



Suomen Palloliiton Instagram- julkaisujen multimodaalinen tarkastelu

Markus Leskinen



Tutkimuksen tavoite

- Tavoitteena oli selvittää, miten multimodaalisuutta hyödynnetään Palloliiton Instagram-julkaisuissa sekä mitkä multimodaalisuuden elementit korostuvat eniten huomiota herättäneissä julkaisuissa
- **Multimodaalisuudella** tarkoitetaan vuorovaikutuksen eri keinoja – kuten kieltä, liikettä, tilaa ja ääntä – sekä niiden yhteisvaikutusta merkityksen muodostamisessa.
- Kaksi tutkimuskysymystä:
 1. Millä tavoin multimodaalisen viestinnän keinoja hyödynnetään Palloliiton Instagram-julkaisuissa?
 2. Mitkä multimodaalisuuden elementit ovat keskeisiä niissä julkaisuissa, jotka ovat herättäneet eniten yleisön huomiota?

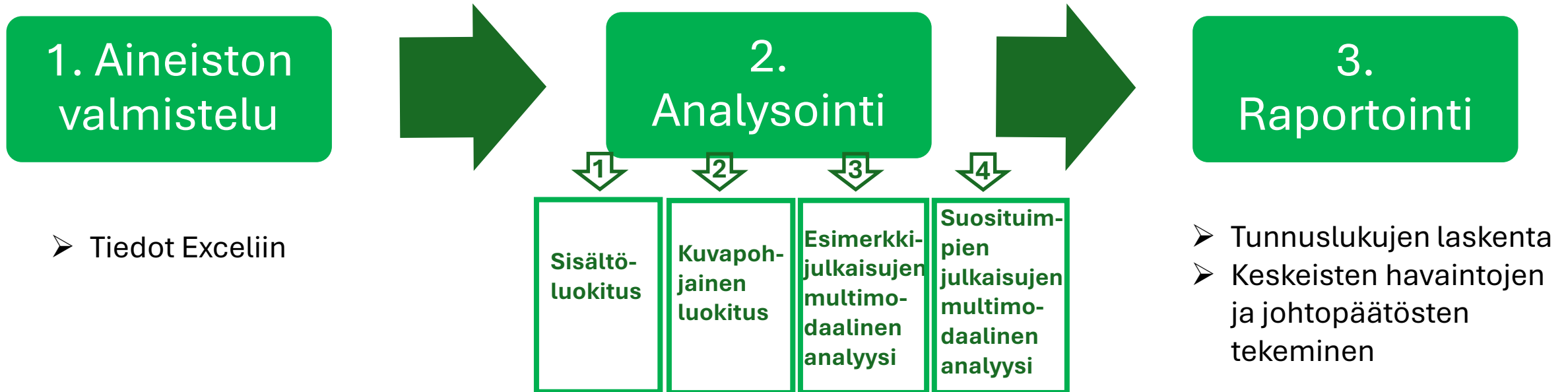
Tutkimusaineisto

- Tutkimusaineistona on Suomen Palloliiton lokakuun 2024 Instagram-julkaisut, joita oli yhteensä 109 kappaletta
- Aineiston käsittelyssä keskeisenä on Palloliitolta saadut taustatiedot kuten julkaisujen tykkäysmäärät, katselumäärät, kattavuudet, vuorovaikutukset, kommentit, jakamiset ja tallennukset
- Tausta-aineistoon kuuluu myös tietoa siitä, miten eri-ikäiset naiset ja miehet katsoivat julkaisuja, lisäksi videoiden katseluaika on myös osa aineistoa



**SUOMEN
PALLOLIITTO**

Tutkimusmenetelmä



Riskit ja niiden hallintakeinot (tarkastelussa urheiluseurojen Instagram-viestintä)

- **Maineriski:** Harkitsematon julkaisu voi aiheuttaa nopeasti leviävän mainekriisin, mainekriisit syntyvät epäeettiseksi koetun toiminnan paljastumisesta (esim. luvattomat kuvat tai alaikäisten julkaisut ilman lupaa)
- **Online-häirintä & vihapuhe:** esim. rasistinen, seksuaalissävytteinen häirintä
- **Hidas moderointi:** yli 24 h reagointiviive heikentää kriisinhallintaa
- **Kyberturvauhat:** tilinkaappaukset, phishing, heikot salasanat
- **Riskienhallinnan puutteet:** ennakoinnin ja selkeiden toimintamallien puute

→ Pahimmillaan urheiluseura voi menettää jäseniä ja sponsoreita

- **Hallintakeinoja:**
 - **Ennakoiva kriisiviestintäsuunnitelma** ja selkeä vastuunjako
 - **Nopea ja systemaattinen moderointi** + aktiivinen seuranta
 - **Kaksivaiheinen tunnistautuminen** ja vahvat salasanat
 - **Henkilöstön kyberturva- ja kriisiviestintäkoulutus**

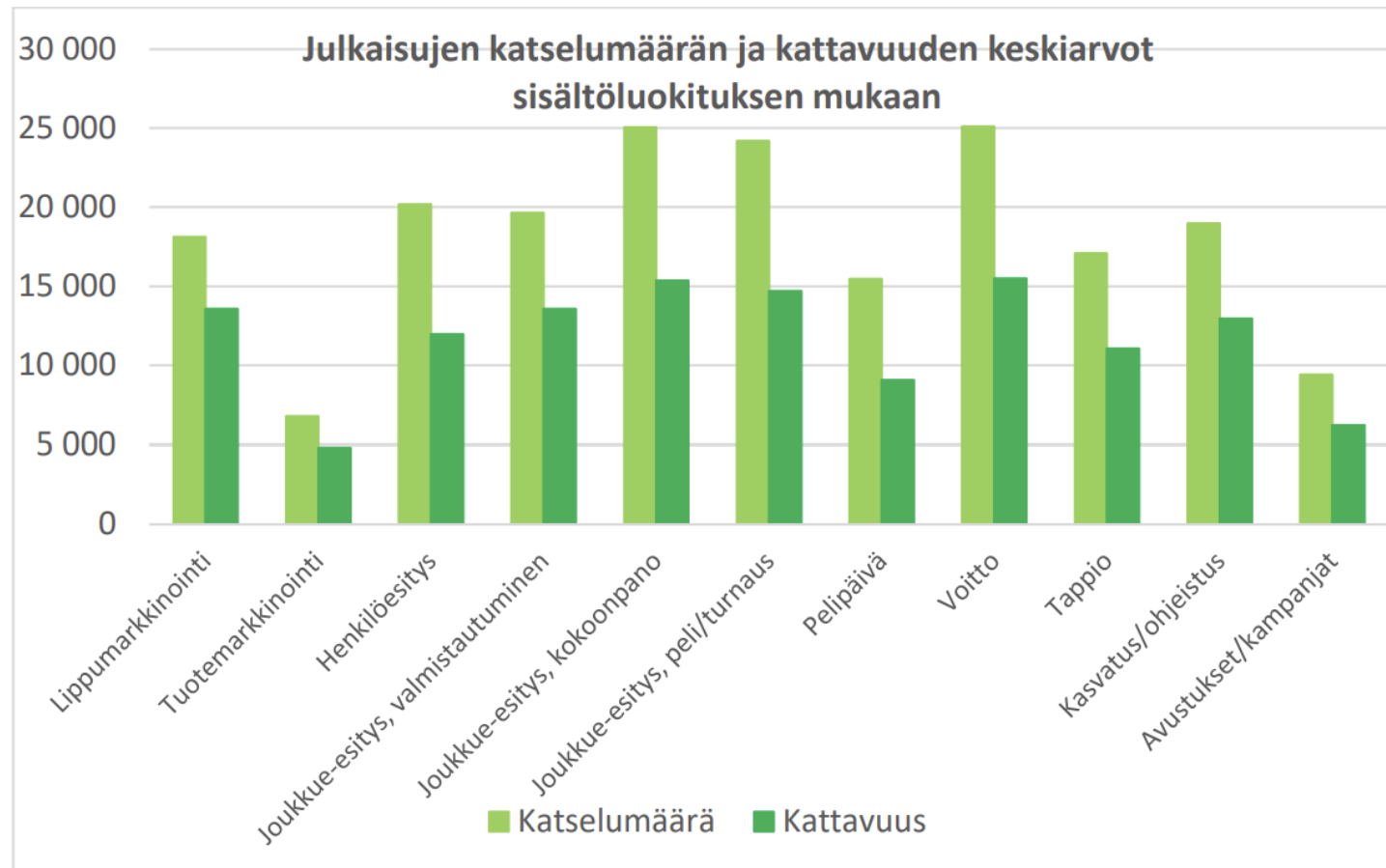
Multimodaalisuus

Semioottinen moodi	Esiintyy Instagramin osissa
Visuaalinen	Kuvat, grafiikat, emojiit ja värimaailma
Lingvistinen	Kuvatekstit, tekstit, puhuttu kieli videoissa
Auditiivinen	Musiikki, puhe, ääni, äänitehosteet
Spatiaalinen	Asettelu, tilallinen järjestely, sommittelu
Interaktiivinen	Kyselyt, kommentit, äänestykset, liukuasteikot
Typografinen	Fontit
Gesturaalinen	Eleet, ilmeet, katseet, kehonkieli
Kinesteettinen	Liikesarjat, animaatiot

Analysointi: sisältöluokitus 1/2

Päälukokka	Alaluokka	Lukumäärä	Osuus (%)
Markkinointi	Lippumarkkinointi	4	3,7
	Tuotemarkkinointi	4	3,7
Henkilöesitys		13	11,9
Joukkue-esitys	Joukkue-esitys, valmistautuminen	10	9,2
	Joukkue-esitys, kokoonpano	10	9,2
	Joukkue-esitys, peli/turnaus	15	13,8
Pelipäivä		9	8,3
Voitto		23	21,1
Tappio		4	3,7
Kasvatus/ohjeistus		14	12,8
Avustukset/kampanjat		3	2,8
Yhteensä		109	100,0

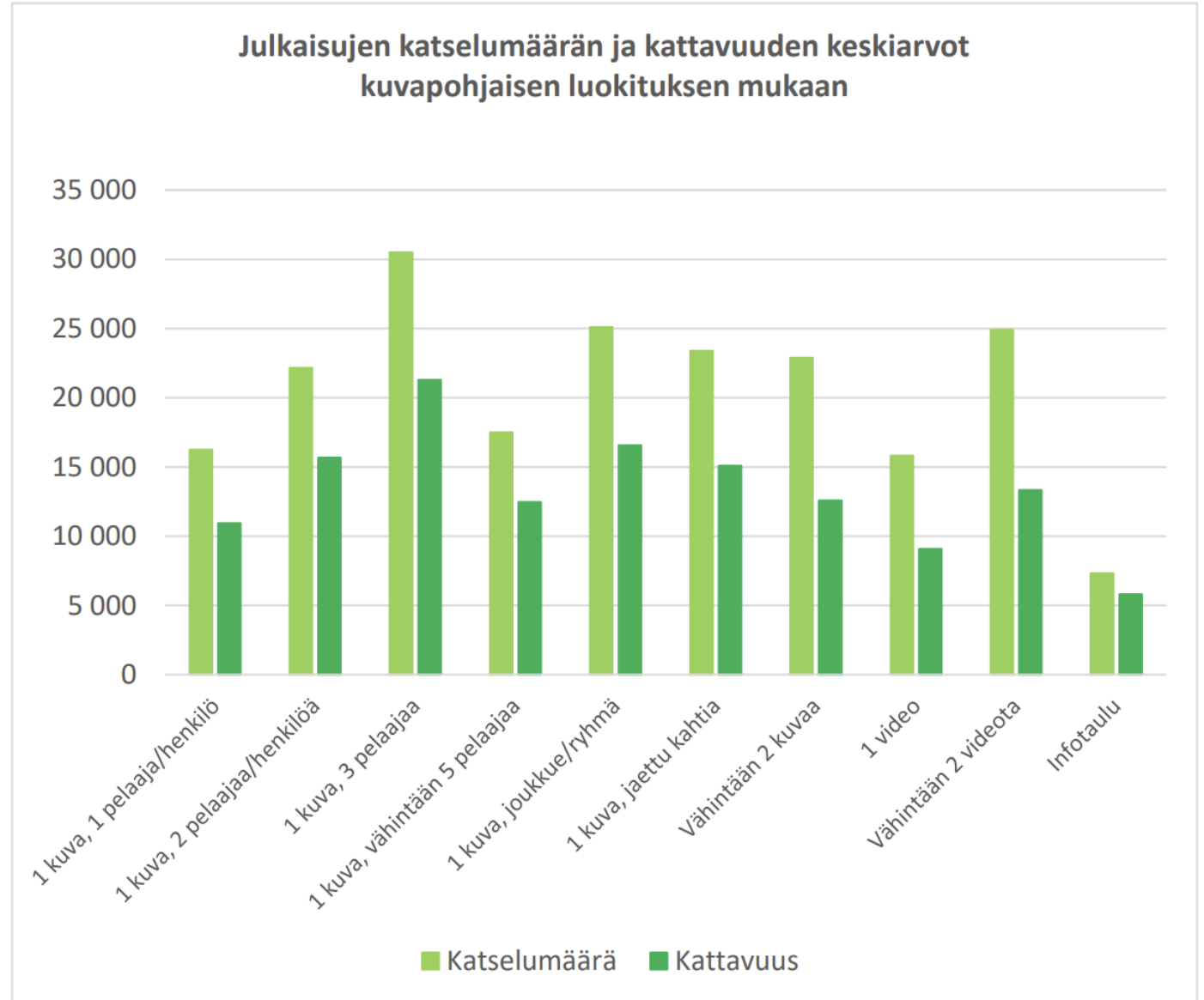
Analysointi: sisältöluokitus 2/2



Analysointi: kuvapohjainen luokitus 1/2

Pääluokka	Alaluokka	Lukumäärä	Osuus (%)
1 kuva	1 kuva, 1 pelaaja/henkilö	11	10,1
	1 kuva, 2 pelaajaa/henkilöä	7	6,4
	1 kuva, 3 pelaajaa	5	4,6
	1 kuva, vähintään 5 pelaajaa	4	3,7
	1 kuva, joukkue/ryhmä	19	17,4
	1 kuva, jaettu kahtia	15	13,8
Vähintään 2 kuvaa		16	14,7
Video	1 video	19	17,4
	Vähintään 2 videota	6	5,5
Infotaulu		7	6,4
Yhteensä		109	100.0

Analysointi: kuvapohjainen luokitus 2/2



Aineiston analyysia

- Katsonut 49 519 ihmistä, joista 58.4 prosenttia on naisia ja 41.6 prosenttia miehiä
- Katselumäärä suurin ja jaettu eniten
- Ajankohtainen ja yhteiskunnallinen teema, julkaistu tyttöjen päivänä 11.10.
- Tämä julkaisu on sisällön mukaisessa jaottelussa luokassa ”kasvatus/ohjeistus”.
- Viimeisessä kuvassa eleet ja kehonkieli tuovat esille gesturaalista viestintä, kun tytöt kokevat onnistumista jalkapallossa
- Kuviin liitetty asiapitoista tekstiä, jossa tuodaan esille, että tyttöjen jalkapalloharjoittelun tulisi olla yhtä laadukasta kuin poikien



suomen_palloliitto 🇫🇮 Tänään vietetään kansainvälistä tyttöjen päivää. Päivän tarkoituksena on vahvistaa tyttöjen oikeuksia ja tuoda esiin sukupuolen ja iän vuoksi erityisesti tyttöjen kohtaamia haasteita. Suomessa moni asia on hyvin, mutta valmista ei vielä ole. Yhdessä voimme edistää jokaisen lapsen ja nuoren mahdollisuuksia tavoitella unelmiaan niin jalkapallossa kuin laajemminkin elämässä.

Hyvää tyttöjen päivää! ❤️

#Tyttöjenpäivä

Aineiston analyysia

- ”U19-poikien voittokulku jatkuu!” -julkaisu on saanut toiseksi eniten katselukertoja, yhteensä 47 753
- Julkaisun suuren suosion yksi selittävä tekijä on Suomen U-19-poikien reilu voitto San Marinosta
- Kuvassa voiton riemua ja iloitsevat ilmeet (gesturaalinen moodi)
- Sommittelu: taustalla syksyinen ruskan värinen maisema
- Kuvatekstin ”San Marino jäi **täysin** vaille mahdollisuuksia” tuo ilmi ottelun lopputuloksen lisäksi myös voimakasta tunnereaktiota..
- Miehet katsoneet julkaisua 62.2 prosenttia, loput katsojat naisia



suomen_palloliitto • Seurataan

suomen_palloliitto U19-poikien voittokulku jatkuu!

San Marino jäi täysin vaille mahdollisuuksia päivän avausmatsissa. Suomen EM-jatkokarsintapaikka voi varmistua jo tänä iltana, kun Tshikki ja Sveitsi iskevät yhteen Järvenpäässä. #Minihuuhkajat päättää karsinnat tiistaina Tshekkiä vastaan!

9 vk

elzino08
9 vk Vastaa

1 986 tykkäystä
12. lokakuuta

Lisää kommentti... [Julkaise](#)

Päätelmiä

- Visuaalinen moodi on keskeisin, sillä kuvan avulla muodostuu julkaisun ensivaikutelma.
- Tutkimus korostaa **multimodaalisen viestinnän *monipuolista* hyödyntämistä** (musiikki, kommentointi, eleet, ilmeet, värit, teksti, kuva, video, sommittelu yms.)
- **Emotionaalisesti latautuneet ja ajankohtaiset julkaisut** (voitot, tasa-arvo, yhteiskunnalliset teemat) saavat eniten huomiota
- Tulosten perusteella Palloliiton Instagram-viestintä on linjassa liiton strategisten tavoitteiden kanssa.
- Kehittämiskohteita:
 - Lisätään **kyselyjä, äänestyksiä ja osallistavia sisältöjä**
 - Tuodaan enemmän esiin **pelaajia, valmentajia ja fanitarinoita**
 - Inhimillistetään ja personoidaan viestintää
 - Panostetaan laadukkaisiin kuviin ja lyhytvideoihin jatkossakin
 - Hyödynnetään rohkeasti tunteita ja positiivisuutta



Markus Leskinen

**Suomen Palloliiton Instagram-julkaisujen
multimodaalinen tarkastelu**

Kiitos!

- Pro gradu –tutkielma:
<https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20251126111773>

Markus Leskinen

Puh. 0400-754894

sposti: Markus.a.leskinen@gmail.com

