikamoinen desantti tuo #Elop. Odotan, et myös Hitler kuulee #Nokia:n myymisestä ;) (3.9.2013).

Tästähän saisi oivan lastensadun: "Kun Redmondin käki laski Elop-munansa Keilaniemen pesään." #Nokia (3.9.2013).

Desantilla käyttäjät viittasivat neuvostoliittolaisiin vakoojiin, joita toimi Suomen maaperällä toisen maailmansodan aikana. Kielikuvassa Microsoft rinnastui vakoojan eli Elopin lähettäneeseen Neuvostoliittoon ja Nokia vakoilun uhrina olleeseen Suomeen. Redmondin käki puolestaan on kahdesta eri viittauksesta rakennettu kielikuva. Yhtäältä se viittaa yhdysvaltalaiseen Redmondin kaupunkiin, jossa Elopin entisen työnantajan Microsoftin pääkonttori sijaitsee. Toisaalta se viittaa käki-lintuun, joka munii toisten lintujen pesiin ja jättää poikasistaan huolehtimisen isäntälajille. Kuoriuduttuaan käenpoikanen työntää isäntälajin munat pois pesästä. Elop nähtiin siis käenpoikasena, jonka emo eli Microsoft oli muninut Nokian pesään ja joka teki Nokiassa vahingollista työtä.

Elop-fantasia-aiheen twiittejä yhdistäneeksi asiaksi nähtiin ajatus siitä, että Elop toimi Microsoftin eduksi Nokian, Suomen ja suomalaisten kustannuksella. Fantasia-aiheen tarinalliset ainekset eivät kuitenkaan olleet täysin samanlaisia kaikissa twiiteissä, koska päähenkilö Elopiin viitattiin erilaisilla kielikuvilla. Siitä huolimatta kyse oli vain yhdestä fantasia-aiheesta, sillä twiitit sisälsivät yhtenäisen näkökulman. Lisäksi twiittien juonet olivat keskenään hyvin samanlaisia ja niillä oli myös sama oikeuttava tekijä. Ilmeisesti käyttäjät pitivät Elopia huijarina ja historia oikeutti tämän näkemyksen, koska Elop tuli Nokian johtoon Microsoftilta. Ilman Elopin Microsoft-taustaa käyttäjillä ei olisi ollut perusteltua syytä väittää hänen toimineen Nokiassa Microsoftin hyväksi.

#Nokia-keskustelussa viitattiin melko usein kuolemaan ja sitä käsiteltiin kahdessa eri fantasia-aiheessa. Kuolemaan viitattiin monella eri tavalla ja kuolleen osassa oli aina Nokia. Siitä syystä Nokia olikin kuolemaan liittyneitä fantasia-aiheita yhdistävä päähenkilö. Toinen kuolemaan liittyneitä fantasia-aiheita yhdistävä tekijä oli, että niiden henkilöihahmoin ei sisällynyt merkittävää roistohahmoa, vaikka esimerkiksi Elop ja Nokiassa muun muassa pääjohtajana toiminut Jorma Ollila mainittiinkin toisinaan.

Analyttikko Nokiasta: Myyntihinta on shokeeraavan halpa. Elop: Mission accomplished. #nokia #RIP <http://www.iltasanomat.fi/digi/art-1288595389148.html> (3.9.2013).

Osti Lumia820 laitteen viimeisenä "nokia" päivänä. Tänään sitä firmaa ei ole. #Nokia #Smartdevices #RIP (3.9.2013).

Massiiviset turvatoimet eduskunnassa - Ollila juoksi toimittajia karkuun <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288596563203.html> ... #Pelkuri #ripnokia #nokia (6.9.2013).

Twiiteissä käytettiin usein avainsanaa #RIP, jonka perusteella ensimmäinen kuolemaan liittyvä fantasia-aihe nimettiin #RIP-fantasia-aiheeksi. Siihen kuuluivat myös avainsanan #ripnokia sisältäneet twiitit. Kirjainyhdistelmällä RIP käyttäjät viittasivat englanninkieliseen sanontaan *rest in peace* eli "lepää rauhassa".

#RIP-fantasia-aiheen oikeuttava tekijä liittyi yhtäältä Nokian asemaan kenties Suomen historian merkittävimpänä yrityksenä. Nokian matkapuhelimilla oli poikkeuksellisen merkittävä asema Suomessa ja suomalaisten sydämissä. Käyttäjien viittaus kuolemaan liittynee tähän, koska kuolema oli tarpeeksi tunteikas ja voimakas vertauskuva. Nokian merkittävyys suomalaisille siis oikeutti paitsi käyttäjät vertaamaan yrityskauppaa kuolemaan myös itse fantasia-aiheen olemassaolon. Toisaalta fantasia-aiheen oikeuttava tekijä oli lopullisuus ja peruuttamattomuus, joka liittyy olennaisesti kuolemaan. Vaikutti siis siltä, että fantasia-aiheen jakavien käyttäjien näkökulmasta yrityskauppa oli peruuttamaton tapahtuma, jonka jälkeen koko Nokiaa ei enää ollut olemassa. Syy siihen, miksi kuolema tuotiin esiin juuri RIP-kirjainyhdistelmän avulla, saattoi liittyä twiittien 140 merkin enimmäispituuteen ja kirjainyhdistelmän tunnettuuteen. RIP-kirjainyhdistelmässä kaikki kuolemaan liittyvä oli tiivistetty kolmeen kirjaimen ikään kuin symboliseksi vihjeeksi.

Toinen kuolemaan liittyvä fantasia-aihe #nokia-keskustelussa oli kiitos-fantasia-aihe. Twiittien sisällön osalta se oli erittäin yhtenäinen, sillä usein twiitit olivat lähes sanasta sanaan samanlaisia:

KIITOS NOKIA MATKAPUHELIMET 1984-2013 #nokia #kaikkimeni (3.9.2013).

Näitä vitsejähän piisaa. RT KIITOS NOKIA MATKAPUHELIMET 1984-2013 #nokia #kaikkimeni pic.twitter.com/uaoBzjG6Ac (3.9.2013).

Fantasia-aihe viittasi lauseeseen "Kiitos 1939–1945", jota on käytetty Suomen sotaveteraanien muistamiseen tarkoitetuissa painatuksissa. Sittenmin lauseesta on tehty monia mukaelmia erityisesti internetissä, mistä tämäkin fantasia-aihe on yksi esimerkki. Nokian ja kiitos-fantasia-aiheen tapauksessa vuosiluvut voidaan rinnastaa elinvuosiin, mikä liitti fantasia-aiheen kuolemaan. Kiitos-fantasia-aiheessa Nokia ei ollut mikä tahansa päähenkilö vaan sankarivainaja. On kuitenkin otettava huomioon, että alkuperäisen "Kiitos 1939–1945" -tunnuslauseen jälkeen syntyneet mukaemat ovat olleet parodioita alkuperäisestä ja sävyltään humoristisia. Tästä syystä kiitos-fan-

tasia-aiheen sankaruuskaan ei vaikuttanut vakavasävyiseltä, vaan pikemminkin sankaruuden parodialta. Sen takia Nokia oli enemmän antisankari kuin sankari.

Kiitos-fantasia-aiheen oikeuttavaa tekijää tarkasteltaessa huomio kiinnittyi fantasia-aiheen humoristisen ja jopa pilkallisen sävyn oikeutukseen. Fantasia-aiheen sävyn perusteella oikeuttava tekijä oli pikemminkin Nokian vuosia kestänyt ja yrityskauppaan johtanut huono menestys kuin yhtiön merkittävä asema tai yrityskaupan lopullisuus. Oikeuttavana tekijänä Nokian huono menestys selitti myös fantasia-aiheen sävyä. Kaiken kaikkiaan fantasia-aiheessa oli viitteitä siitä, että yrityskauppa oli käyttäjien näkökulmasta antisankarin tarinan tragikoominen loppu.

Nokian matkapuhelinliiketoiminnan myyntihinta oli merkittävä puheenaihe #nokia-keskustelussa ja siihen liittyviä fantasia-aiheita muodostui kaksi. Niistä ensimmäinen oli alennusmyynti-fantasia-aihe, joka nimettiin muutamissa twiiteissä käytetyn kielikuvan mukaan:

#Nokian kauppa ei ollut ylläri mutta hinta oli yllätysalhainen. Mikä oli syy #ALENNUS-MYYNTIIN? #nokia #microsoft (3.9.2013).

Melkoinen uutispäivä: #Madeleine raskaana #Nokia alennusmyynissä ja #HS uusi päätoimittaja. Mitä vielä? Joku klikkasi #mainosbanneria!?! (3.9.2013).

Kaikki fantasia-aiheen jakaneet käyttäjät eivät kuitenkaan käyttäneet kielikuvaa ”alennusmyynti”, vaan sama ajatus tuotiin esiin myös muilla tavoilla:

#Nokia n markkina-arvo 2.9. Helsingin pörssissä 11,1 mrd€ Kännykät myytiin 5,4 mrd:lla, myyntivoittoa 3,2 mrd. Halvalla lähti. #Microsoft (3.9.2013).

*Entinen jättiläinen kaatui ja pilkkahinnalla! Onnetonta tunarointia jo vuosikausia!
#nokia #microsoft #nok #msft http://gfx.svd-cdn.se/multimedia/dynamic/01026/nokia_1026858c.jpg (3.9.2013).*

Ei näytä kovin hyvältä, kun Elop tuli Microsoftilta, vei Nokian sen kylkeen, osti bisnekset halvalla ja nousee Microsoftin johtoon. #nokia (3.9.2013).

Toisinaan myyntihinnan vertailukohtana käytettiin Nokian omia yritysostoja, kuten tässä twiitissä:

#Nokia maksoi 6 vuotta sitten paikannusfirma #Navteq ista enemmän kuin #Microsoft nyt koko Nokian puhelinbisneksestä. <http://j.mp/1fvjwob> (3.9.2013).

Twiittien taustalla tulkittiin olevan ajatus siitä, että matkapuhelinliiketoiminta myytiin liian halvalla ja monissa twiiteissä alhaisen hinnan vihjattiin liittyvän epärehelliseen toimintaan. Fantasia-aiheessa ei nimetty juuri lainkaan henkilöihahmoja, minkä takia jäikin epäselväksi oliko yrityskaupasta vastuussa käyttäjien näkökulmasta

Elop, Nokia ylin johto vai jokin muu taho. Fantasia-aiheen oikeuttava tekijä oli Nokian asema suuryrityksenä. Käyttäjien näkökulmasta Nokia oli viime vuosien huonoista tuloksista huolimatta vielä suuryritys, jonka matkapuhelinliiketoiminnan myymisestä olisi pitänyt saada huomattavasti enemmän rahaa. Tätä näkökulmaa vahvisti tieto siitä, että Nokian ja Microsoftin välistä yrityskauppaa pienemmissäkin yrityskaupoissa oli liikkunut suurempia rahasummia.

Toinen myyntihintaan liittyvä fantasia-aihe oli hyväksikäyttö. Jotkut käyttäjät yhdistivät twiiteissään yrityskauppaan ja erityisesti myyntihintaan raiskauksen ja muun hyväksikäytön piirteitä. Fantasia-aiheeseen sisältyneissä twiiteissä esiintyi sävyeroja humoristisuuden osalta, mutta se ei vaikuttanut fantasia-aiheen yleissävyyneen, koska näkökulma ei muuttunut humoristiseksi.

Näin pohjoista kansaa taas raiskataan :(#suomi #nokia #winland #MM95 #MM11 <http://www.hs.fi/m/talous/Microsoft+ostaa+Nokian+puhelinvalmistuksen++Elop+j%C3%A4tt%C3%A4%C3%A4+toimitusjohtajan+ty%C3%B6t/a1378171060451> (3.9.2013).

#Katastrofi, #Microsoft vetää #Nokia a halvalla perseeseen <http://www.mtv3.fi/uutiset/talous.shtml/2013/09/1799539/microsoft-ostaa-nokian-puhelinliiketoiminnan> (sori!) (3.9.2013).

Fantasia-aiheen henkilöhaamoja olivat Microsoft, Nokia ja myös suomalaiset yleisesti. Juoni koostui yrityskaupan toteuttamisesta, mutta vertauskuvallisella tasolla, kun Microsoft käytti Nokiaa ja suomalaisia hyväkseen. Fantasia-aiheen oikeuttava tekijä oli historia, koska Nokia oli Suomen historian menestyneimpiä yrityksiä ja tästä syystä sillä oli erityistä henkistä ja kulttuurista arvoa suomalaisille. Vain muutama vuosi sitten Nokia oli maailman suurin matkapuhelinyhtiö, mutta kaikesta tästä huolimatta merkittävä osa yhtiötä myytiin verrattain pienellä summalla Microsoftille (ks. esim. Forbes 2013; Helsingin Sanomat 2013). Käyttäjät antoivat ymmärtää, että myyntihinta ei vastannut Nokian mittaamatonta arvoa, johon sisältyi muutakin kuin yhtiön senhetkinen markkina-arvo. Voidaankin ajatella, että käyttäjät rinnastivat yrityskaupan hyväksikäyttöön, koska heidän näkökulmastaan yrityskauppa oli yhtä nöyryyttävä teko ja rikos eikä sitä voinut korvata rahalla.

Fantasia-aiheista retoriseksi näkemykseksi

Fantasian ja fantasia-aiheen ohella symbolisen konvergenssin teorian keskeisiin käsitteisiin kuuluu retorinen näkemys (*rhetorical vision*). Kun monta ihmistä jakaa useita toisiinsa liittyviä fantasia-aiheita, niistä saattaa muodostua yhtenäisen retorinen näkemys jostain heidän sosiaalisen todellisuutensa osasta (Bormann 1985a, 133). Retorinen näkemys on siis ryhmän jakama fantasioiden kokonaisuus, joka selittää ympäröivää maailmaa tai jotain sen osaa. Se on koostettu tarina, joka tavoittaa suuren määrän ihmisiä symbolisessa todellisuudessa (Bormann 1972, 398). Ihmisen on siis ymmär-

rettävä tarinan merkityssisällöt ja pidettävä niitä oikeina tulkintoina jakaakseen koko retorisen näkemyksen.

Retorinen näkemys koostuu fantasia-aiheista, joten se on fantasia-aiheiden tapaan riippuvainen ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta, jossa se syntyy ja ilmenee. Fantasia-aiheilla voi olla keskenään erilaisia merkityksiä osana retorista näkemystä (Shields 1981, 6). Ne voivat esimerkiksi kuvailla tarinallisia aineksia eri näkökulmista. Retorinen näkemys ei siis ole täysin samanlaisten fantasioiden joukko, vaan koostuu pikemminkin samaa aihepiiriä käsittelevistä ja niin sanotusti samansuuntaisista fantasioista. Vaikka retoristen näkemysten voidaankin ajatella olevan yleensä laajoja kokonaisuuksia, ne voivat olla myös kapea-alaisia (Bormann 1972, 407). Yksi retorinen näkemys ei siis välttämättä muodosta ryhmän koko maailmankuvaa vaan jonkin osan siitä. Siksi yksilöt voivatkin jakaa monta retorista näkemystä samanaikaisesti, kunhan ne eivät ole keskenään ristiriidassa.

Retorinen näkemys on paljolti samanlainen kuin yksittäisen ihmisen fantasia ja fantasia-aihekin, koska se sisältää päähenkilöiden ja juonen kaltaisia tarinallisia aineksia (Bormann 1972, 398). Toisinaan on väitetty, että tarinallisista aineksista oikeuttavalla tekijällä on kaikista suurin merkitys osana retorista näkemystä, koska keskeisimmät syyt ihmisten toimintaan ovat oikeuttavasta tekijästä kertovissa fantasia-aiheissa (Shields 1981, 7). Myös Mei (2010) korostaa oikeuttavan tekijän merkitystä toteamalla, että se tekee luodusta retorisesta todellisuudesta uskottavan.

Usein retorinen näkemys tiivistetään ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa johonkin avainsanaan, kuten ”kylmä sota” (Bormann 1985a, 133). Kyse on siis samasta ilmiöstä kuin symbolisessa vihjeessä (Bormann 1985b, 8). Retorisen näkemyksen kohdalla avainsanan käyttö on kuitenkin erittäin pitkälle kehittynyt symbolinen vihje, koska se ei viittaa vain johonkin yksittäiseen fantasia-aiheeseen vaan kokonaiseen retoriseen näkemykseen.

Retoristen näkemysten merkitys fantasiatutkimuksen kannalta on erityisesti niiden selitysvoimassa. Esimerkiksi Bormannin (1972, 406) mukaan retorinen näkemys sisältää ryhmän syyt toimia ja kuvaa ryhmän tunteita. Shields (1981, 7) kuitenkin lisää, että retorinen näkemys myös selittää ryhmän tunteita. Tunteiden kuvaaminen ja selittäminen voivat vaikuttaa samalta asialta, mutta niiden ero on merkittävä, sillä ne johtavat eri kysymysten äärelle: tunteiden kuvaaminen liittyy kysymykseen ”Millaisia tunteita ryhmällä on?” ja tunteiden selittäminen kysymykseen ”Miksi ryhmällä on sellaisia tunteita?”. Voidaan siis ajatella, että ryhmän retorisia näkemyksiä ja kaikkea niihin sisältyvää tarkastelemalla päästään käsiksi sekä ryhmän tunteisiin että syihin niiden taustalla.

Ryhmä ja jokainen siihen kuuluva ihminen saa retorisesta näkemyksestä tukea. Bormannin (1972, 400) mukaan yksilö voi tuntea olevansa eksyksissä ja epätoivoinen mullistavien tapahtumien, yhteiskunnan tai luonnon edessä. Tällöin yksilön keino selviytyä on luoda fantasia, joka antaa hänelle tarkoituksen ja suojelee häntä. Retorinen näkemys toimii samalla tavalla, mutta suuremman ryhmän mittakaavassa. Lisäksi ryhmän jäsenten toisilleen vuorovaikutuksen kautta tarjoama tuki vahvistaa retorista näkemystä entisestään. Toisaalta vuorovaikutus toimii myös niin, että retorisen näke-

myksen omaksuminen ohjaa yksilöä tietynlaiseen elämäntyyliin ja tietynlaisen toimintaan (emt., 406). Voidaan siis ajatella, että ryhmä ja sen jakama retorinen näkemys ohjaavat yksilöitä samaan suuntaan niin tunteiden, ajatusten kuin tekojenkin saralla.

Retorisen näkemyksen muodostuessa sen jakavista ihmisistä tulee retorinen yhteisö (*rhetorical community*) (Bormann 1985a, 133), joka voi olla kooltaan minkä kokoinen tahansa, vaikeasti rajattava ja taustaltaan hajanainen. Twitterissä yhden avainsanan ympärille voi muodostua yksi tai useampi retorinen yhteisö (Lindgren & Lundström 2011). Jos avainsanaan liittyy monia retorisia yhteisöjä, ne saattavat jakaa keskenään täysin päinvastaisia fantasioita, mutta samoja käsitteitä hyödyntäen. Kaikkia samaa avainsanaa hyödyntäviä Twitter-käyttäjiä ei siis voida luokitella suoraan yhden retorisen yhteisön jäseniksi.

#Nokia-keskustelussa muodostui useita retorisia näkemyksiä. Yksi niistä muodostui Elop-, alennusmyynti- sekä hyväksikäyttö-fantasia-aiheista, joiden mukaan Nokian ja Microsoftin välisessä yrityskaupassa oli epärehellisiä ja tavalla tai toisella hyväksikäyttöä muistuttavia piirteitä. Retorisessa näkemyksessä ei ollut yhtenäistä ajatusta hyväksikäytön laadusta, sillä fantasia-aiheiden näkökulmat erosivat toisistaan: alennusmyynti-fantasia-aihe keskittyi käsittelemään kauppasumman pienuutta, Elop-fantasia-aihe puolestaan Elopin roolia yrityskaupan toteutumisessa ja hyväksikäyttö-fantasia-aihe Nokian myymistä kauppasummasta riippumatta. Fantasia-aiheita tulkittiin kuitenkin yhdistävän ajatus siitä, että yrityskauppa ei ollut tapahtunut rehellisellä ja käyttäjiä tyydyttävällä tavalla. Lisäksi kaikkien fantasia-aiheiden sävy vaikutti vakavammalta kuin useimmissa muissa fantasia-aiheissa, koska humoristisia aineksia ei juurikaan esiintynyt.

Hyväksikäyttö-näkemyksen avulla käyttäjät saattoivat perustella sitä, että Microsoft pikemminkin ryösti kuin osti Nokian. Käyttäjien näkökulmaksi tulkittiin, että yhtiöiden välinen neuvottelutilanne oli ollut epätasapainoinen Microsoftin hyväksi, minkä ansiosta yhtiö pystyi pakottamaan Nokian luopumaan matkapuhelinliiketoiminnasta. Retorinen näkemys siis vastasi kysymykseen ”Miten Nokian matkapuhelinliiketoiminta saatettiin myydä?”. Näkemyksen tarjoama vastaus oli, että sitä ei olisikaan myyty ainakaan niin pienellä kauppasummalla kuin lopulta myytiin, ellei yrityskaupan taustalla olisi ollut jotain tavallisuudesta poikkeavaa, josta Microsoft hyötyi ja Nokia kärsi. Vaikutti siis siltä, että hyväksikäyttö-näkemyksen näkökulmasta Nokian matkapuhelinliiketoiminta oli monella tapaa arvokas asia, mikä teki siitä houkuttelevan kohteen hyväksikäytölle.

Retorinen näkemys antoi viitteitä siitä, että keskusteluun osallistui keskenään samaa mieltä olevia ihmisiä, joista muodostui retorinen yhteisö. Käyttäjien jakaman näkemyksen voidaan ajatella olleen osa heidän maailmankuvaansa, ja siksi näkemys kertoi osaltaan heidän tunteistaan ja ajatuksistaan. Hyväksikäyttö-näkemyksen perusteella vaikutti siltä, että matkapuhelinliiketoiminnan myyminen Microsoftille oli käyttäjien näkökulmasta huono asia. Retorisessa näkemyksessä oli merkkejä käyttäjien pettymyksestä, jonka syytä saattoivat olla esimerkiksi liian alhainen kauppasumma, Stephen Elopin rooli yrityskaupassa tai matkapuhelinliiketoiminnan myyminen ylipäättään.

Nokian matkapuhelinliiketoiminnan myyminen rinnastettiin #nokia-keskustelussa toisinaan kuolemaan, ja siihen liittyen muodostuivat #RIP- ja kiitos-fantasia-aiheet. Muissa fantasia-aiheissa kuolemaan ei viitattu yhtä suoralla tavalla. Näiden kahden fantasia-aiheen näkökulma yrityskaupasta Nokialle koituneisiin seurauksiin oli sama, minkä takia niistä muodostui kuolema-näkemyks. Sen jakaneet käyttäjät saattoivat tietää, että tosiasiasa Nokia ei lakkaisi olemasta yrityskaupan takia, koska koko Nokiaa ei myyty Microsoftille, vaan jäljelle jäi vielä muuta liiketoimintaa. Näin ollen yrityskaupan vertaaminen koko Nokian kuolemaan ei olisi johtunut väärinymmärryksestä vaan siitä, että matkapuhelinliiketoiminta saattoi olla käyttäjille sama asia kuin koko Nokia. Tätä tulkintaa tuki Nokian tunnettuus juuri matkapuhelinyhtiönä, vaikka matkapuhelimet olivat vain yksi osa yhtiön liiketoimintakokonaisuutta. Voidaan ajatella, että retorinen näkemys selitti käyttäjille, mitä Nokian matkapuhelinliiketoiminnan myyminen käytännössä tarkoitti. Samalla kuolema-näkemyksen jakaminen saattoi olla käyttäjille keino tunnustaa yrityskaupan seuraus: Nokia sellaisena kuin käyttäjät olivat sen oppineet tuntemaan oli lopullisesti kuollut.

Lopuksi

Artikkelin tulosten perusteella vaikutti siltä, että käyttäjät jakoivat fantasia-aiheita ja retorisia näkemyksiä keskenään. Tämä vahvisti käsitystä siitä, että Bormannin (1972) teorian kannalta keskeinen väite fantasioiden leviämisestä kaikenlaisissa viestintä-tilanteissa piti paikkansa myös Twitterissä. Lisäksi vaikutti siltä, että käyttäjien suhtautumista yrityskauppaan oli mahdollista tulkita retoristen näkemysten perusteella. Niinpä voidaan väittää, että symbolisen konvergenssin teoria soveltuu viestinnän tutkimukseen Twitterissä.

Fantasiatutkimusta tehtäessä on kuitenkin otettava huomioon, että symbolisen konvergenssin teoria on viestinnän tutkimuksen väline. Teorian avulla ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta tulkitaan fantasioita ja eritellään tarinallisia aineksia, joiden perusteella voidaan esittää jatkotulkintoja ihmisten tunteista. Suoria johtopäätöksiä ihmisten tunteista ei kuitenkaan voida tehdä. Kun fantasioiden tulkinnasta siirrytään tunteiden tulkintaan, ei tarkastelulla ole enää teorian tarjoamaa tukea, mikä korostaa entisestään tutkijan asemaa aineiston subjektiivisena tulkitsijana. Tämä takia tutkijan onkin pidettävä huolta, että fantasioiden perusteella tehtävissä tulkinnoissa ei mennä liian pitkälle.

Ihmisten tunteiden tulkitsemisessa fantasioiden perusteella on otettava huomioon myös se, että esimerkiksi huumorin käyttö saattaa kääntää fantasioiden todellisen merkityksen täysin päinvastaiseksi. Tämä pätee varsinkin Twitteriä tutkittaessa, sillä huumorin ja toisten käyttäjien hauskuuttamisen on osoitettu liittyvän vahvasti vuorovaikutukseen Twitterissä (ks. Holton & Lewis 2011). Analyysia tehdessä tutkimuskontekstin tuntemus onkin tutkijalle tärkeää, koska kontekstin ja siihen liittyvien käytäntöjen ymmärtäminen auttaa tulkitsemaan aineistoa (Turtiainen & Östman 2013, 55).

Voiko symbolisen konvergenssin teorian näkökulma tuoda mitään uutta viestinnän tutkimukseen Twitterissä? Fantasia-aiheiden analyysissa on aina kyse sisältöjen tulkinnasta sen sijaan, että tehtäisiin vain määrällistä sisällönanalyysia tai keskityttäisiin pelkkään sisällön kuvailuun. Niinpä teorian avulla on mahdollista pureutua twiittien sisältöihin ja pyrkiä välttämään pelkkää määrällistä analyysia, johon keskittyminen Hardinin (2014) mukaan on yleisesti vaivannut Twitter-tutkimusta.

Kun twiittejä tarkastellaan symbolisen konvergenssin teorian näkökulmasta, niitä ei analysoida pelkästään yksittäin vaan myös osana useiden twiittien muodostamia suurempia kokonaisuuksia – siis fantasia-aiheita tai retorisia näkemyksiä. Analyysia tehdään aina yhtä twiittiä laajempi konteksti mielessä. Tämä saattaa johdonmukaisesti tulkintaa ja edesauttaa sitä, että analyysin tuloksena muovautuu merkityksellisiä kokonaisuuksia yksittäisten ja hajanaisten tulkintojen sijaan.

Tässä artikkelissa osoitettiin, että Twitterin avainsanat liittyvät merkitysten jakamiseen. Symbolisen konvergenssin teorian sopivuus juuri Twitterin tutkimiseen käykin ilmi erityisesti avainsanojen kohdalla. Niiden suuri viestinnällinen merkitys ja ilmaisuvoima tulee esiin fantasia-aiheiden analyysilla tarkasteltaessa aivan uudella tavalla. Moni muu tarkastelutapa saattaisi suhtautua avainsanoihin samalla tavalla kuin kaikkien muuhunkin tekstiin eikä näkisi niissä samanlaista vuorovaikutteista ja symbolista ulottuvuutta kuin symbolisen konvergenssin teoria. Voidaan siis ajatella, että teoriolla on mittavia käyttömahdollisuuksia Twitterin ja myös muun sosiaalisen median tutkimuksessa. Teorian avulla Twitterin viestintäkontekstista saadaan kaivettua esiin juuri sitä, mitä Hardin (2014) on kaivannut Twitter-tutkimukseen: uusia ja kiinnostavia näkökulmia.

Fantasiat voidaan nähdä niin sanotusti kumulatiivisina, sillä yksittäisen ihmisen fantasiasta rakentuu jakamisen seurauksena fantasia-aihe, joka puolestaan voi olla osa retorista näkemystä. Tämä heijastuu myös fantasioiden analysoimiseen: jokainen analyysin taso on riippuvainen edellisestä tasosta. Toisin sanoen retoristen näkemysten tulkitseminen edellyttää, että tutkija on jo tulkinnut joitain fantasia-aiheita ja sitä ennen yksittäisten ihmisten fantasioita. Niinpä analyysin alussa mahdollisesti tehdyt virheetkin voivat vaikuttaa paljon lopullisiin tutkimustuloksiin. Esimerkiksi se, että jonkin fantasia-aiheen humoristisuus jää tutkijalta huomaamatta, saattaa johtaa jonkin retorisen näkemyksen vääristymiseen. Tämä voidaan nähdä fantasia-aiheiden analyysin ominaisuutena, joka saattaa vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen.

Artikkelin aineistoon sisältyi vain uniikkeja twiittejä eli käyttäjien uudelleen-twiittaustoiminnolla julkaisemia twiittejä ei otettu huomioon. Uudelleentwiittausten puuttuminen aineistosta johtui siitä, että ne eivät vaikuttaneet oleellisilta aineistonkeruuvaiheessa ja niiden sisällyttäminen aineistoon olisi vaatinut aineistonkeruun toteuttamista toisin. Uudelleentwiittaaminen voidaan kuitenkin rinnastaa fantasian jakamiseen, jolloin vähintään kerran uudelleentwiitattu twiitti on fantasia-aihe. Niinpä on todennäköistä, että #nokia-keskustelusta olisi voitu tulkita enemmän fantasia-aiheita kuin nyt tulkittiin, jos uudelleentwiitaukset olisi huomioitu.

Tässä artikkelissa osoitettiin, että ihmisten välistä vuorovaikutusta Twitterissä on mahdollista tarkastella symbolisen konvergenssin teorian lähtökohdista yhtä lailla

kuin muissakin viestintäkonteksteissa. Yhden artikkelin näkökulma on kuitenkin aina kapeahko. Niinpä Twitterin kaikkia ominaisuuksia ei voitu ottaa huomioon eikä symbolisen konvergenssin teoriaa hyödynnetty koko sen laajuudessa. Jatkossa olisikin mielenkiintoista esimerkiksi ottaa huomioon Twitterin uudelleentwiittaustoiminto ja tarkastella sen merkitystä fantasioiden jakamiselle ja leviämislle. Tarkastelua voitaisiin myös rajata johonkin tiettyyn retoriseen yhteisöön, jotta yhteisöä voitaisiin analysoida mahdollisimman kattavasti. Lisäksi symbolisen konvergenssin teoriaan ja Twitteriin voitaisiin yhdistää vielä muita näkökulmia, kuten poliittinen viestintä, jota on tutkittu aiemmin symbolisen konvergenssin teorian näkökulmasta paljonkin, mutta ei Twitter-kontekstissa. Näin voitaisiin tuoda täysin uusi ulottuvuus poliittisen viestinnän tai käytännössä mihin tahansa muuhunkin viestinnän tutkimukseen.

Kirjallisuus

- Bal, Mieke (1997). *Narratology: Introduction to the Theory of Narrative*. Toronto: University of Toronto Press.
- Bormann, Ernest (1972). Fantasy and rhetorical vision: The rhetorical criticism of social reality. *Quarterly Journal of Speech* 58: 4, 396–407.
- Bormann, Ernest (1980). *Communication Theory*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Bormann, Ernest (1985a). Symbolic convergence theory: A communication formulation. *Journal of Communication* 35: 4, 128–138.
- Bormann, Ernest (1985b). *The Force of Fantasy. Restoring the American Dream*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Bormann, Ernest; Cragan, John & Shields, Donald (2001). Three decades of developing, grounding and using Symbolic convergence theory (SCT). Teoksessa: Gudykunst, William (toim.). *Communication Yearbook* 25. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 271–313.
- Bormann, Ernest; Koester, Jolene & Bennett, Janet (1978). Political cartoons and salient rhetorical fantasies: An empirical analysis of the '76 presidential campaign. *Communication Monographs* 45: 4, 317–329.
- Cragan, John & Shields, Donald (1981). *Applied Communication Research. A Dramatistic Approach*. Prospect Heights: Waveland Press.
- Duffy, Margaret (2003). Web of hate: A fantasy theme analysis of the rhetorical vision of hate groups online. *Journal of Communication Inquiry* 27: 3, 291–312.
- Hardin, Marie (2014). Moving beyond description: Putting Twitter in (theoretical) context. *Communication & Sport* 2: 2, 113–116.
- Holton, Avery & Lewis, Seth (2011). Journalists, social media, and the use of humor on Twitter. *The Electronic Journal of Communication* 21: 1–2, 1–20. Saatavilla: <http://www.cios.org/www/ejc/v21n12toc.htm> (luettu 23.11.2014).
- Jones, John (2014). Switching in Twitter's hashtagged exchanges. *Journal of Business and Technical Communication* 28: 1, 83–108.
- Laaksonen, Salla-Maaria & Matikainen, Janne (2013). Tutkimuskohteena vuorovaikutus ja keskustelu verkossa. Teoksessa: Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (toim.). *Otteita verkosta. Sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino, 193–215.
- Lindgren, Simon & Lundström, Ragnar (2011). Pirate culture and hacktivist mobilization: The cultural and social protocols of #WikiLeaks on Twitter. *New Media & Society* 13: 6, 999–1018.
- Markham, Anette (2012). Fabrication as ethical practice. *Information, Communication & Society* 15: 3, 334–353.
- McKinney, Mitchell; Houston, J. Brian & Hawthorne, Joshua (2014). Social watching a 2012 republican presidential primary debate. *American Behavioral Scientist* 58: 4, 556–573.
- Mei, Wu (2010). Debating China–India relations on the internet. *Global Media and Communication* 6: 3, 383–389.

- Murthy, Dhiraj (2013). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge: Polity Press.
- Papacharissi, Zizi & de Fatima Oliveira, Maria (2012). Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #egypt. *Journal of Communication* 62: 2, 266–282.
- Rafaeli, Sheizaf (1988). Interactivity: From new media to communication. Teoksessa: Hawkins, Robert; Wiemann, John & Pingree, Suzanne (toim.). *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*. Newbury Park: Sage.
- Rafaeli, Sheizaf & Ariel, Yaron (2007). Assessing interactivity in computer-mediated research. Teoksessa: Joinson, Adam; McKenna, Katelyn; Postmes, Tom & Reips, Ulf-Dietrich (toim.). *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Ross, Claire; Terras, Melissa; Warwick, Claire & Welsh, Anne (2011). Enabled backchannel: Conference Twitter use by digital humanists. *Journal of Documentation* 67: 2, 214–237.
- Shields, Donald (1981). A dramatisic approach to applied communication research: Theory, methods, and applications. Teoksessa: Cragan, John & Shields, Donald (toim.). *Applied Communication Research. A Dramatisic Approach*. Prospect Heights: Waveland Press, 5–14.
- Small, Tamara (2011). What the hashtag? A content analysis of canadian politics on Twitter. *Information, Communication & Society* 14: 6, 872–895.
- Turtiainen, Riikka & Östman, Sari (2013). Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Teoksessa: Laaksonen, Salla-Maaria; Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (toim.). *Otteita verkosta. Sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino, 49–67.

Verkolähteet

- boyd, danah (2009). *Twitter: "pointless babble" or peripheral awareness + social grooming?* Saatavilla: http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2009/08/16/twitter_pointle.html (luettu 21.4.2015).
- Forbes (2013). *Nokia sells handset Business to Microsoft at a shockingly low price*. Saatavilla: <http://www.forbes.com/sites/terokuittinen/2013/09/02/nokia-sells-handset-business-to-microsoft-at-a-shockingly-low-price/> (luettu 6.2.2014).
- Helsingin Sanomat (2013). *HS-analyysi: Hinta Nokiasta oli hyvä, mutta ensin on surtava*. Saatavilla: <http://www.hs.fi/talous/a1378174349229> (luettu 6.2.2014).
- Hopkins, Lee (2011). *Symbolic convergence theory and Twitter*. Saatavilla: <http://www.leehopkins.net/2011/09/12/symbolic-convergence-theory-and-twitter/> (luettu 11.10.2013).
- Nummela, Toni (2015). *Suomi-Twitter*. Saatavilla: <http://www.toninummela.com/suomi-twitter/> (luettu 20.3.2015).
- Twitter (2015). *Tietoja Twitteristä*. Saatavilla: <https://about.twitter.com/fi/company> (luettu 20.3.2015).