

MEDIAVÄLITTEINEN YHTEISKUNNALLINEN VAIKUTTAMINEN

Murros ja tulevaisuus



Hannu-Pekka Ikäheimo
Jukka Vahti

© Sitra 2021

Sitran selvityksiä 178

Mediavälitteinen yhteiskunnallinen vaikuttaminen

– Murros ja tulevaisuus

Kirjoittajat: Hannu-Pekka Ikäheimo ja Jukka Vahti

Kuvitukset: Topias Dean

Graafit ja taitto: Jussi Lehkonen, Punamusta Oy

ISBN 978-952-347-211-2 (PDF) www.sitra.fi

ISSN 1796-7112 (PDF) www.sitra.fi

PunaMusta, Helsinki 2021

SITRAN SELVITYKSIÄ -sarjassa julkaistaan
Sitran tulevaisuustyön ja kokeilujen tuloksia.

Sitran selvityksiä 178

Mediavälitteinen yhteiskunnallinen vaikuttaminen

– Murros ja tulevaisuus

Tammikuu 2021

Sisällys

Esipuhe	2
Tiivistelmä	3
Sammanfattning	4
Summary	5
1. Johdanto	6
2. Martti Lutherista Greta Thunbergiin: Viestintäteknologiset murrokset muuttavat valtasuhteita	9
Vanha ja uusi valta	10
Mihin katosi internetin demokratialupaus?	11
3. Vaikuttamisympäristön muutos: Hybridi mediaympäristö	14
Mediajärjestelmän haavoittuvuudet ovat lisääntyneet	17
Vaikuttamisen kannusteet	18
Poliittinen viestintä ja kampanjointi: Yhä kohdennetumpia viestejä	21
4. Esimerkkitapauksia	24
Onko rakentava keskustelu mahdollista Twitterissä?	25
Meemit ovat satiiria steroideilla	30
Kansanedustajat Twitterissä 2019—2020: Onko tärkeämpää oma voitto vai vastapuolen tappio?	34
Puolueiden tulevaisuus ratkaistaan verkossa	45
Entä jos äänestäisimme EU-jäsenyydestä vuonna 2020?	51
5. Tulevaisuuden kehityssuuntia	56
Huomioalgoritmien tyrannia	58
Portinvartijoiden kasvava valta	60
Luottamusta vahvistavat verkostot	62
Eriytyvät mediatodellisuudet	64
6. Lopuksi: Mediavälitteisen vaikuttamisen pelisääntöjä on vahvistettava	66
Airbageilla ja turvavöillä on jo kiire	69
Lähteet	71

Esipuhe

Tämä selvitys on syntynyt osana Sitran Kansanvallan peruskorjaus -projektia, jossa on vuodesta 2018 alkaen tuettu suomalaisen kansanvallan toimijoiden uudistumiskykyä erilaisilla selvityksillä ja kokeiluilla. Kansanvallan peruskorjauksen pohjana oli yli sata haastattelua, joissa keskeiset vaikuttajat pääsivät kertomaan näkemyksiään luottamuksellisesti. Pääviesti haastatteluista oli, että yli satavuotisen edustuksellisen demokratiamme rakenteet ja toimintatavat eivät enää vastaa nykyajan ja tulevaisuuden tarpeita. Samalla haastatteluissa nousi esiin arvio – tai tunne – julkisuuden perustavanlaatuisesta mutta vaikeasti määriteltävästä muutoksesta, joka heijastuu myös päätöksentekoon. Tämä selvitys pyrkii hahmottamaan, mistä tässä muutoksessa on kyse.

Toinen selvityksen keskeinen lähtökohta on Sitran tammikuussa 2020 julkistama megatrendipäivitys. Siinä yhdeksi 2020-luvun keskeiseksi megatrendiksi arvioidaan maailman valtasuhteiden ja vallankäytön muotojen muutos. Tämä muutos tiivistyy julkaisussa otsikoksi verkostomaisen vallan voimistuminen. Megatrendipäivityksessä arvioidaan, että verkostoilla ja vuorovaikutuksella tulee olemaan entistä enemmän merkitystä samaan aikaan kun hämmennys vallankäytön muotona yleistyy. Verkostomaisen vallan voimistumiseen liittyviksi ilmiöiksi tunnistetaan muun muassa vahvojen johtajien ihannoiti, uusien liikkeiden ja populismin nousu, hämmennyksen ja eripurannan lietsominen sekä se, että yksittäisten vallan napojen sijaan maailmanpolitiikassa korostuvat suhteet ja vuorovaikutus toisten kanssa

Viime vuosina niin Suomessa kuin kansainvälisestikin on havahduttu kiinnittämään huomiota nopeasti lisääntyvän datan yhteiskunnallisiin ulottuvuuksiin. Data on valtaa, ja sen hallinnan keskittyminen muutamille kansainvälisille teknologiajäteille herättää aiheellisesti yhä enemmän kysymyksiä siitä, kenen ehdoilla yhteiskuntaa ja sen palveluja kehitetään. Kuka päättää, miten ja mitä teknologiaa kehitetään ja millä pelisäännöillä sitä käytetään? Kuka rakentaa ne algoritmit, jotka vaikuttavat siihen, miten yhteiskunnallista keskustelua käydään, millaisessa mediatodellisuudessa elämme ja minkälainen tieto on meille helpoimmin saavutettavissa? Aihe on noussut entistäkin polttavamman ajankohtaiseksi vuodenvaihteessa 2020–2021 Yhdysvalloissa nähtyjen levottomuuksien myötä, joissa sosiaalisen median alustat ovat olleet keskeisessä osassa.

Kysymykset ovat tärkeitä myös siksi, että esimerkit eri puolilta maailmaa osoittavat, että vahvatkin demokraattiset järjestelmät ja niitä edustavat perinteiset instituutiot ovat herkästi haavoittuvia verkostomaisen vallan asettaman haasteen edessä. Aihe myös koskee meitä kaikkia, olimmepa sitten päättäjiä, virkakuntaa, journalisteja, yhdistysaktiiveja, sosiaalisen median influenssereita, elinkeinoelämän edustajia tai niin sanottua suurta yleisöä. Meillä kaikilla on monta roolia ja nykyisellä hybridimedian aikakaudella näitä on entistä vaikeampi erottaa toisistaan: voimme kaikki olla yhtäaikaan sekä vaikuttajia että vaikuttamisen kohteita. Siksi tämä selvitys pyrkii katsomaan myös eteenpäin ja hahmottamaan uhkakuvien lisäksi ratkaisuja, joiden avulla uuden teknologian ja datan hyödyntämisen mahdollisuudet pystytään siin valjastamaan kansanvallan, luottamuksen ja osallisuuden vahvistamiseen.

Antti Kivelä

Johtaja, Uudistuskysymys-teema, Sitra

Tiivistelmä

Tässä raportissa analysoidaan mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen murrosta ja tulevaisuutta teorian ja käytännön esimerkkien kautta. Mediavälitteisen vaikuttamisen ajanjakson voidaan katsoa lähteneen kunnolla käyntiin kirjapainotaidon keksimisestä. Aina siitä lähtien viestintäteknologiset murrokset – onpa sitten ollut kysymys lennättimestä, sanomalehdestä tai televisiosta – ovat tuoneet mukanaan uusia vaikuttamisen tapoja. Niin on käynyt myös meneillään olevassa digitaalisessa murroksessa.

Internet ja sosiaalinen media ovat kuroneet umpeen välimatkoja ja mahdollistaneet yksilöiden ja ryhmien verkottumisen täysin uudella tavalla. Perinteisen joukkotiedotuksen yhdeltä monille -viestinnän rinnalle on noussut monilta monille -viestintä, jossa tiukat rajalinjat median ja yleisön, vaikuttajan ja vaikutettavan, välillä hämärtyvät. Kuka tahansa voi luoda ja jakaa sisältöjä, ja vaikuttaa siten asioiden merkityksistä käytäviin kamppailuihin. Muutokset horjuttavat vakiintuneita valtasuhteita mutta luovat myös uusia tehokkaita vallan ja kontrollin välineitä. Valta on niillä, jotka kykenevät luomaan, liikuttamaan ja ohjaamaan informaatiovirtoja omien tavoitteidensa mukaisesti.

Yksi tämän raportin pääviesteistä on, että sosiaalisessa mediassa piilee yhä valtava demokratiapotentiaali, mutta vallalla olevat trendit vievät kehitystä väärille urille. Valta keskittyy suurille teknologiayhtiöille, jotka eivät ole suurista lupauksistaan huolimatta saaneet väärin tietojen leviämistä kuriin. Somealustojen huomion kalasteluun ohjaavat kannusteet ovat ruokkineet vihaa ja ärtymystä siinä määrin, että halukkuus osallistua julkisiin keskusteluihin laskee. Verkkovälitteisten organisoitujen manipulaatiokampanjoiden määrä on kaksinkertaistunut globaalisti vain muutamassa vuodessa.

Kyse on teknologisen kehityksen ohella laajasta kulttuurisesta muutoksesta. Siinä missä perinteisen median toiminnalle ja sen ympärille rakentuneelle julkisuudelle luotiin vuosisatojen aikana normit ja ammatilliset standardit, mitään vastaavaa kontrollimekanismia ei ole toistaiseksi syntynyt verkkoon. Mediavälitteisen vaikuttamisen näkykulmasta uusi hybridinen mediaympäristö on täysin uudentyypinen pelikenttä, jossa vahvat vaikuttajat luovat itse omat pelisääntönsä. Ilmiselviä voittajia ovat toimijat, jotka pystyvät hyödyntämään kaikkia toimiviksi todettuja somenarratiivien ja algoritmisen eskalaation keinoja saadakseen mahdollisimman suuren näkyvyyden.

Raportissa mahdollisia tulevaisuuden kehityskulkuja tarkastellaan vuoden 2030 perspektiivistä. Tulevan kehityksen kannalta olennaista on digitaalisia alustoja koskevan sääntely-ympäristön muotoutuminen ja markkinoiden kehittyminen. Näiden muuttujien perusteella on luotu neljä vaihtoehtoista tulevaisuuskuva: huomioalgoritmien tyrannia, portinvartijoiden kasvava valta, luottamusta vahvistavat verkostot ja eriytyvät mediatodellisuudet.

Toinen selvityksen pääviesti on, että kehityskulkuihin voidaan vaikuttaa, mutta se edellyttää tietoisia toimia niin poliittisilta päätöksentekijöiltä, sosiaalisen median jättiyrityksiltä kuin kansalaislainsiltakin. Päätöksillä on kiire, koska seuraavat teknologiset kehitysaskeleet ovat jo nurkan takana. Mahdollisia toimet liittyvät niin sisältöjen sääntelyyn, someyhtiöiden vastuuseen, sisältöjen laatustandardointiin kuin markkinoiden avaamiseen niin, että meillä kaikilla olisi nykyistä helpompaa siirtää itseämme koskeva data ja verkostomme palvelusta ja alustasta toiseen. Näiden lisäksi tarvitaan myös ajattelu- ja toimintatapojen muutoksia. Perinteisen medialukutaidon rinnalla on syytä korostaa kriittisen teknologialukutaidon merkitystä. Se on medialukutaitoa kokonaisvaltaisempi lähestymistapa aikakauteen, jossa median ja yleisön, vaikuttajan ja vaikutettavan, digitaalisen ja fyysisen rajat muuttuvat yhä häilyvimmiiksi.

Sammanfattning

I denna rapport analyseras brytningstiden och framtiden för medieförmedlad samhällspåverkan genom teori och praktiska exempel. Man kan anse att tidsperioden för medieförmedlad påverkan kom igång ordentligt i och med att boktryckarkonsten uppfanns. Sedan dess har de kommunikationstekniska genombrotten – oavsett om det handlat om telegrafan, tidningen eller televisionen – fört med sig nya sätt att påverka. Det har också skett under den pågående digitala brytningstiden.

Internet och sociala medier har överbryggat avstånden och gjort det möjligt för individer och grupper att bilda nätverk på ett helt nytt sätt. Vid sidan av den traditionella masskommunikationen med kommunikation från en till många har det uppstått kommunikation från många till många, där de strikta gränslinjerna mellan medierna och allmänheten, påverkaren och den påverkade, blir oklara. Vem som helst kan skapa och dela innehåll och på så sätt vara med och påverka sakers betydelse. Förändringarna undergräver etablerade maktförhållanden men skapar också nya effektiva verktyg för makt och kontroll. De som kan skapa, rubba och styra informationsflöden enligt sina egna syften har makten.

Ett av huvudbudskapen i denna rapport är att det fortfarande finns en enorm demokratipotentia i sociala medier, men de rådande trenderna leder in utvecklingen på fel spår. Makten koncentreras till de stora teknikbolagen, som trots stora löften inte har fått bukt med spridningen av felaktig information. Incitamenten att fiska uppmärksamhet på sociala plattformar har gett näring åt hat och irritation i den utsträckningen att viljan att delta i offentliga diskussioner minskar. Antalet organiserade manipulationskampanjer på nätet har fördubblats globalt på bara några år.

Vid sidan av den tekniska utvecklingen handlar det om en omfattande kulturell förändring. Medan man under århundradenas lopp skapade normer och yrkesmässiga standarder för de traditionella mediernas verksamhet och den publicitet som byggts upp kring den, har ingen motsvarande kontrollmekanism tills vidare uppkommit på nätet. Med tanke på den påverkan medierna har är den nya hybrida mediemiljön en helt ny typ av spelplan där starka påverkare själva skapar sina spelregler. De uppenbara vinnarna är de aktörer som kan utnyttja alla fungerande metoder för narrativ på sociala medier och algoritmisk eskalering för att få så stor synlighet som möjligt.

I rapporten granskas möjliga framtida utvecklingsförlopp ur 2030 års perspektiv. Med tanke på den framtida utvecklingen är det viktigt att skapa reglering för digitala plattformar och utveckla marknaden för dem. Utifrån dessa variabler har fyra alternativa framtidsbilder skapats: uppmärksamhetsalgoritmernas tyranni, portvakternas växande makt, nätverk som stärker förtroendet och differentierade medieverkligheter.

Det andra huvudbudskapet i utredningen är att det är möjligt att påverka utvecklingen, men det kräver medvetna åtgärder från såväl politiska beslutsfattare, de sociala mediejättarna som medborgarna. Besluten är brådskande, eftersom nästa tekniska utvecklingssteg redan väntar runt hörnet. Eventuella åtgärder gäller såväl regleringen av innehåll, de sociala mediebolagens ansvar, kvalitetsstandardiseringen av innehåll som öppnandet av marknaden så att vi alla skulle ha lättare att överföra data om oss själva och vårt nätverk från en tjänst och en plattform till en annan. Utöver detta behövs också ändringar i tänkesätten och verksamhetsformerna. Vid sidan av den traditionella medieläskunnigheten finns det skäl att betona betydelsen av kritisk teknisk läskunnighet. Jämfört med medieläskunnighet är det en mer helhetsbetonad approach till en tid då gränserna mellan media och allmänheten, påverkaren och den påverkade, de digitala och fysiska gränserna blir allt mer svävande.

Summary

This report analyses the transformation and future of media influence on society through theory and practical examples. The period of media influence can be considered to have begun with the invention of printing. Ever since, changes in communication technology – whether it be telegraph, newspapers or television – have brought new ways of exerting influence. This has also happened in the current digital transformation.

The internet and social media have shortened distances and made it possible for individuals and groups to network in a completely new way. Alongside traditional one-to-many mass communication has appeared many-to-many communication, whereby the strict lines between the media and the public and between the influencer and the influenced become blurred. Anyone can create and share content and thus contribute to shaping the debate or having their say on what matters. These changes undermine established power relations but also create new effective power-and-control instruments. The power lies with those who are able to create, move and steer information flows in accordance with their own objectives.

One of the main messages in this report is that there is still huge potential for democracy with social media, but the prevailing trends are steering development in the wrong direction. Power is centred in large technology companies, which, despite their great promises, have not managed to stem the dissemination of false information. Incentives for seeking attention on social media have fed hatred and led to irritation to the extent that the willingness to participate in public discussion is reducing. The number of online organised manipulation campaigns has doubled globally in just a few years.

In addition to technological development, there is also a major cultural change under way. The norms and professional standards for mass communication and the more traditional forms of media, and those that have governed the publicity generated by these different media, have evolved over many years. Yet no equivalent control mechanism has so far been created for the internet. From the perspective of media influence, the new hybrid media environment is a completely new type of playing field on which strong influencers create their own rules. The obvious winners will be those who are able to take advantage of well-proven social media narratives and algorithmic escalation methods to maximise visibility.

The report examines possible future developments from the perspective of 2030. The formulation of a regulatory environment for digital platforms and market developments are essential in terms of future developments. Based on these variables, four alternative future scenarios have been created: tyranny of attention algorithms, the growing power of gatekeepers, networks that strengthen trust and differentiated media realities.

Another main message of the report is that developments can be influenced, but doing so requires conscious action from political decision-makers, social media giants and individuals alike. Decisions are needed urgently because the next technological steps are just around the corner. The possible measures relate to the regulation of content, the responsibility of social media companies, the quality standardisation of content and the opening of markets so that it becomes easier for all of us to transfer our personal data and our network from one service or platform to another.

Changes are needed in thinking and operating methods. In addition to being literate in terms of the traditional forms of media, there needs to be an improved understanding of the technology that drives the new media and of the companies behind them. This needs to go beyond having simple media literacy and would represent a more comprehensive approach to an era in which the boundaries between the media and the audience, the influencer and the influenced, and the digital and the physical are becoming increasingly blurred.

1. Johdanto

Meneillään olevan viestintäteknologisen murroksen suuri tarina on vasta muotoutumassa. Tässä selvityksessä analysoimme mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen murrosta ja tulevaisuuden kehityssuuntia teorian ja käytännön esimerkkien kautta.



Mediavälitteisen vaikuttamisen osalta 2010-luku oli monien mullistusten vuosikymmen. Digitalisaation ja sosiaalisen median nousun myötä tapahtuneet merkittävät muutokset julkisuuden määrässä, laadussa, bisneslogiikassa ja kannusteissa heijastuivat myös yhteiskunnallisen vaikuttamisen tapoihin ja muuttivat valta-asetelmia. Vuoden 2016 käännteentekevien tapahtumien – Britannian EU-eron kannalle päätyneen kansanäänestyksen ja Trumpin valinnan – jälkeen on käytännössä ollut mahdotonta löytää liberaalin demokratian nykytilaa tai tulevaisuutta käsitteleviä analyysyjä, joissa ei tavalla tai toisella käsiteltäisi sosiaalista mediaa ja informaatioympäristön muutosta. Meneillään olevan viestintäteknologisen murroksen suuri tarina on kuitenkin vasta muotoutumassa. Sama teknologia, joka on auttanut hätää kärsiviä ja vääryyttä kokevia ilmaisemaan mielipiteensä ja verkostoitumaan keskenään, on toisten käsissä osoittautunut tehokkaaksi propagandan, valvonnan ja väärien tietojen levittämisen välineeksi. Kyse on teknologisen kehityksen ohella laajasta kulttuurisesta muutoksesta, jonka veturina toimii datatalouden bisneslogiikka. 1900-lukua hallinneen joukkotiedotusvälinekeskeisen julkisuuden normit ja käyttäytymissäännöt ovat tulleet haastetuiksi Googlen ja Facebookin kaltaisten datajättien toimesta. Tiedon portinvartijoiden rinnalle, ja monella tapaa jopa tilalle, ovat nousseet datan portinvartijat.

Tässä raportissa analysoimme mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen murrosta ja tulevaisuuden kehityssuuntia teorian ja käytännön esimerkkien kautta. Määrittelemme mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen toiminnaksi, jossa mediaa tai mediajulkisuutta hyödyntämällä ihmiset yritetään saada ajattelemaan tai toimimaan vaikuttajan haluamalla tavalla ilman suoraa vallankäyttöä. Vaikuttamistoimi voi olla esimerkiksi viestintää, mainontaa tai propagandaa. Mediavälitteisen vaikuttamisen piiriin kuuluvaksi laskemme sekä perinteisen massamedian (radio, televisio,

sanomalehdet) että internetin ja sosiaalisen median kautta tapahtuvan vaikuttamisen. Vaikuttamisen kannalta oleellista on, että sosiaalisen median nousun myötä vaikuttajan ja yleisön roolit määrittyvät uudella tavalla, koska käytännössä kuka tahansa voi olla sekä vaikuttaja että vaikuttamisen kohde.

Raportin rakenne etenee seuraavasti. Luvuissa kaksi ja kolme tarjoamme tiiviin kuvauksen keskeisistä media- ja viestintäympäristössä tapahtuneista muutoksista. Internetin ja sosiaalisen median nousu ei ole vain lisännyt kilpailua tiedonvälityksen kentällä, vaan se on myös nostanut esiin uusia tapoja vaikuttaa yhteiskunnallisesti. Yhä useammat ovat päässeet osaksi julkisia keskusteluja, mutta samalla tiedon laadun arvioiminen on yhä enemmän yksilön vastuulla, kun perinteiset tiedon portinvartijat ovat menettäneet merkitystään. Kuvaavaa onkin, että 2010-luku on ollut niin itseorganisoiduvien liikehdintöjen kuin valeutisten kulta-aikaa.

Luvussa neljä konkretisoimme media- ja viestintäympäristön murroksen vaikutuksia viiden kotimaisen esimerkkitapausten avulla. Esimerkkitapauksissa tarkastellaan muun muassa kansanedustajien Twitter-käyttäytymistä, meemejä yhteiskunnallisen satiirin ja vaikuttamisen välineinä, poliittisten puolueiden roolia verkkovaikuttamisen aikakaudella sekä sosiaalisen median algoritmien vaikutuksia keskustelukulttuurin muotoutumiseen.

Luvussa viisi pohdimme mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen mahdollisia tulevaisuuden kehityssuuntia. Tarkastelemme keskiössä on sosiaalinen media, koska arvioimme sen merkityksen demokratian peruskäyttöliittymänä ja yhteiskunnallisen keskustelun infrastruktuurina entisestään korostuvan 2020-luvun aikana. Esittelemme neljä mahdollista tulevaisuuden kehityssuuntaa, joiden toteutuminen riippuu sekä markkinoiden että sääntely-ympäristön kehittämisestä.

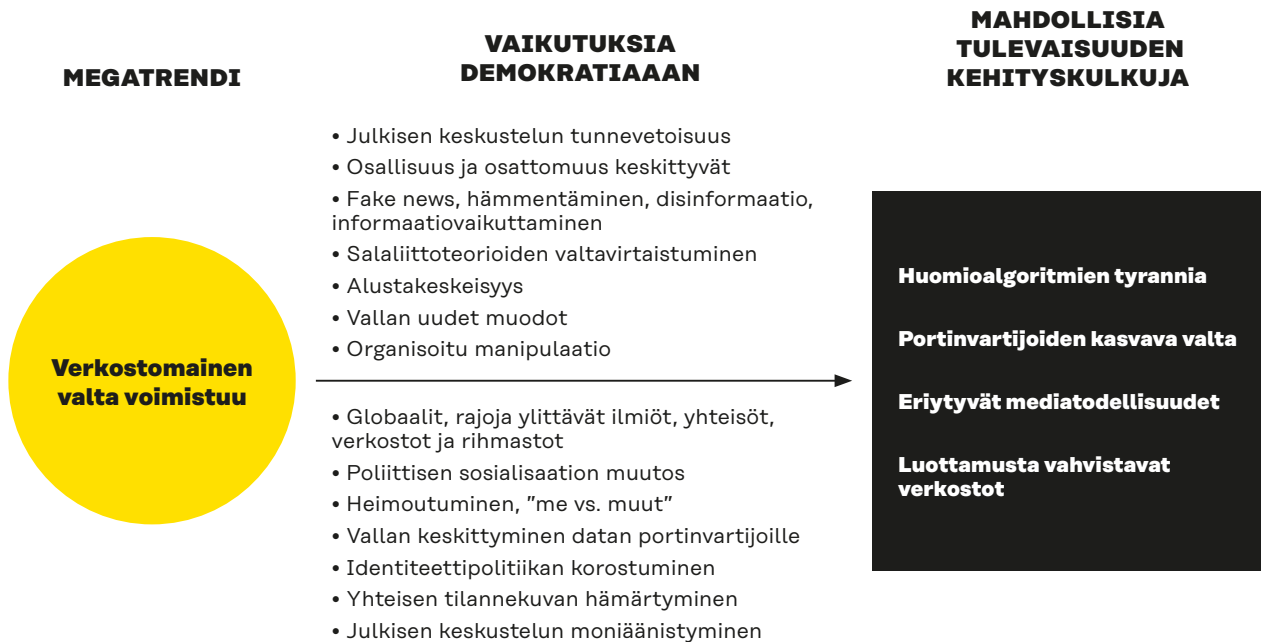
Lopuksi luvussa kuusi tarkastelemme ratkaisuvaihtoehtoja, joilla mediavälittäistä vaikuttamista voidaan ohjata nykyistä ter-

veemmälle uralle. Sisältöjä sääntelemällä, markkinoita avaamalla ja media- ja teknologialukutaitoon panostamalla on mahdollista välttää epätoivottavien kehityskulkujen vahvistuminen, mutta se edellyttää tietoisia toimenpiteitä niin poliittisilta päätöksentekijöiltä, someyhtiöiltä kuin tavallista kansalaisiltakin.

Raportin analyysissä on hyödynnetty kotimaista ja kansainvälistä tieto- ja tutkimuskirjallisuutta, trendiraportteja, kyselytutkimuksia sekä asiantuntijahaastatteluita. Sitran Megatrendit 2020 -raportissa tunnistetuista megatrendeistä tarkastelumme kannalta keskeisin on verkostomaisen vallan

kasvu, millä viitataan muun muassa digitaalisen vuorovaikutuksen, organisoitumisen ja vaikuttamisen keskeisyyteen ajassamme. Työmme syventää kuvaa verkostomaisen vallan kasvun kannalta oleellisista ilmiöistä ja tulevaisuuden näkymistä (ks. kuva 1).

Raportti on kirjoitettu populaarin tietokirjan tyyliä tavoitellen kaikille aiheesta kiinnostuneille, mutta toivomme sen tarjoavan uusia näkökulmia myös aihetta ennestään tunteville. Tavoitteenamme on tuoda lisää sävyjä sosiaalisen median luonteesta ja vaikutuksesta käytävään julkiseen keskusteluun mahdollisimman helposti pureskeltavassa muodossa.



Kuva 1. Mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen murros ja tulevaisuus

2. Martti Lutherista Greta Thunbergiin: Viestintäteknologiset murrokset muuttavat valtasuhteita

Painotekniikan tavoin lennätinverkoston synty kuroi umpeen välimatkoja ja horjutti vakiintuneita valtasuhteita. Internetin ja sosiaalisen median vallankumouksellisuus on ymmärrettävä osana tätä jatkumoa. Ne heikentävät eliittien kykyä hallita poliittisia keskusteluja, mikä taas voimistaa status quon haastajia suhteessa vallitsevaan järjestykseen riippumatta siitä, miltä poliittiselta laitamalta haastaminen tapahtuu.



Viestintäteknologiset murrokset ovat aina tuoneet mukanaan uusia vaikuttamisen tapoja ja myös johtaneet merkittäviin vallan siirtymiin. Mediavälitteisen vaikuttamisen ajanjakson voidaan katsoa lähteneen kunnolla käyntiin kirjapainotaidon keksimisestä. Vaikuttamisen piiri laajeni ja ajatus suuriin joukkoihin vaikuttamisesta syntyi (Matikainen 2019). 1500-luvulla käynnistyneen uskonpuhdistuksen kannalta painotekniikan syntyä on pidetty ratkaisevan tärkeänä. Historioitsija Elizabeth Eisensteinin (2012) korostanut, että painotekniikan ansiosta saksalaisen teologin Martti Lutherin katolisen kirkon valta-asemaa haastavat teesit levisivät vain kahdessa viikossa joka puolelle Saksaa, kuukaudessa ympäri Euroopan. Luther ymmärsi uuden teknologian voiman eikä julkaissut paavia kritisoituvia tekstejään vain kirkon oviin naulattuna. Hänen kirjoittamansa kirjat saavuttivat laajan lukijakunnan perinteisten kirkon piirien ulkopuolella. Ensimmäistä kertaa ihmiskunnan historiassa lukutaitoiset ihmiset pääsivät itse arvioimaan vallankumouksellisia ideoita massamedian välityksellä. Vaikka hallitsijat pyrkivät kontrolloimaan painotoimintaa tiukasti, totaalinen sensuuri osoittautui ajan myötä mahdottomaksi.

Painotekniikan tavoin lennätinverkoston synty kuroi umpeen välimatkoja ja horjutti vakiintuneita valtasuhteita. Monet ennustivat lennättimen yleistymisen tarkoittavan hevosten, kirjekyyhkyjen ja laivojen varassa toimivien sanomalehtien loppua, mutta kävikin toisin. Syntyi lennätinverkostoa hyödyntäviä uutistoimistoja (AP, Reuter) ja toimittajien verkostoja, joiden avulla sanomalehdistö pystyi välittämään tietoa kaukomailta paljon aiempaa nopeammin, tarkemmin ja pienemmin kustannuksin. Tällä oli vaikutuksia muun muassa kansainvälisten suhteiden arkeen, kun tiedon portinvartijoina olemaan tottuneet diplomaatit eivät voineetkaan enää yksin säädellä sitä, mitä tietoa eteenpäin suodatetaan ja missä aika-

taulussa. Useiden tunnettujen lehtien, kuten The Daily Telegraphin ja De Telegraafin, nimissä on edelleen jälki tuon murroksen voimasta. (Sandra Gonzalez-Bailon 2019.)

Internetin ja sosiaalisen median vallankumouksellisuus on ymmärrettävä osana tätä jatkumoa. Verrattuna aiempiin viestintäteknologisiin murroksiin internet on mahdollistanut yksilöiden ja ryhmien verkottumisen täysin uudella tavalla (ks. Dutton 2009). Suurien yleisöjen tavoittamiseen tai kollektiivisen toiminnan organisoimiseen ei tarvita enää välttämättä suuria organisaatioita. Pelkkä nettiyhteys riittää. Käytännössä kenen tahansa on mahdollista luoda sekä paikallisia että globaaleja verkostoja, jotka eivät noudata perinteisiä instituutioiden, organisaatioiden tai valtioiden rajoja. Se muuttaa tapojamme kommunikoida mutta myös valtasuhteita.

Vanha ja uusi valta

Kansalaisaktivistit Jeremy Heimans ja Henry Timms (2014) ovat kuvanneet internetin ja sosiaalisen median käynnistämää murrosta vanhan vallan ja uuden vallan yhteentörmäykseksi. Vanha valta on kuin valuutta. Sitä hallinnoivat harvat ja valitut mustasukkaisesti suojellen. Valta perustuu auktoriteettiin, instituutioihin, hierarkioihin, asiantuntijuu-teen ja edustuksellisuuteen. Uusi valta sen sijaan on kuin virtaus. Se on itseorganisoituvaa, informaalia, verkostoja ja joukkojen viisautta hyödyntävää, lyhytaikaista, tempoillevaa ja jakamiseen perustuvaa.

Uuden vallan organisoitumismuotoja hyödyntävät poliittiset liikehdinnät ovat koko 2000-luvun politiikkaa keskeisesti määrittävä ilmiö. Asuipa missä päin maailmaa tahansa, ei ole voinut olla törmäämättä spontaanisti syntyneisiin joukkoliikkeisiin, kuten vaikkapa Vallataan Wall Street, PEGIDA, Viiden tähden liike, Indignados, #metoo, Keltaliivit, Sardiinit, Silakkaliike, Fridays for Future tai #blacklivesmatter.

"Sama teknologia, joka on auttanut hätää kärsiviä ja vääryyttä kokevia verkostoitumaan keskenään, on toisten käsissä osoittautunut tehokkaaksi vallan ja kontrollin välineeksi."

Jotkut näistä, kuten Viiden tähden liike ja Indignados, ovat kasvaneet itseorganisoituneista protestiliikkeistä suuriksi puolueiksi ja merkittäviksi vallankäyttäjiksi omissa maisa-
saan.

Politiikan tutkija Yascha Mounkin (2018) mukaan sosiaalisen median kumouksellisuus ja suuri demokratialupaus piilee juuri siinä, että se kaventaa teknologista välimatkaa vallanpitäjien ja kansalaisten väliltä. Eliittien kyky hallita poliittisia keskusteluja heikkenee. Se taas voimistaa status quon haastajia suhteessa vallitsevaan järjestykseen riippumatta siitä, miltä poliittiselta laitamalta haastaminen tapahtuu.

Digitaalisen vaikuttamisen tutkijat Helen Margetts, Peter John, Scott Hale ja Taha Yasserli (2016) ovat luonnehtineet aikakauttamme poliittisen turbulenssin ajaksi. Heidän mukaansa sosiaalisen median kautta tapahtuva organisoituminen on perinteisin keinoin tapahtuvaa organisoitumista huomattavasti vaikeammin ennustettavaa. Uudet organisoitumisen muodot ovat arvaamattomia, tempoilevia, ennakoimattomia ja äkillisiä. Usein ne ovat myös lyhytikäisiä. Erilaisten intressien pohjalta syntyy liikehdintää ja mobilisoitumista, mutta se ei välttämättä enää organisoidu perinteisin tavoin yhdistyksiksi, eturyhmiksi tai liitoiksi. Se luo aivan uudenlaista muutosnopeutta, diversiteettiä ja fragmentoitumista yhteiskuntiin, mitä tutkijat kuvaavat termillä kaoottinen pluralismi.

Verkkoaktivismi eri muodoissaan tarjoaa helpon väylän osallistua, mutta sen todellista vaikutuksista ei olla yksimielisiä. Yhtäältä tutkimuksissa on löydetty näyttöä

siitä, että verkossa tapahtuva liikehdintä voi toimia sysäyksenä myös verkon ulkopuolella tapahtuvalle aktivoitumiselle. Eräässä tutkimuksessa on esimerkiksi löydetty näyttöä siitä, että Venäjällä suosittu VKontakte-somepalvelun vaikutus oli merkittävä vuonna 2011 ympäri maan levinneiden demokraatiaprotastien käynnistämiseksi (Aral 2020, 266–267). Toisaalta lukuisat esimerkit etenkin autoritäärisistä valtioista osoittavat, että verkon kautta organisoituvat protestiliikkeet ovat usein hauraita ja helposti nujerrettavissa. Vastauksena vuoden 2011 protestiliikehdintöihin Putin murskasi protestojien someverkostot ottamalla VKontakte-palvelun valtion haltuun.

Jännite vanhan vallan ja uuden vallan välillä ei ole missään nimessä ratkennut, vaikka vanhan vallan tavat hallita yhteiskuntaa ovat tulleet eri puolilla maailmaa yhä vahvemmin haastetuiksi. Digitaalisen vallankumouksen ja siihen liittyvän viestintäteknologisen murroksen tarina on vasta muotoutumassa. Vielä on liian aikaista sanoa, onko nykyisestä viestintäteknologisesta kehityksestä demokratialle enemmän hyötyä vai haittaa. Sama teknologia, joka on auttanut hätää kärsiviä ja vääryyttä kokevia verkostoitumaan keskenään, on toisten käsissä osoittautunut tehokkaaksi vallan ja kontrollin välineeksi.

Mihin katosi internetin demokratialupaus?

2010-luvun aikana ajatukset internetin ja sosiaalisen median vaikutuksista demokratiaan kokivat täyskäännöksen. 2010-luvun alussa elettiin vielä toiveikkaissa tunnelmissa. Vuosikymmenen alun ajan henkeä kuvaa hyvin Journal of Democracy -tiedelehden päätoimittajan Larry Diamondin (2010) laajalti siteerattu kirjoitus, jossa hän kuvasi internetiä, kännyköitä ja "uutta sosiaalista mediaa" vapautumisen teknologioiksi (liberation technology). Diamondin mukaan vapau-

tumisen teknologiat tarjoavat kansalaisille välineitä ilmaista mielipiteitä, paljastaa epäkohtia, mobilisoida joukkoliikkeitä, valvoa hallitusta ja laajentaa siten vapautensa rajoja.

Vain noin vuosi Diamondin kirjoituksen jälkeen alkaneet arabikevään kansannousut tuntuivat tukevan Diamondin ja monien muiden innokkaita tulevaisuuden näkymiä. Mielenosoittajat pystyivät luomaan verkostoja ja levittämään viestään sosiaalisen median kautta, ja itsevaltaiset hallitsijat kaatuivat yksitoisensa jälkeen. Ajatus vapaiden ja tasa-arvoisten nettikansalaisten aamunkoista osoitautui kuitenkin ennen aikaiseksi. Pohjois-Afrikka ja Lähi-itä ajautuivat pian vallankumousten jälkeen repiviin valtakamppailuihin ja konflikteihin. Samaan aikaan monet autoritääriset hallitsijat kehittivät kyvykkyksiä valvoa ja kontrolloida internetiä.

Vuosikymmenen lopulla optimismin rippeetkin tuntuivat haihtuneen ilmaan. Yleisen mielipiteen kannalta ratkaisevina käänteinä on pidetty Britannian EU-eroon päätyntä kansanäänestystä ja Yhdysvaltain presidentinvaaleja vuonna 2016. Näissä yhteiskuntia repivissä kampanjoissa sosiaalinen media valjastettiin ennennäkemättömällä tavalla disinformaation ja valheiden levittämisen välineeksi. Kampanjat nostivat esiin myös laajaan datan keräämiseen ja hyväksikäyttöön liittyvät ongelmat. Keväällä 2018 paljastui, että Cambridge Analytica -niminen PR-yhtiö oli saanut käsiinsä kymmenien miljoonien Facebook-käyttäjien tietoja, joita se oli käyttänyt hyväkseen muun muassa presidentti Donald Trumpin vaalikampanjassa.

Kohu avasi monien silmät Facebookin henkilötietojen keruun laajuuteen, ja aiheutti perusteltua huolta datan hyväksikäytön mahdollistamista vaikuttamisen keinoista. Yksilön näkökulmasta huolen aiheeksi nousi ennen kaikkea se, miten henkilön itse eri internet-alustoille jättämiä tietoja voidaan hyödyntää häneen itseensä kohdistuvaan vaikuttamiseen hänen tietämättään (Pomerantsev 2019).

Myös monien valtioiden omaksumat keinot valvoa ja manipuloida internetiä ovat pakottaneet tarkastelemaan ajatusta “vapautuksen teknologioista” uusin silmin. Sosiaalinen media on osoittautunut erityisesti autoritäärisille hallitsijoille tehokkaaksi julkisen keskustelun muokkaamisen ja propagandan levittämisen välineeksi. Kiinan ja Venäjän toimia on käsitelty laajalti tiedotusvälineissä, mutta ehkä vähemmälle huomiolle on jäänyt se, että sosiaalisessa mediassa toteutettujen manipulointikampanjoiden määrä on merkittävästi kasvanut muutamassa vuodessa ja levinnyt globaaliksi ilmiöksi. Vuonna 2017 organisoituja manipulointikampanjoita havaittiin 28 maassa, vuonna 2019 jo 70 maassa, joiden joukossa myös 45 demokratiaa (Bradshaw & Howard 2019).

Onkin tärkeää ymmärtää, että Britannian tai Yhdysvaltojen tapahtumat eivät ole yksittäistapauksia, vaan osa laajempaa trendiä. Sosiaalisessa mediassa harjoitettavasta manipulaatiosta on kasvanut iso bisnes. Erilaiset toimijat poliittisista puolueista valtioihin ovat käyttäneet vuodesta 2010 alkaen satoja miljoonia sosiaalisessa mediassa toteutettavien psykologisten operaatioiden ja julkisen mielipiteen manipuloinnin kehitystyöhön ja toteuttamiseen (Howard 2020). Freedom House -järjestön (2019a) tietojen mukaan verkkomanipulointia ja erilaisia disinformaatiotaktiikoita on havaittu harjoitettavan vaalien yhteydessä ainakin yli 20 maassa ja määrä kasvaa vuosi vuodelta. Näihin havaintoihin peilaten ei ole yllättävää, että vuoden 2019 alussa valtaosa Foreign Affairs -lehden (2/2019) toteuttamaan kyselyyn vastanneista asiantuntijoista arveli, että digitaaliset teknologiat pönkittävät autoritäärisiä hallintoja demokratioiden kustannuksella - ainakin lähitulevaisuudessa.

Demokratioiden vaikeuksista kertovat myös tunnetut demokratiaindeksit, joiden mukaan yhä useammat maat ovat lipuneet kauemmaksi demokraattisesta ideaalista. Esimerkiksi Freedom House arvioi vuosittain raportissaan, miten erilaiset vapaudet eri

maissa toteutuvat. Vuoden 2019 raportin mukaan vuosi 2018 oli 13. peräkkäinen, jolloin kehitys otti takapakkia. Kyse on yhtä lailla nuorten demokratioiden vaikeuksista kuin "laskuvedestä" vakiintuneissa demokratioissa. (Freedom House 2019b.)

Vastaavia tuloksia on saatu muualtakin. Vuodesta 2006 asti tehdyn *The Economistin* demokratiaa mittaavan indeksin keskimääräinen luku putosi historiansa huonoimpaan tulokseen vuonna 2019. Alle puolet maailman väestöstä elää tämän arvion mukaan demokraattisissa valtioissa, mutta vain 5,7% "täyden demokratian" yhteiskunnissa. (The Economist 2020.)

Sosiaalisen median vaikutusta demokratian laskuveteen on vaikea arvioida. Kysymys on moniulotteisesta ilmiöstä, jota on turha lähestyä yksinkertaisten syy-seuraus-suhteiden kautta. Aiheen keskeisyyttä kuitenkin kuvastaa se, että on käytännössä mahdotonta löytää länsimaisen demokratian nykytilaa tai tulevaisuuden suuntia kartoittavaa raporttia tai tutkimusta, jossa ei jollain tavalla käsiteltäisi sosiaalisen median vaikutuksia. Esimerkiksi Euroopan komission vuonna 2019 julkaistussa "10 trends shaping democracy" -raportissa sosiaalisen median vaikutus on vahvasti läsnä useammassa trendissä.

"On käytännössä mahdotonta löytää länsimaisen demokratian nykytilaa tai tulevaisuuden suuntia kartoittavaa raporttia tai tutkimusta, jossa ei jollain tavalla käsiteltäisi sosiaalisen median vaikutuksia."

3. Vaikuttamisympäristön muutos: Hybridi mediaympäristö

Digitaalisten teknologioiden läpimurto on tehnyt mediavälitteisestä todellisuudesta monella tapaa aiempaa vaikeammin ymmärrettävän. Yhtäältä se murtaa vanhaan joukkotiedotusvälinekeskeiseen mediaympäristöön liittyneitä hierarkioita ja luo tilaa verkon laitamilta nouseville yllättäville ilmiöille, mutta toisaalta se luo uudenlaista epätasa-arvoa.



Journalismin tutkimuksessa mediaympäristössä tapahtunutta muutosta on kuvattu siirtymäksi hybridin mediajärjestelmän aikakauteen (ks. Chadwick 2013). Hybridissä mediajärjestelmässä perinteiset mediat (radio, televisio, sanomalehdet) ja niiden verkkojulkaisut sekä sosiaalisen median alustat ja muut sisällöntuottajat vaikuttavat rinnakkain ja limittäin. Sisältöjä kierrätetään alustoilta ja välineiltä toisille ja eri kanavilla operoidaan niille tyypillisten normien ja odotusten sääntelemänä (Noppi & Niemi 2017, 264). Mediamuodot, genret, medialogiikat ja toimijat sekoittuvat keskenään (Knuutila & Laaksonen 2020). Perinteisen joukkotiedotuksen yhdeltä monille -viestinnän rinnalla nousee monilta monille -viestintä, jossa tiukat rajalinjat median ja yleisön, vaikuttajan ja vaikutettavan, välillä hämärtyvät. Periaatteessa kuka tahansa voi luoda ja jakaa sisältöjä, ja vaikuttaa siten asioiden merkityksistä käytäviin kamppailuihin (ks. kuvat 2 ja 3). Valta on niillä, jotka kykenevät luomaan, liikuttamaan ja ohjaamaan informaatiovirta omien tavoitteidensa mukaisesti (ks. Chadwick 2013).

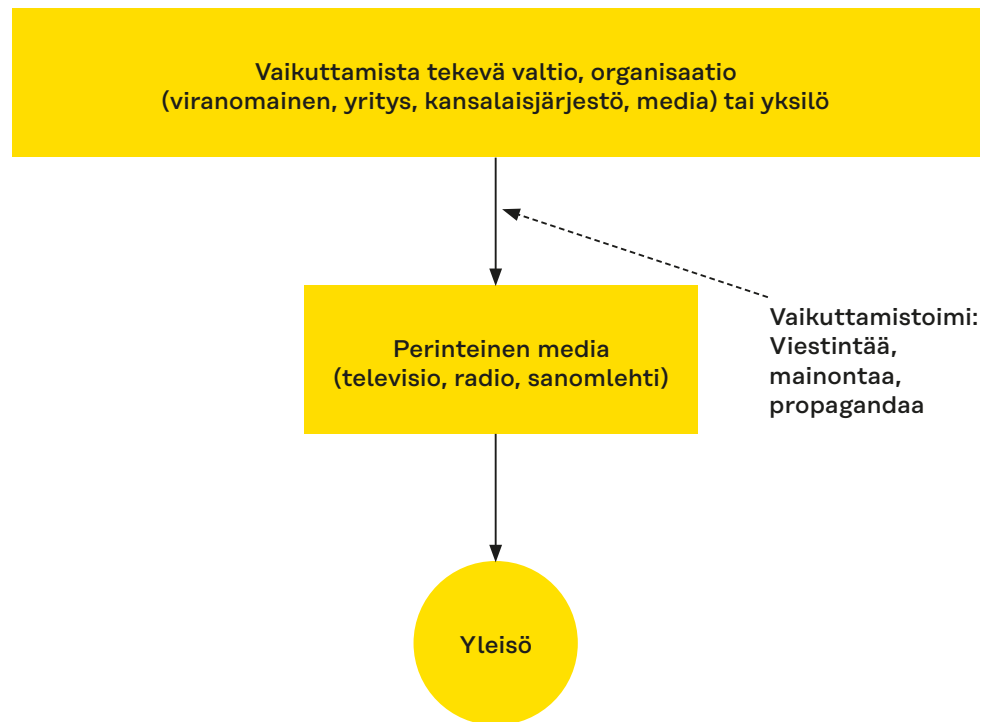
Hybridissä mediaympäristössä erilaisia mediamuotoja ei ole mahdollista tarkastella toisistaan erillisinä, koska niiden toimintatavat tukevat toisiaan monin eri tavoin (Knuutila & Laaksonen 2020). Yhtäältä perinteisellä medialla on yhä keskeinen tiedon välittäjän ja vallan vahtikoiran rooli osana hybridin mediajärjestelmää. Perinteisen median sisältöjä ja esiin nostamia ilmiöitä kommentoidaan näkyvästi sosiaalisessa mediassa, ja usein someilmiöt kasvavat yhteiskunnallisesti merkittäväksi vasta perinteisen median niihin tartuttua (ks. Vonbun ym. 2016). Perinteisen median ja alustojen vuorovaikutusta tutkineet Gary King ja kumppanit (2017) kuvaavat perinteisen median agendan määrittämisvaltaa suunnattomaksi. Ilmiö korostuu Pohjoismaissa, joissa perinteisen median tavoittavuus on yhä huomattavan suurta. Suomessakin perinteisen median tarjoamat uutiset tavoittavat viikoittain edelleen yli kolme

neljännestä aikuisväestöstä (Reunanen 2020).

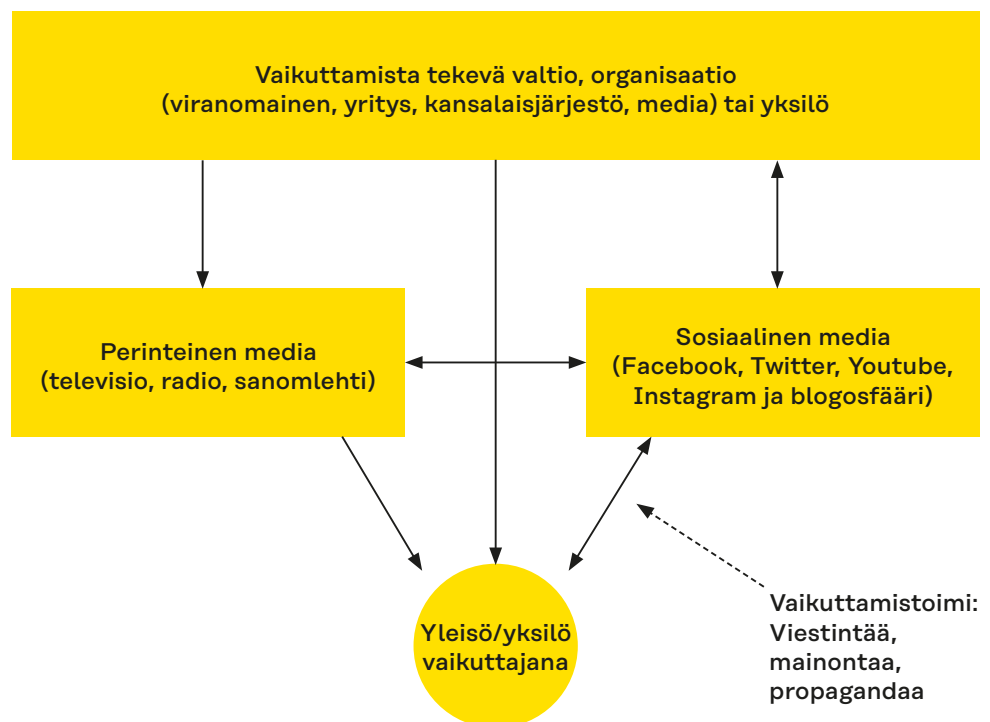
Toisaalta alentuneet jakelu- ja julkaisukustannukset ovat tuoneet tiedonvälityksen markkinoille hurjan määrän uusia toimijoita, jotka haastavat perinteisen median roolia tiedon portinvartijana ja keskusteluagendan asettajana yhä voimakkaammin. Hybridissä mediaympäristössä politiikasta tehdyt tulokset tulevat määritellyksi huomattavasti laajemmassa kontekstissa kuin perinteisessä mediassa, jossa korostuu poliittisen eliitin ja toimittajien välinen vuoropuhelu. Sosiaalinen media mahdollistaa siten poliittisten kysymysten reaaliaikaisen uudelleen kehystämisen ja yhteisöllisen tulkinnan (Noppi & Niemi 2017, 267).

Demokratian näkökulmasta sosiaalisen median nousua voikin pitää monella tapaa positiivisena kehityskulkuna. Se on kasvattanut mediaympäristön moniäänisyyttä ja monimuotoisuutta ja lisännyt erityisesti nuorten ja naisten osallistumista yhteiskunnallisiin keskusteluihin (ks. Kleis Nielsen & Fletcher 2020). On tervettä, että uusia aiheita ja ilmiöitä nousee julkiseen keskusteluun muualtakin kuin perinteisestä mediasta ja keskustelijoiden joukko laajenee.

Samalla on syytä muistaa, etteivät hierarkiat ole silti mihinkään kadonneet hybridistä mediajärjestelmästäkään, ne vain määrittyvät eri tavoin kuin joukkotiedotusvälinekeskeisessä julkisuudessa (González-Bailón 2019). Verkostoteorian yksi keskeisistä opeista on se, että verkoston keskeiset solmukohdat tulevat yhä keskeisemmiksi sitä mukaa, kun verkoston koko kasvaa (ns. Mattheus-vaikutus). Ilmiötä on analysoitu ”supertähtien taloutena” niin urheilu-, kulttuuri-, kuin tiedemaailmassakin. Esimerkiksi Facebookissa erilaiset yhteisöt tai Twitterissä suosittu ihmiset ovat solmukohtia, joiden ympärille verkostot rakentuvat. Kun näihin palveluihin tulee uusia käyttäjiä myös he päätyvät helposti seuraamaan jo valmiiksi tunnettuja suosittuja käyttäjiä. Monien alustojen algoritmit on myös ohjelmoitu suunnittelemaan käyttäjille jo ennestään suosittuja profiileja.



Kuva 2. Mediavälitteinen vaikuttaminen joukkotiedotusvälineiden hallitsemassa mediaympäristössä



Kuva 3. Mediavälitteinen vaikuttaminen hybridissä mediaympäristössä

Sama logiikka pätee alustoilla kiertäviin sisältöihin. Algoritmit vahvistavat jo ennestään suosittujen sisältöjen suosiota. Toisin sanoen suosio, maine ja vaikutusvalta kasautuu, eli rikkaat rikastuvat. (Aral 2020.) Sama logiikka selittää digitaalisen ajan suuryritysten, kuten Googlen ja Facebookin hallitsevaa asemaa. Näistä yhtiöistä on tullut solmuja, jotka pitävät kasassa kokonaisia globaaleja verkostoja. (Vihma ym. 2018.)

Digitaalisten teknologioiden läpimurto onkin tehnyt mediavälitteisestä todellisuudesta monella tapaa aiempaa vaikeammin ymmärrettävän. Yhtäältä se murtaa vanhaan joukkotiedotusvälinekeskeiseen mediaympäristöön liittyneitä hierarkioita ja luo tilaa verkon laitamilta nouseville yllättäville ilmiöille, mutta toisaalta se luo uudenlaista epätasa-arvoa toimijoiden välille nostamalla näkyviä toimijoita yhä näkyvämpää asemaan. Perinteisten tiedon portinvartijoiden (journalistinen media) rinnalle ja ohi ovat kasvaneet uudet datan portinvartijat (someyhtiöt ja niiden algoritmit). Pienet muutokset somealustojen käyttöliittymissä tai sisältöjä suodattavissa algoritmeissa saattavat johtaa merkittäviin yhteiskunnallisiin vaikutuksiin. Esimerkiksi Facebookin päätös painottaa käyttäjien lähimpien ystävien ja perheen päivityksiä uutisvirroissa mainosten ja mediasisältöjen sijaan on alustavien tutkimusten mukaan johtanut poliittisesti kiistanalaisten aiheiden ja ärtyneiden reaktioiden määrän kasvuun (Aral 2020, 85).

Mediajärjestelmän haavoittuvuudet ovat lisääntyneet

Mediaympäristön muutoksessa ei ole kysymys vain huomiovallan uudelleenmäärittämisestä, vaan laajemmasta kulttuurisesta ja yhteiskunnallisesta murroksesta. Siinä missä perinteisen median toiminnalle ja sen ympärille rakentuneelle julkisuudelle on vuosisatojen aikana luotu normit ja ammatilliset standardit, mitään vastaavaa kontrolli-

mekanismia ei ole toistaiseksi syntynyt verkkoon.

Nopeasti, vain reilussa vuosikymmenessä, tapahtunutta mediaympäristön murrosta ei vielä laajasti sisäistetty. Sisältöjen laadun tai merkittävyyden arvioiminen, mikä oli ennen pitkälti tiedon journalististen medioiden kaltaisten portinvartijoiden käsissä, on siirtynyt yhä enemmän tiedon vastaanottajille. Se on avannut kokonaan uuden pelikentän ihmisten kognitiivisten haavoittuvuuksien hyödyntämiselle (Mair ym. 2019, 11–12.). Mis- ja disinformaatiolla manipulointi ja häirintä toimivat, koska ihmiset ovat lähtökohtaisesti laiskoja tarkistamaan faktoja – erityisesti silloin kun informaatio ei sodi heidän ennakkokäsityksiään vastaan (Nothhaft ym. 2019, 39–40). Mitä tarkempaa tietoa ihmisten mieltymyksistä ja mielipiteistä on saatavilla, sitä tarkemmin heidän heikkouksiaan voidaan käyttää hyväksi.

Kyse ei ole ensisijaisesti siitä, että yksittäisen ihmisen mieli onnistuttaisiin manipuloimaan, vaan siitä, että ihmiset sopeuttavat mielipiteitään ja uskomuksiaan yhteisön arvoihin sopiviksi. Sosiaalisen median verkostorakenne vaikeuttaa ilmiöiden todellisen suosion arviointia, koska yksilön näkymä todellisuuteen on aina hänen omien verkostojensa määrittämä. (Lewandowsky ym. 2020, 75–77.) Informaatiovaikuttamisella – trollien, bottien ja strategisten narratiivien avulla – on mahdollista entisestään vinouttaa sitä, mikä kulloinkin mielletään yhteisön dominoivaksi mielipiteeksi. Tietokirjailija Peter Pomerantsev (2019) kutsuu ilmiötä *keinotekoisien konsensuksen* rakentamiseksi.

Salaliittoteorioiden viljely ja levittäminen on tästä hyvä esimerkki. Välttämättä oleellista ei ole se, kuinka monet ottavat ne tosissaan, vaan se, kuinka ne vaikuttavat informaatioympäristön luotettavuuteen. Joidenkin etuna voi olla levittää kyynisyyttä niin laajalle, että ihmiset alkavat nähdä juonittelua ja vääriä tietoja kaikkialla ympärillään, eivätkä tiedä enää mihin uskoa.

Tällainen keskustelujen hämmentäminen on strategiana tuttu jo tupakkateollisuuden vuosikymmeniä kestäneestä kampanjasta regulaation torjumiseksi. Tupakkayritykset tehtailivat omia tutkimuksiaan, jotka haastoivat käsityksiä tupakan ja syövän yhteydestä sekä tupakan addiktiivisuudesta. Hämmentämisen tavoitteena ei välttämättä olekaan yksittäisen asiantilan muuttaminen, vaan toimijalle otollisten olosuhteiden ylläpitäminen ja päätöksenteon lamauttaminen, kuten viime vuosina on nähty esimerkiksi ilmastonmuutosta koskevassa keskustelussa.

Hybridissä mediajärjestelmässä hämmentäjät ja häiritsijät voivat käyttää hyväkseen ihmisten luottamusta vanhaan järjestelmään, koska ymmärrys siitä, mikä on teknologisesti mahdollista, laahaa perässä (Nothhaft ym. 2019, 40). Harhautustarkoituksessa tehtyjen valeutisten ydin on juuri se, että ne matkivat ulkoisesti journalismia, mutta eivät ole sitä. (Vehkoo 2019.) Suomesakin tunnetut mis- ja disinformaatio toimijat ovat pyrkineet esittäytymään milloin ”Toimittajaliittona”, milloin ”Eurooppalaisena hybridiosaamiskeskuksena”.

Liberaaleissa demokratioissa vanhan mediajärjestelmän ytimessä on ollut luottamus siihen, että väärät tiedot ja valheet voidaan paljastaa ja niiden levittäjät voidaan saattaa vastuuseen. Järjestelmä on ollut itseään suojeleva, eikä tarvetta sensuurille ole ollut niin kauan, kun pelisäännöt ovat laajalti jaetut. (Nothhaft ym. 2019, 42). Yksi suurimmista hybridin mediajärjestelmän ongelmista on se, että valehtelijaa ei enää helppoa saada vastuuseen, eikä valheiden paljastamisella ole välttämättä mitään merkitystä. Länsimaissa on havaittu, kuinka kansalaiset kyllä toivovat, että uutismediat paljastaisivat valheita yksiselitteisemmin ja voimakkaammin, mutta pelkona on, että suoraviivaisempi valheiden nimeäminen johtaa entistä kovempaan valtamediakritiikkiin sekä väärin tietojen tai narratiivien vahvistumiseen (Newman 2020). Väärän

tiedon levittäjät voivat käyttää niin vastakainasettelua kuin epävarmuutta hyväkseen.

Toistaiseksi näyttää siltä, että hybridissä mediajärjestelmässä voimasuhteet ovat kääntyneet vanhan mediajärjestelmän pelisäännöistä vähät välittävien hämmentäjien ja häiriköiden eduksi. Kuten Sitran megatrendit 2020-raportissa todetaan, tiedon sijaan hämmennys on valtaa (Dufva 2020). Valeutisten, huhujen ja salaliittoteorioiden levittäminen on helppoa ja halpaa digitaalisessa viestintäympäristössä. Kiinnijäämisen pelko on pieni. Lisäksi disinformaation näkyväksi tekeminen ja alas ampuminen saattaa jopa palvella sen lähettäjän etua herättämällä epäluuloa kaikkea tietoa kohtaan.

Vaikuttamisen kannusteet

Television katsottiin ainakaan vahvistavan ulkonäön ja esiintymistaidon merkitystä politiikassa asiaosaamisen rinnalla (Noppari & Niemi 2017). Uuden aikakauden lähtölaukauksena on usein nostettu esiin Yhdysvaltojen presidentinvaalien ensimmäinen televisioitu vaalitentti, joka järjestettiin vuonna 1960. Televisiokatsojien mielestä nuori ja dynaaminen John F. Kennedy pesi hikoilevan ja väsyneeltä näyttäneen Richard Nixonin, kun taas saman väittelyn radiokuuntelijat nimesivät Nixonin voittajaksi. (ks. Druckman 2003.) Vastaavalla tavalla sosiaalinen media vahvistaa tietynlaisia viestintätapoja ja toimijoita. Sosiaalisessa mediassa korostuu kyvykyys räätälöidä viesti alustojen ja verkkokulttuurin edellytysten mukaan. Se edellyttää ymmärrystä alustojen medialogiikasta ja algoritmeista.

Julkisuuden tutkijat ovat nostaneet esiin tunteiden merkitystä digitaalista julkista tilaa määrittävinä tekijöinä (mm. Knuutila & Laaksonen 2020). Tutkimuksissa on havaittu, että erityisesti negatiiviset tunteet, kuten viha (ks. Fan ym. 2014) ja närkästys (ks. Knuutila 2019) ovat tehokkaita reaktioi-

den kerääjiä ja viestinviejiä. Mediatutkija Susanna Paasonen (2014) on puhunut ”tahmeista sisällöistä”. Koukuttavimmat viestit ovat usein samanaikaisesti sekä viihdyttäviä että häiritseviä. Yllättävyys, shokeeraavuus ja uutuusarvo ovat ominaispiirteitä, jotka on vahvasti kytketty myös vale uutisten ja muun harhaanjohtavan sisällön leviämiseen (Aral 2020, 221).

Tunne vetoisessa julkisessa tilassa keskeistä on se, miten informaatio esitetään. Vaikuttavat kehykset ovat usein tunnepitoisia. Kuten Knuutila & Laaksonen (2020) kirjoittavat, ne pyrkivät vaikuttamaan vastaanottajien ennakkoluuloihin ja perustunteisiin, kuten iloon ja pelkoon siten, että tunne syrjäyttää rationaalisen ajattelun. Maltillisella, eri näkökulmia punnitsevilla faktapohjaisella mielipiteellä on tällaisten kannustinten vallitessa vaikeampi saavuttaa yhtä paljon huomiota kuin tarkoituksellisen kärkkäällä kärjistyksellä. Sillä voi olla kauaskantoisia vaikutuksia keskustelukulttuuriin, jos huomiota haluavat ihmiset päätyvät ilmaisemaan yhä radikaalimpia näkökantoja – ja jo valmiiksi kärjekkäät keskustelijat nousevat entistä näkyvämpään asemaan. Tilanteesta tulee demokratian ihanteiden kannalta ongelmallinen etenkin, jos hillitymmät, punnitsevat keskustelijat jättäytyvät sivuun.

Taloudellista tulostaan maksimoivan someyrityksen näkökulmasta tilanteessa ei ole mitään ongelmaa niin kauan, kun sisältö saavuttaa ihmisten huomion ja pitää heidät läsnä alustalla, jossa käyttäjät joko tuottavat dataa tai ovat mainostajien tavoitettavissa. Jos esimerkiksi ihmisten nähdään koukuttuvan vihaa ja konflikteja herättävistä sisällöistä, on todennäköistä, että algoritmit nostavat tällaisia tunnetiloja ruokkivia sisältöjä näyttävästi esiin. Jos tunteet sitouttavat, on luonnollista, että algoritmien avulla suodatettu sisältö pyrkii tunnereaktioiden herättämiseen.

Sosiaalisen median alustat kannustavat alatyylisiin, törkeyksiin ja paskapuheeseen niin kauan kuin ne hyötyvät siitä taloudelli-

sesti. Erityisesti monet populistiset johtajat ovat hyödyntäneet tehokkaasti ”vihaisuuden ajan” tunnekulttuuria tekemällä poliittista korrektiutta rikkovasta alatyylisestä nettipuheesta tavamerkkinsä (Ikäheimo & Seuri 2020). Muun muassa Filippiinien presidentti Rodrigo Duterte on kunnostautunut seksististen kommenttien saralla aina naispormestarin alushousuista kiinnipitämisestä raiskausvitseihin. Brasilian presidentti Jair Bolsonaro taas on tunnettu seksistisestä, homofobisesta ja rasistisesta puheesta. Vakiintuneiden moraalisten tai kielellisten normien uhmaamisen on määrä alleviivata heidän anti-elitististä politiikkaansa ja ”aitouttaan”. Huumori voikin parhaimmillaan olla kumouksellinen voima, mutta valtaapitävien miesten käsissä se on vain yksi tapa lyödä alaspäin yhteiskunnallisesti heikommassa asemassa olevia. (Pomerantsev 2019.)

Vain hieman kärjistäen voikin todeta, että toistaiseksi uuden hybridin viestintäympäristön häviäjiä ovat olleet maltilliset äänet, perinteiset asiantuntijat ja instituutiot, jotka eivät joko kykene, pysty tai halua mukautua tunne vetoisten alustojen toimintalogiikkaan. Ilmiselviä voittajia taas ovat olleet trollit, häiriköt ja hämmentäjät, jotka pystyvät hyödyntämään kaikkia toimiviksi todettuja somenarratiivien ja algoritmisen eskalaation keinoja saadakseen maksimaalisen näkyvyyden.

Paradoksi tässä on, että kun maailmasta tulee yhä kompleksisempi, informaatioympäristö edellyttää yhä yksinkertaistetumpaa viestintää. Kehitys on ollut vallalla jo pitkään, aina sanomalehtien dominoivan julkisuuden murtumisesta saakka: ”The more accessible the technology, the simpler a winning voice becomes” (Singer & Brooking 2018, 159). Yksinkertaisuuden, tunteikkouden, synkkyyden ja moraalisen vetoavuuden ovat toki ymmärtäneet myös ruohonjuuritaason aktivistit – tunnetuimpana esimerkkinä ilmastoaktivisti Greta Thunberg ja hänen tukijoukkonsa.

Mediakulutuksen eriytyminen

Oxfordin yliopistossa toimivan Reuters instituutin vuotuiset raportit tarjoavat kattavan kuvan mediakäytön globaaleista trendeistä. Vuoden 2019 raportissa (Newman ym. 2019.) nousee uutisten kuluttamisen osalta esiin kaksi voimistuvaa trendiä. Ensinnäkin älypuhelimien ja sosiaalisen median merkitys uutisten kuluttamisessa kasvaa. Tämä trendi korostuu varsinkin nuorissa ikäryhmissä. Lähes puolelle alle 25-vuotiaista aamun ensimmäinen kontakti uutisiin tapahtuu sosiaalisen median alustojen kautta. Luku on korkea, lähes 40 prosenttia, myös alle 35-vuotiaiden keskuudessa. Yli 35-vuotiaille televisio on yhä suosituin foorumi uutisten pariin.

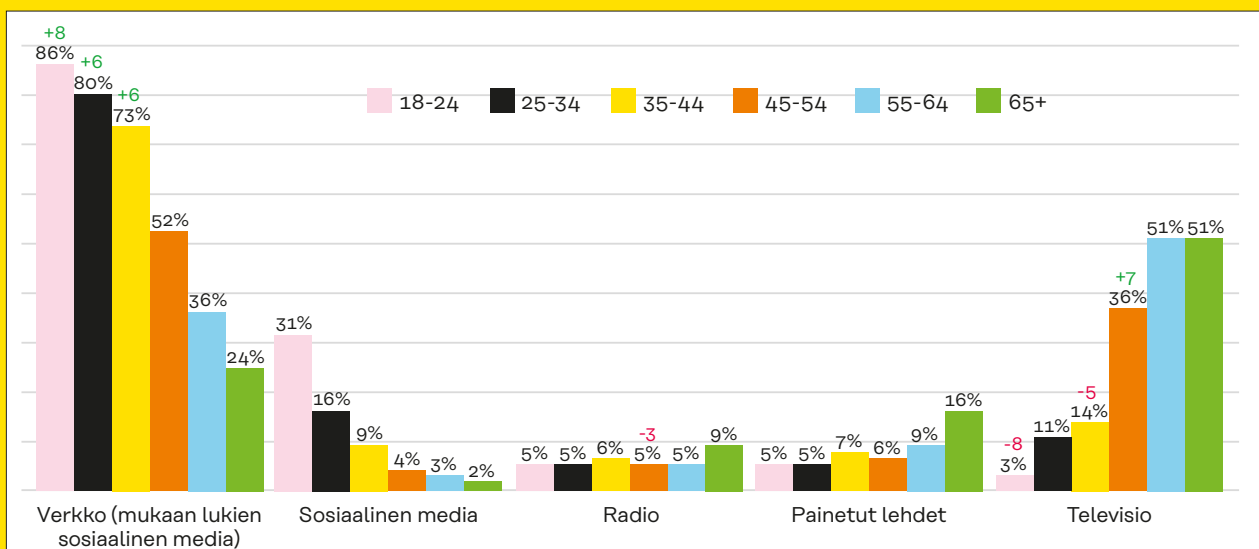
Toiseksi erot mediakäytössä ja suhtautumisessa mediaan kasvavat eri ikäryhmien välillä. Mediabrändit ovat vielä tärkeitä yli 35-vuotiaille ja heillä on myös nostalginen suhde "vanhoja" formaatteja, kuten printtilehteä kohtaan. Alle 25-vuotiaille mediabrändeillä on vain vähän merkitystä. Toisin kuin yli 35-vuotiaat, he eivät juuri hakeudu esimerkiksi sovellusten kautta suoraan uutissivustoille, vaan he kääntyvät sosiaalisen media palveluiden uutisvirtojen puoleen. He odottavat uutisten kuluttamiselta samaa helppoutta, viihdyttävyyttä ja yksilöllistä relevanssia kuin mitä muut suosittu palvelut, kuten Facebook, Netflix ja Spotify pystyvät tarjoamaan. Visuaalisuuden merkitys korostuu pitkien tekstien sijaan.

Kiteytettynä meneillään on siirtymä kohti yhä digitaalisempaa, mobiilimpaa ja somevetoisempaa mediaympäristöä. Erityisesti nuoret kuluttavat uutisia henkilökohtaiseen tarpeeseen ja tarpeen määrittämisessä sosiaalisen median algoritmeilla ja niiden toimintalogiikalla on suuri merkitys. Somealustojen algoritmien rooli uutisvirtojen portinvartijana kasvaa, koska ovat kasvavalle joukolle nuoria tärkeämpiä reittejä myös perinteisen median sisältöjen pariin. Perinteisen median näkökulmasta tilanne on vaikea, koska mainostulot valuvat alustoja pyörittäville someyhtiöille.

Moneen muuhun maahan verrattu perinteisen journalistisen median asema on säilynyt Suomessa vahvana. Sen tarjoamat uutiset tavoittavat viikoittain edelleen yli kolme neljänestä aikuisväestöstä. Toisin kuin muualla, suomalaiset myös hakeutuvat yhä suurin joukoin suoraan tunnettujen medioiden uutissivustoille. Reutersin Suomen maaraportin (Reunanen 2020, 7–10) mukaan mediakulutuksen ja -käytön voimakkaasta eriytymisestä ikäryhmittäin on silti merkkejä Suomessakin (ks. kuva 4). Perinteinen media on yhä tärkeä uutiskanava keski-ikäisille ja sitä vanhemmille väestölle. 18–34-vuotiaista taas yli 80 prosenttia ilmoittaa verkon (mukaan lukien sosiaalinen media) tärkeimmäksi uutislähteekseen.

Henkilökohtaistuvassa, algoritmivetoisessa ja hajautuvassa uudessa julkisuudessa on nähty monia vaaroja. Erityisesti huolena on pidetty sosiaalista erilleen ajautumista eli arkikielisesti kuplautumista, jota algoritmien on pelätty vahvistavan. Toistaiseksi empiirisissä tutkimuksissa huolille on löydetty vain vähän katetta. Huolimatta uutistarjonnan eksponentiaalisesta kasvusta massayleisöjen eroosio on toistaiseksi ollut ennakoitua vähäisempää. Myöskään uutiskulutuksen kapenemiselle ja kuplille ei ole löydetty vastinetta todellisuudesta. Päinvastoin sosiaalisen median ja hakukoneiden on havaittu lisäävän eri tavoin uutisten kuluttamisen monipuolisuutta, koska verkossa toimiessaan ihmiset altistuvat sekä omien verkostojensa että algoritmien heille tarjoamille yllättäville löydöksille. (ks. Kleis Nielsen & Fletcher 2020.)

Vaikka perinteisen median asema onkin Suomessa yhä kansainvälisesti tarkasteltuna vahva, siirtymä joukkotiedotusvälinekeskeisestä julkisuudesta yhä monimuotoisempaan julkisuuteen on vahvasti käynnissä myös meillä. Kiinnostavaa onkin seurata, mitä tästä seuraa lähitulevaisuudessa. Johtaako se yhä voimakkaampaan keskittymiseen vai erilaisten alakulttuurien, osajulkisuuksien ja identiteettien kakofoniaan? Pystyvätkö perinteiset mediat kaikesta huolimatta säilyttämään keskeisen asemansa julkista keskustelua yhteen kokoavana ja sitovana liimana?



Kuva 4. Pääasialliset uutislähteet ikäryhmittäin Suomessa (Lähde: Reuters-instituutin Digital News Report, Suomen maaraportti 2020)

Poliittinen viestintä ja kampanjointi: Yhä kohdennetumpia viestejä

Tällä hetkellä arviolta noin kolme miljardia ihmistä käyttää aktiivisesti sosiaalista mediaa ja määrä kasvaa koko ajan. Viettämällä aikaa sosiaalisessa mediassa, tykkäämällä, keskustelemalla ja verkostoitumalla ihmiset ovat luoneet datayhtiöiden käyttöön ennen näkemättömän laajan datapankin, jota Facebookin datatiimin johtaja on verrannut ”mikroskoopiksi, jonka avulla pystytään tarkastelemaan ihmisten käyttäytymistä reaaliaikaisesti erittäin hienovaraisella tasolla” (Simonite 2012). Yhdysvaltalainen markkinatutkimusyhtiö International Data Corporation arvioi, että seuraavan kolmen vuoden aikana tuotetaan yhtä paljon dataa kuin edellisten 30 vuoden aikana. (Reinsel ym. 2020.)

Kehityksen valossa on luonnollista, että sosiaalisesta mediasta on tullut myös yksi keskeisimmistä poliittisen viestinnän ja kampanjoinnin areenoista. Medianäkyvyyden saavuttaminen on elinehto menestykselle vaaleissa ja sosiaaliseen mediaan panostaminen on houkutteleva vaihtoehto etenkin niille toimijoille, joilla ei ole keinoja tai resursseja hankkia näkyvyyttä perinteisessä mediassa. Tilastojen mukaan populistiset puolueet ja liikehdinnät ovat olleet erityisen hanakoita hyödyntämään sosiaalista mediaa osana vaikuttamisstrategioitaan, ja ne ovat myös käyttäneet rahaa somekampanjointiin muita puolueita enemmän. (European Commission 2019)

Poliittiset toimijat tekevät edelleen myös massakampanjoita perinteisessä mediassa, mutta painopiste on siirtymässä kohti mikrotargetointia eli räätälöityjen viestien kohdistamista pienille yleisösegmenteille heistä kerätyn tiedon pohjalta (emt). Esimerkiksi Iso-Britannian EU-eroa kannattanut Vote Leave -kampanja käytti lähes koko budjettinsa Facebook-kampanjointiin. Sosiaalisen median avulla se pystyi sivuutta-

maan perinteiset mediat täysin ja viestimään suoraan kannattajilleen.

Sosiaalisessa mediassa toteutettavat kampanjat edellyttävät eri tavalla teknistä osaamista kuin perinteisessä mediassa toteutetut kampanjat. Suurin osa datasta on hajanaista tai vaikeasti strukturoitavassa muodossa, minkä vuoksi apuna käytetään usein Cambridge Analytican kaltaisia datan louhintaan ja algoritmiseen vaikuttamiseen erikoistuneita PR-toimistoja. Tykkäysmäärät, sijaintitiedot, verkostot, keskustelunaiheet täytyy osata muuttaa analysoitavaan muotoon, jotta päästään kiinni trendeihin, malleihin tai ilmiöiden välisiin vaikutussuhteisiin. Teknisesti kyvykkäille toimijoille sosiaalinen media mahdollistaa käyttäjien tietojen hyödyntämisen ainakin neljällä eri tasolla (Bjola 2019, 20–21):

Temaattiset profiloinnit: Suosituimpien keskustelunaiheiden tarkastelu alueittain ja ikäryhmittäin. Data on helposti saatavilla ja hyödynnettävissä.

Verkostoprofiloinnit: Verkostoanalyysin avulla voidaan kartoittaa ja tutkia vuorovaikutuksen malleja, ja päästä siten paremmin kärryille siitä, miten viestit leviävät eri sosiaalisissa verkostoissa, kenen kanssa ihmiset ylipäätään ovat vuorovaikutuksessa sekä ketkä ovat vaikuttajia ja potentiaalisesti myös tärkeitä vaikutettavia yksilöitä tai ryhmiä. Edellyttää temaattista profilointia enemmän teknistä kyvykkyyttä.

Väestötietoprofiloinnit: Sosioekonomiset taustatiedot, kuten ikä, sukupuoli, koulutustaso, tulotaso, siviilisääty, ammatti, etninen tausta ja uskonto ovat potentiaalisesti erittäin tärkeitä indikaattoreita vaikutettaessa ihmisten mieltymyksiin tai käyttäytymiseen. Väestötietojen osalta sosiaalisen median tiedot ovat monelta osin vinoutuneita koko väestöön verrattuna, mutta niiden avulla voi silti ymmärtää verkossa tapahtuvaa poliittista vuorovaikutusta, erityisesti kohdennettua viestinnän ja segmentoinnin näkökulmasta.

Psykologiset profiloinnit: Sosiaalisen median data mahdollistaa psykologisten

piirteiden mittaamisen ja arvioimisen (introvertti-ekstrovertti, seikkailunhaluisuus, tunnollisuus) ja persoonallisuustyyppien hyödyntämisen viestien kohdentamisessa. Ennen Googlea, Twitteriä ja Facebookia tällaisten tietojen käsiin saaminen oli lähes mahdotonta. Koneellisesti tehdyt arviot henkilöiden persoonallisuustyypeistä voivat joidenkin arvioiden mukaan olla jopa kollegoiden tai kumppaneiden tekemiä arvioita tarkempia. Tällaiseen dataan kiinni pääseminen ei ole helppoa, datayhtiöillä se kuitenkin on jo käytössään ja myös aktiivisesti hyödynnettyä.

Psykografinen käyttäytymisanalyysi oli yksi Cambridge Analytica -yhtiön myymistä palveluista, ja yritys hyödynsi Trumpin vuoden 2016 kampanjassa oletettavasti ainakin jonkinlaista psykologisten profiloitien ja väestötietojen yhdistelmää, jonka pohjan yritys oli luonut Trumpin esivaalikilpailijan, republikaanien Ted Cruzin kampanjan yhteydessä. Osin laittomasti hankittujen henkilökohtaisten tietojen avulla pystyttiin luomaan eri kohderyhmille tarkasti kohdennettuja viestejä. Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaalien informaatiovaikuttamista tutkineen Philip N. Howardin (2020) mukaan merkittävä osa kampanjaviestinnästä oli kohdennettu kaikista tiukimmin kilpailuihin vaalipiireihin, joissa pienillä siirtymillä saattoi olla suuri vaikuttavuus. Kohdentamisen tarkkuudesta kertoo se, että vain muutamia kuukausia ennen vaalipäivää kansallista turvallisuutta koskevia virheellisiä tietoja kohdistettiin muun muassa USA:n armeijan työntekijöille, veteraaneille ja heidän perheilleen.

Laajan datan keruun avulla pystytään arvioimaan paljon aiempaa tarkemmin, ketkä mahdollisesti voisivat olla viesteille vastaanottavia henkilöitä. Sen vuoksi kansallisen tason keskiarvot esimerkiksi disinformaation määristä ja levinneisyydestä eivät kerro koko kuvaa kohdennettujen kampanjoiden vaikuttavuudesta. Pyrkimyksenä on nimenomaan kohdistaa vaikuttamisen suostuteltavissa oleviin ryhmiin. Toimit-

taja, tietokirjailija Jamie Bartlettin (2018) termein olennaista on ”vastaanottavaisten äänestäjien universumin luominen”.

Sosiaalisen median algoritmit mahdollistavat kampanjaviestien jatkuvan testaamisen, jolloin käyttäytymistieteen kehittyneimpiä tekniikoita voidaan hyödyntää terävöittämään viestien tehokkuutta strategisesti tärkeissä vaiheissa. Vote Leave -kampanjan päästrategi Dominic Cummings (2017) on kertonut blogissaan, että pelkästään kampanjan viimeisinä viikkoina he testasivat yli 450 erilaista Facebook-mainosta nähdäkseen, mitkä viestit vetävät parhaiten. Tehokkaimiksi osoittautuivat yksinkertaiset poliittiset valheet – muun muassa väite, että Britannia maksaa EU:lle 350 miljoonaa puntaa viikossa ja tuo summa voitaisiin eron myötä käyttää lyhentämättömänä kansalliseen terveydenhuoltoon – joten viestinnässä keskityttiin niiden toistamiseen johdonmukaisesti. Totuusarvot saivat väistyä ”viraalisuuden” tieltä.

On oleellista muistaa, että monet kysymykset sosiaalisessa mediassa toteutettujen kampanjoiden vaikuttavuudesta ovat yhä vaille vastauksia. Manipuloinnin, disinformaation tai muun kohdennettun viestinnän vaikutusten irrottaminen kaikesta muusta informaatiosta, jolle henkilö altistuu vaalien aikana, on erittäin vaikeaa. Muun muassa politiikan tutkija David Karpf (2019) on esittänyt kriittisiä arvioita siitä, kuinka tarkkoja psykologisia profiloitteja Facebook-tykkäysten perusteella voidaan saada aikaan tai mikä niiden tuottama lisähyöty on suhteessa aiemminkin käytössä olleisiin tarkkoihin väestötietoihin. Samoin arviot Venäjän toteuttamien disinformaatio-operaatioiden suorista vaikutuksista sekä Brexit-äänestyksen että Yhdysvaltojen vuoden 2016 presidentinvaalien osalta vaihtelevat laidasta laitaan (ks. Sides ym. 2018; Aral & Eckles 2019). Osin epä tietoisuuden takia sosiaalisessa mediassa tapahtuvan vaikuttamisen ja manipulaation ympärillä on myös paljon turhaa paniikinlietson- ta ja hypeä (Runciman 2018).

Uusiin digitaalisiin vaikuttamiskeinoihin liittyvät uhkakuvat ovat silti todellisia. Valesisällöt voivat täsmällisesti kohdennettuna ja oikein ajoitettuna olla hyvinkin vaikuttavia – ne voivat ratkaista tarvittavat lisä-äännet tiukoissa vaaleissa. Mutta disinformaation tai muun manipuloivan sisällön ei edes tarvitse olla suoraan vaikuttavaa ollakseen vahingollista. Epäsuorat vaikutukset,

kuten laskeva luottamus informaatioympäristöön tai faktoihin ylipäättään, voivat olla paljon merkittävämpiä ja pidempi kestoisia (ks. Lewandowski ym. 2017). Puhumattaakaan siitä, kuinka ihmisten kohteleva manipuloitavina sätkynukkeina nakertaa ajatusta demokratian ytimeen kuuluvasta aktiivisesta ja valveutuneesta kansalaisuudesta.

"Ihmisten kohteleva manipuloitavina sätkynukkeina nakertaa ajatusta demokratian ytimeen kuuluvasta aktiivisesta ja valveutuneesta kansalaisuudesta."

4. Esimerkkitapauksia

Onko rakentava keskustelu mahdollista Twitterissä? Miksi ja miten meemit haastavat ja vahvistavat valtasuhteita? Miten eri puolueita edustavat kansanedustajat viestivät sosiaalisessa mediassa? Miltä keskustelu Suomen liittymisestä EU:hun näyttäisi nyt? Esimerkkitapaukset kertovat mediavälitteisen vaikuttamisen murroksen käytännön seurauksista.



Tätä selvitystä varten on haastateltu syksyn 2019 ja kevään 2020 välisenä aikana asiantuntijoita, jotka tarkastelevat julkisuutta, sosiaalista mediaa ja mediavälitteistä vaikuttamista eri näkökulmista joko työnsä tai tutkimusalansa kautta. Esimerkkitaipaukset perustuvat sekä tekemiimme avoimiin haastatteluihin että aihepiireihin liittyvään teoriakirjallisuuteen.

Esimerkkitaipauksissa tarkastellaan vaikuttamisen ja vallan muuttuvia mekanismeja Twitter-keskusteluissa, meemejä yhteiskunnallisen satiirin ja vaikuttamisen työkaluina,

kansanedustajien Twitter-käyttäytymistä vuoden tarkastelujaksolla, puolueiden yhteiskunnallisen roolin nopeaa muutosta sekä pohditaan, miltä keskustelu Suomen EU-jäsenyydestä näyttäisi, jos kansanäänestys aiheesta järjestettäisiin 2020-luvulla. Kansanedustajien Twitter-käyttäytymisen arviointia varten tilattiin erikseen analyysi julkisuusanalytiikkayhtiö Meedius Internationalilta, jonka tekemää analyysia täydennettiin Sitran Kansanvallan peruskorjaus-projektin työssä tehdyillä havainnoilla.

Onko rakentava keskustelu mahdollista Twitterissä?

Kirjoittaja: Hannu-Pekka Ikäheimo

Pekka Saurin Rakentava twiittaaja -palkinto nosti esiin verkostojen aikakauden valtasuhteisiin liittyvät jännitteet. Kamppailua käydään muun muassa siitä, kenen ehdoilla yhteiskunnallista keskustelua käydään.

Sosiaalisen median hallitsemassa 2020-luvun keskustelukulttuurissa on paljon vikaa, jota ei tarvitse esitellä. Alatyylisiä kommentteja, väärinymmärtämistä, oman identiteetin suojelua uhkaavilta mielipiteiltä, ohipuhumista, herjaamista ja jopa uhkailua. Somekanavien välillä on suuria eroja. Twitterillä on Suomessa maine toimihenkilösomena, jossa ovat näkyvästi esillä lähinnä toimittajat, poliitikot ja eri alojen asiantuntijat. Siitä huolimatta, tai ehkä juuri siitä johtuen, sen keskustelukulttuuria pidetään kaikista kärjistyneimpänä.

Kesäkuussa 2018 työelämäprofessori, Helsingin kaupungin entinen apulaiskaupunginjohtaja Pekka Sauri päätti aloittaa yhden miehen taistelun Twitterin keskustelukulttuurin parantamiseksi. Hän rupesi jakamaan viikoittain #rakentavatwiittaaja-tunnustuksia. Tarkoituksena oli kannustaa niin viranomaisia kuin yksittäisiä kansalaisiakin rakentavaan keskusteluun sosiaalisessa mediassa.

Palkinto jaettiin tiistaisin. Aamulla Sauri julisti #rakentavatwiittaaja-päivän alkaneeksi ja pyysi ehdotuksia viikon rakentavaksi twiittaajaksi. Iltapäivällä Sauri teki itsejulistautuneen ylituomarin valtuudella valinnan ehdotusten joukosta.

#rakentavatwiittaaja-tunnustuksesta kasvoi nopeasti monien tuntema "instituutio". Tätä epäilemättä edesauttoi Saurin merkittävä seuraajamäärä Twitterissä - yli 100 000 seuraajaa - ja hänen maineensa rakentavana keskustelijana ja päivystävänä kansalaisten huolien kuuntelijana.

Vaientaako "setämiehen" jakama tunnustus kriittisen keskustelun?

Sauri ehti jakaa tunnustusta joka viikko yli vuoden ajan, aina heinäkuuhun 2019 asti, kunnes seurasi Twitterille tyyppillinen hämmäinen, absurdeja piirteitä saanut kiista, jossa sekä Sauri että #rakentavatwiittaaja

-instituutio joutuivat rajun kritiikin kohteeksi.

Keskustelu leimahti liekkeihin Saurin jaettua yksittäisen Twitter-käyttäjän kritiikin seuraajilleen. Yllättäen kritiikki ei jäänytkaan yksittäistapaukseksi, vaan sai aikaan laajan keskustelun tunnustuksen jakamisen mielekkyydestä. Palkitsemisessa nähtiin ongelmallisenä se, että valkoisena ”setämiehenä” Sauri edustaa hyvinvoivan enemmistön näkökulmaa. Kritisoijien mukaan aihetunniste oli omiaan hiljentämään keskustelua yhteiskunnan rakenteellisista epäkohdista. Sen katsottiin myös ilmentävän harvainvaltaa, jossa kaverit taputtelevat toisiaan selkään ja jakavat tunnustuksia keskenään.

Sauri veti kiistasta nopeat johtopäätökset. Parin päivän kohinan jälkeen hän päätti lopettaa tunnustuksen jakamisen. Julkishalinto ja sosiaalinen media 2020 -kirjassa (2019) Sauri kertoo olleensa täysin varautumaton käänteeseen. Hän ei ollut osannut ottaa huomioon, ettei yhteiskunnallisen keskustelun tarvitse olla rakentavaa, vaan repiivyyks voi olla myös perusteltua yhteiskunnallisten epäkohtien esiin nostamiseksi. Ainakaan ”etuoikeutettujen” ei pidä edellyttää ”sorretuilta” mitään erityistä ”sopivaa” tyyllilajia.

Kumpi on rakentavampaa: konsensus vai konflikti?

Pohjimmiltaan #rakentavatwiittaaja-kiistassa oli kysymys rakentavan keskustelun määritelmästä. Kiistan jakolinjat noudattelivat yhteiskuntatieteissä vuosikymmeniä käytyjä keskusteluja julkisen keskustelun ihanteista. Niitä on syytä avata lyhyesti, koska ne asettavat yksittäistapauksen laajempaan asiayhteyteen.

Eri demokrateoriat asettavat erilaisia ehtoja ihanteelliselle julkisuudelle. Yksi keskeinen jännite koskee sitä, painotetaanko yhtenäisyyttä vai moninaisuutta. Toisin sanoen korostetaanko perusarvojen yhtenäisyyttä ja mahdollisuutta yhteisymmärryksen saavuttamiseen vai korostetaanko intressien

väistämätöntä moninaisuutta ja niistä aiheutuvia konflikteja.

Yhteisymmärryksen tunnetuin teoreetikko on saksalainen filosofi Jürgen Habermas (ks. 2004). Habermasin julkisuusihanteen mukaan keskusteluihin osallistuminen on oltava kaikille avointa ja yhteisistä asioista tulee päättää tasa-arvoisesti harkiten ja keskustellen. Keskustelijoiden asema ja valta ei saa vaikuttaa lopputulokseen. Keskustelun lopputulos määräytyy vain argumenttien pätevyyden perusteella.

Habermasilaisesta näkövinkkelistä julkisella keskustelulla on eräänlainen kaksoistehtävä: Yhtäältä julkinen keskustelu on tärkeää demokraattisen päätöksenteon hyväksyttävyydelle. Päätökset ovat hyväksyttäviä vain, jos kaikki, joita ne koskettavat, voivat halutessaan osallistua niistä käytävään julkiseen keskusteluun. Toisaalta julkisuus on myös yhteisen identiteetin ja poliittisen kulttuurin luomisen väline.

Habermasin paaluttamilla perusteilla on ollut suuri vaikutus julkisuuden ihanteita koskeviin keskusteluihin, käytäntöön ja tutkimukseen. Niitä kohtaan on kuitenkin esitetty myös läjäpäin kritiikkiä. Yhden yleisen kritiikkityypin mukaan Habermasin ajattelu nojaa liiaksi ajatukseen yhteisestä hyvästä ja tukeutuu liiaksi rationaalisuuden ihanteeseen.

Rationaalisen keskustelun asettaminen demokratian ihanteeksi suosii niitä, joilla on parhaat materiaaliset, koulutukselliset ja kulttuuriset mahdollisuudet osallistua. Kritiikin mukaan konsensus- ja rationaalisuusolettamilla rajattu julkinen keskustelu tukee helposti status quon säilyttämistä ja tyypistää poliittisen debatin vain asiantuntijoille ja ammattilaisille varatuksi asioiden hoidoksi.

Teoreettisessa keskustelussa Habermasin ehkä tunnetuin kritisoija on demokrateoreetikko Chantal Mouffe (ks. 2000). Mouffin mukaan julkista keskustelua tulisi tarkastella kamppailuna konsensuksen ja yhteisymmärryksen sijaan. Demokraattisille yhteiskunnille ovat ominaisia ratkaisematto-

mat konfliktit niin poliittisten intressien kuin kulttuuristen arvojen ja ihanteiden välillä ja julkisen keskustelun tehtävänä on tuoda näitä esiin. Mouffen mukaan aidot poliittiset kysymykset ovat sellaisia, jotka edellyttävät valinnan tekemistä kiistanalaisista vaihtoehdoista. Tätä konfliktuaalista lähtökohtaa ei pitäisi yrittää piilottaa, vaan pikemmin tehdä se näkyväksi ja mahdollistaa erilaisten mielipiteiden avoin kamppailu.

"Jakamalla #rakentavatwiittaaja-tunnustuksia Sauri käytti vanhoille julkisuuden portinvartijoille tyypillistä määrittelyvaltaa yhteisen normipohjan rakentamiseen."

Repiväkin keskustelu on osa demokratiaa

Erilaiset tavat hahmottaa rakentavan keskustelun ydin olivat läsnä myös #rakentavatwiittaaja-kiistassa. Sauri näyttäytyi kiistassa habermasilaisena tolkun, harkitun ja fakta-perusteisen keskustelun edistäjä. Tämän hän myös auliisti myöntää.

Saurin ja #rakentavatwiittaaja-tunnuksen mouffelaista vastakuvana taas voidaan pitää #ragettavatwiittaaja-kampanjaa. Tempauksen kriitikot perustelivat uutta kampanjaa muun muassa sillä, että epäoikeudenmukaisuuksia esiin tuodessa keskustelu tulkitaan helposti repiväksi ja raivoisaksi, jos sisältö ei miellytä. Epäkohtien esiin nostaminen ei aina onnistu olemalla rakentava. Sen vuoksi repiväkin keskustelu on osa toimivaa demokratiaa ja ansaitsee tunnustuksen, jos aihe on tärkeä.

Julkishallinto ja sosiaalinen media -kirjassa Sauri kertoo #rakentavatwiittaaja-kohun saaneen hänet pohtimaan sitä, onko sosiaalisessa mediassa ja yhteiskunnassa ylipäättään kaksi eri keskustelukulttuuria: "alhaalta ylöspäin" on oikeutettua käyttää

minkälaista kieltä hyvänsä, mutta "ylhäältä alaspäin" on keskusteltava asiallisesti.

Asia tuskin tyypistyy näin yksinkertaiseen kahtiajakoon. On ymmärrettävää, että vallan kriitikot eivät halua luovuttaa oikeutta määrittellä hyväksyttävän ja ei-hyväksyttävän kritiikin vallanpitäjille. Yhtä lailla on ymmärrettävää, että yhteiskunnallisten instituutioiden perusasetuksena on maltillisten, faktoihin tukeutuvan ja rationaalisen keskustelun edistäminen.

Rajalinjat eivät kuitenkaan pitkään aikaan ole olleet näin selkeärajaisia. Monet populistiset poliitikot niin kotimaassa kuin kansainvälisellä areenalla – Yhdysvaltain Trumpista Brasilian Bolsonaroon – ovat rikkoneet virallisen viranomaisviestinnän ja vastakulttuurin rajoja ja suorastaan tehneet alatyylisestä nettipuheesta tavaramerkkinsä. Hyökkäyksiä poliittista korrektiutta vastaan nousee monesta eri suunnasta, ei enää vain "alhaalta ylöspäin".

Erilaisten rakentavan keskustelun määritelmien ohella #rakentavatwiittaaja-kiistassa oli kyse myös määrittelyvallasta. Habermasilaisien ideaalien puolustaminen oli helpompaa joukkotiedotusvälinekeskeisessä julkisuudessa. Tiedotusvälineet sääntelivät vahvoina julkisuuden portinvartijoina keskustelujen sävyä, laatua ja katsoivat faktojen perään. Samalla relevanttejakin kriittisiä näkökulmia saatettiin jättää käsittelemättä vain sen takia, etteivät ne täyttäneet faktapohjaisuuden tai rationaalisen keskustelun ahtaita kriteerejä.

Jakamalla #rakentavatwiittaaja-tunnustuksia Sauri käytti vanhoille julkisuuden portinvartijoille tyypillistä määrittelyvaltaa yhteisen normipohjan rakentamiseen. Vertaus ei ole kaukaa haettu, koska Saurilla on Twitterissä seuraajia enemmän kuin useimmilla maakuntalehdillä on tilaajia. Kaunis ajatus kääntyi kuitenkin itseään vastaan. Oppitunti hänelle, mutta oppitunti myös kaikille muille sosiaalisen median myötä uudelleen määrittävästä julkisuuden pelikentästä.

Estääkö datatalouden bisneslogiikka rakentavan somekeskustelun?

Pekka Sauri ei ole suinkaan ainut, joka on ollut huolissaan kärjistyneestä keskustelukulttuurista. Julkisen keskustelun polarisointuminen on herättänyt paljon keskustelua läpi länsimaiden. Kehityskulun taustalta on löydetty monia tekijöitä taloudellisesta epävarmuudesta kulttuurisiin erimielisyyksiin, mutta myöskään teknologian merkitystä ei ole syytä vähätellä.

Sosiaalisen median aikaansaama julkisuuden murros on ollut monella tapaa merkittävä. Joukkotiedotusvälinekeskeisestä julkisuudesta on vain parissa vuosikymmenessä siirrytty hybridin mediajärjestelmän aikaan (Chadwick 2013), missä perinteiset mediat (radio, televisio, sanomalehdet) ja niiden verkkojulkaisut sekä sosiaalisen median alustat ja muut sisällöntuottajat vaikuttavat rinnakkain ja limittäin (aiheesta tarkemmin luvussa 3).

Murroksen myötä journalistisen median rooli portinvartijana ja julkisen keskustelun kuratoijana on merkittävästi heikentynyt. Tiedonvälityksen ja julkisen keskustelun markkinoille on tullut hurja määrä uusia toimijoita, joita ei yhdistä yhteisen normipeuran nimiin vannominen.

Habermasilaisen ihannejulkisuuden näkökulmasta voidaan katsoa, että muutokset on parantanut osallistumismahdollisuuksia: se on tarkoittanut yhä useammille mahdollisuuksia saada äänensä kuuluviin, osallistua keskusteluihin, paljastaa epäkohtia ja tavoitella suuria yleisöjä. Toisaalta faktapohjaisen keskustelun näkökulmasta asiat ovat monimutkaistuneet, kun someyhtiöt ovat osittain korvanneet perinteiset mediat julkisen keskustelun portinvartijoina.

Siinä missä perinteisen median toiminnalle luotiin vuosisatojen aikana normit ja ammatilliset standardit, mitään vastaavaa kontrollimekanismia ei ole toistaiseksi syntynyt verkkoon.

Media- ja viestintäympäristön muutoksessa ei ole kyse vain perinteisen median asemasta, vaan laajemmasta kulttuurisesta ja yhteiskunnallisesta muutoksesta, jonka veturina toimii datatalouden bisneslogiikka. Taloudellista tulostaan maksimoivan someyrityksen näkökulmasta sisältöjen laadulla tai totuusarvolla ei ole mitään väliä, kunhan sisältö saavuttaa ihmisten huomion ja pitää heidät läsnä alustalla, jossa käyttäjät joko tuottavat dataa tai ovat mainostajien tavoitettavissa.

Dialogi erimielisten kanssa vaatii kaikilta halua oppia uutta

Tunnettu somekriitikko, internet-pioneeri Jaron Lanier (2018) on todennut, että monien somepalveluiden ensisijaiseksi tavoitteeksi nostaman käyttäjien sitouttamisen ei ole tarkoitus palvelulla mitään muuta tarkoitusta kuin omaa lujittumistaan, koska jokainen alustalla vietetty lisäsekunti tarkoittaa lisää (mainos)rahaa palvelun pyörittäjälle.

Tämä on johtanut luonnottomaan tilanteeseen eli helppojen, kielteisten tunteiden vahvistumiseen ja vahvistamiseen. Tutkimuksissa on havaittu, että viha ja närkästys ovat tunteista viraaleimpia (ks. Fan 2013; Knuutila 2019). Näiden tunteiden herättäminen on alustan etu, ja näitä tunnetiloja taitavasti hyödyntävät toimijat ovat vahvoilla.

Yksilön näkökulmasta algoritmisen näkyvyyden kannuste on perverssi. Maltillisella, eri näkökulmia punnitsevalle mielipiteellä saavuttaa todennäköisesti paljon vähemmän huomiota kuin tarkoituksellisen kärkkäällä kärjistyksellä. Sen seurauksena huomiota haluavat ihmiset päätyvät helposti ilmaisemaan yhä radikaalimpia näkökantoja – ja jo valmiiksi kärjekkäät keskustelijat nousevat entistä näkyvämpään asemaan. Riippumatta rakentavan keskustelun tai ihanteellisen julkisuuden määrittämisestä,

tilanteesta tulee ongelmallinen, jos hillitymmät keskustelijat jättäytyvät sivuun.

Jaron Lanier (2018) ei usko, että ihmiset yksilöinä pystyisivät taistelemaan sosiaalisen median kieroutuneita kannustimia vastaan ja ohjaamaan omalta osaltaan maailmaa parempaan suuntaan. Paljon huomiota saaneen kirjansa otsikon mukaisesti hän kehottaakin ihmisiä lakkauttamaan kaikki sometilit välittömästi. Hänen mukaansa vain se on kyllin tehokas painostuskeino markkinoille luoda nykyistä eettisemmin pelisääntöin toimivia alustoja.

Verkostomainen valta ja vaikuttaminen -hankkeen puitteissa alkuvuodesta 2020 tapaamani Pekka Sauri on edelleen huomattavasti Lanieria optimistisempi tulevaisuuden suhteen. Hän ajattelee, että ihmiskunta vasta opettelee avointa vuorovaikutusta ensimmäistä kertaa maailmanhistoriassa. Paluuta vanhaan ei ole. Sauri ei usko, että ihmiset voisivat massoittain jättää somekanavat taakseen.

Sauri jakaa suhtautumistavat sosiaaliseen mediaan kahteen kategoriaan: kontrolloijiin ja ymmärtäjiin. Hän itse kokee kuuluvansa ymmärtäjiin huolimatta siitä, mitä tapahtui #rakentavatwiittaaja-tunnustukselle. Sauri ei näe, että ulossulkemalla ihmisiä keskustelujen ulkopuolelle vuorovaikutuksen pelikentästä voitaisiin saavuttaa mitään hyvää tai kestävää. Hänen mukaansa olennainen kysymys on se, miten löydetään keinoja pysyä dialogissa erimielisten kanssa. Tähän on nyt paremmat mahdollisuudet kuin koskaan aiemmin, mutta se vaatii kaikilta meiltä uuteen ympäristöön sopeutumista ja vuorovaikutuksen kulttuuriin opettelua.

Lopuksi: Miten ihanteet ja todellisuus saataisiin lähentymään toisiaan?

Dialogisuus eli joukkoviestinnän kyky tukea demokraattista julkista keskustelua on yksi viestinnällisistä oikeuksista. Viestintäoikeuden tutkijan Riku Neuvosen (2019) mukaan se muodostaa sananvapauden käytön kovan

ytimen. Dialogisuus on oikeuksista se, jonka kautta käyttäjäkansalaisesta tulee viestinnän toimija.

Julkiseen keskusteluun osallistuminen on myös pohjana käytännössä kaikille julkisuus-teorioille. Edellä käsitellyt Habermasin ja Mouffen teoriat ihannejulkisuudesta on kuitenkin kehitetty joukkotiedotusvälineiden hallitseman julkisuuden aikana, jolloin yksityinen printtimedia ja yksityinen ja julkinen sähköinen viestintä määrättivät keskustelujen teemat.

Habermasille dialogisuus tarkoitti sivistynyttä keskustelua. Hänen porvarillisen julkisuuden ihannekuvanaan olivat kahvila-keskustelut, joissa homogeeninen joukko sivistyneitä herrasmiehiä ottaa mittaa toisistaan. Tämä ei ole enää relevantti lähtökohta hahmottaa verkkokeskustelujen monimuotoisuutta sen paremmin osallistujien kuin aiheidenkaan kirjon osalta.

Samoin Mouffen teorioiden voi ajatella nojaavan osin vanhentuneeseen ajatukseen valta- ja vastamediasta, jotka erilaisista intresseistään ja painotuksistaan huolimatta jakavat kuitenkin samat sananvapauden ja journalismin totuusperiaatteen mukaiset periaatteet. Internetin ja sosiaalisen median myötä tiedonvälityksen kentälle on tullut paljon uudentyyppisiä “vastamedioita” ja informaatiovaikuttajia, jotka eivät vanhan vastamedian tavoin pyri vain nostamaan esiin tasa-arvoon, ihmisoikeuksiin ja vähemmistökysemyksiin liittyviä teemoja, vaan pyrkivät aktiivisesti romuttamaan liberaalin demokratian ja ihmisoikeuksien perusteita. Sosiaalisen median keskustelukulttuuri on kiistelevää, mutta usein myös kaikkea muuta kuin mouffelaisittain antagonistista vastapuolta kunnioittavaa kamppailua.

Habermasin ja Mouffen pohdinnat ihanteellisesta julkisuudesta ovat tuskin vaikuttaneet siihen, millaiseksi sosiaalisen median palvelut ovat muotoutuneet. Se on sääli, sillä näiden kahden omalakisien maailman – teknologian kehittämisen ja yhteiskuntatieteellisen keskustelun – välille olisi oleellista saada tiiviimpi keskusteluyhteys,

jotta keskusteluissa voitaisiin päästä eteenpäin.

Ihanteissa pitäisi huomioida se muuttunut todellisuus, jossa keskusteluja jo käydään. Halusimme tai emme, iso osa demokratian kannalta välttämätöntä julkista keskustelua ja osallisuutta tulee hyvin todennäköisesti jatkossakin tapahtumaan sosiaalisen median kautta. Yhtä lailla olisi tärkeää, että teknologian kehittäjät ymmärtäisivät yhteiskuntatieteellisiä pohdintoja, koska mikäli vallan keskittyminen amerikkalaisille datajäteille jatkuu nykyistä tahtia, vuorovai-

kutuksen ja vaikuttamisen mallit riippuvat heidän päätöksistään jopa enemmän kuin poliittisista päätöksistä.

Niin kauan, kun keskustelu ihanteista ja käytäntö elävät omaa elämäänsä, eikä suosituimpien somealustojen toimintalogiikassa tapahdu merkittäviä muutoksia, Pekka Saurin esiin nostama kärsivällinen opettelu, uuteen ympäristöön sopeutuminen ja resilienssin kasvattaminen sosiaalisen median varjopuolia vastaan jää ainoaksi vaihtoehdoksi.

Meemit ovat satiiria steroideilla

Kirjoittaja: Jukka Vahti

Tutkija Saara Särmän oivallus teki All male panel -meemistä maailmanlaajuisen ilmiön. Miten verkossa jaetuista hassuista kuvista ja satiirista tuli yhteiskunnallisia muutosvoimia?

Huumori on kautta aikojen ollut keino käsitellä hankalaksi koettuja aiheita, pilkata tiettyjä ryhmiä tai kritisoida valtaapitäviä. Viime vuosina nopeasti valtavirtaistuneet meemit voi nähdä jatkumona ja laajennuksena kauas historiaan ulottuvalle yhteiskunnallisen satiirin perinteelle.

Meemi on sosiaalisessa mediassa jaettava, usein kuvapohjainen viesti, jossa yleensä yhdistellään tuttuja elementtejä jollain uudella ja yllättävällä tavalla. Muun muassa huumori ja erilaisille yleisöille tarjotut oivaltamisen, ilahtumisen, ärsyyntymisen, versioinnin ja edelleen jakamisen mahdollisuudet saavat parhaat meemit myös leviämään tehokkaasti niin julkisissa kuin suljetuissa sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa, Twitterissä ja WhatsApp-ryhmissä.

Verkostomaisen viestinnän ja vaikuttamisen aikakaudella meemit voi nähdä steroideilla ryyditettynä satiirina. Näin siksi, että siinä missä esimerkiksi poikkeusluvalla muiden aiheiden ohella vallanpitäjien kus-

tannuksella naurattanut hovinarrin esitys oli suhteellisen pienen yleisön nähtävissä pienen ohimenevän hetken kerrallaan, nyt miljoonayleisöt ovat käytännössä kenen tahansa tavoitettavissa, ”esitysten” lukumäärä on rajaton eivätkä ne ole aikaan tai paikkaan sidottuja – eikä lupaa vitsailuun tarvitse kysyä ylemmältä taholta narrien tapaan.

Helsingin Sanomien politiikan ja talouden toimituksen esimiehenä työskentelevä toimittaja Jussi Pullinen (2019) arvioi kirjassaan Mitä meille tapahtui? meemien soveltuvan yhteiskunnallisen vaikuttamisen ja politiikan välineiksi siksi, että niiden ytimessä on yksi politiikan keskeisistä vaatimuksista eli muutos.

”Vaakunoiden eläimet, poliittiset värit, hatut, taskuliinat ja vastustajan tekosia liioitteleva propaganda ovat aina olleet työkaluja, jolla poliittisia leirejä on rakennettu ja muutosta ajettu. Poliittiset lentolehtiset ovat aina olleet kulttuurin muutoksen sydämessä. Nyt tuolla paikalla ovat meemit”, Pullinen kirjoittaa.

Digitalisaatio teki naurusta entistäkin voimakkaamman asean

Miksi jotkut sosiaalisen median sisällöt menevät niin sanotusti viraaliksi ja jotkut toiset taas voivat jäädä lähes kokonaan huomaamatta? Usein kyse on sattumien summasta. Esimerkiksi suosituimpien meemien luominen ja laskelmoitu suunnitteleminen on vaikeaa, sillä monen tekijän tulee loksahda kohdalleen.

Poliittista satiiria tutkinut ja sitä myös itse käsikirjoittanut toimittaja Janne Zareff (2020) määrittelee satiirin kirjassaan *Kuinka vallalle nauretaan* näin: ”Ensisijaisesti satiiri on kriittinen tapa katsoa maailmaa ja esittää se muille tietystä humoristisesta näkökulmasta. Satiiri on sen sanomista mielikuvitukseksi, että jokin meidän maailmassamme kaipaisi korjaamista. Poliitiikan totesimme jo edellä vallan käyttämiseksi julkisissa asioissa. Satiirin alalaji poliittinen satiiri on siis puolestaan julkisen vallan, vallankäytön sekä vallankäyttäjien kritiikkiä huumorin avulla.” (Zareff 2020, 23.)

Esimerkiksi televisiosatiiri tai lehtien poliittiset pilakuvat ovat perinteisesti olleet ammattimaisten tekijöiden luomuksia, joita on jaettu perinteisissä joukkoviestintävälineissä kuten televisiossa ja sanomalehtien sivuilla. Suomessa joukkoviestintävälisten satiirin lähihistorian merkkipaaluja ovat esimerkiksi Hyvät herrat, Iltalypsy, Itse valtiat ja uudempina tulokkaina esimerkiksi uutissatiirit Uutisraportti ja Noin viikon uutiset.

Meemien alkuperä, tekijä ja taustamotiivi taas on usein tuntematon, niiden jakelukanavana toimimme me kaikki ja niiden tekeminen, muokkaaminen ja jakaminen on yhtä helppoa huumorin ja joukkoviestinnän

ammattilaisille ja amatööreille. Meemit voikin nähdä eräänlaisena portinvartijoiden hallinnasta karanneena satiirina.

Sekä satiiri että yhteiskunnalliset meemit voivat tehdä valtasuhteita näkyviksi tai esittää jonkin tavallisena pitämämme asian yllättävässä valossa. Molempia voidaan käyttää ja käytetään myös eri aiheista käydyn keskustelun sävyn määrittämiseen, hyväksyttävän keskustelun rajojen siirtelyyn tai aiheen käsittelytapojen ja näkökulmien ohjaamiseen.

Digitaalisessa ympäristössä nauru on entistäkin vaikuttavampi ase, ja sitä on entistä helpompi käyttää paitsi valtaapitävien tai valtarakenteiden kritiikkiin myös minkä tahansa muun asian kyseenalaistamiseen, erilaisten kohteiden ja ihmisryhmien häiriköintiin tai hiljentämiseen. Meemejä käytetään täysin tietoisesti ja suunnitelmallisesti esimerkiksi äärioikeiston ja terroristijärjestöjen informaatiovaikuttamiskampanjoissa. Netistä on ladattavissa manuaali informaatio-osodankäyntiin, jossa on ohjeita verkkovaikeuttamiseen ja infosodankäyntiin ja, kyllä, myös meemien tehtailemiseen (ks. Pomerantsev 2019).

Tehokas meemi voi olla joko yksiselitteinen tai sopivan monitulkintainen. Yksi esimerkki tästä on meemi, jossa toisessa kuvassa ovat Suomen nykyisten hallituspuolueiden naispuheenjohtajat ja toisessa kuvassa oppositiopuolueiden miespuheenjohtajat, ja kuvatekstinä on ”Kun haluutte lähteä jätkien kaa baariin mut kukaan ei uskalla kertoa hallitukselle”.

Kuvalle voi hymähtää monesta eri syystä. Siinä nykyinen, aiempaan verrattuna poikkeuksellinen, sukupuolijako puolueiden puheenjohtajien välillä asetetaan uuteen kontekstiin ja yhdistetään kaikille tuttuun stereotyyppiaan perheenjäsenten rooleista.

Vastaanottajasta riippuu, näkeekö kuvan naisvaltaisen hallituksen ja sukupuoliroolien muutoksen kritiikkinä, naisjohtajuuden hauksennäyttönä, harmittomana huumorina vai perinteisiä sukupuolirooleja alleviivavaa ja vahvistavana muka-hauskuutena.

”Digitaalisessa ympäristössä nauru on entistäkin vaikuttavampi ase, ja sitä on entistä helpompi käyttää minkä tahansa asian kyseenalaistamiseen.”

All male panel -"palkinto" sivaltaa, huvittaa ja saa toimimaan

Eräs yksiselitteisempi ja myös jo maailmaa muuttanut meemi syntyi sattumalta. Vuonna 2015 tammikuussa kansainvälisen politiikan tutkija Saara Särmä kyllästyi katselemaan miespaneeleita. Hän alkoi kerätä Facebook-kansioon kuvia paneelikeskusteluista, joissa oli keskustelemassa pelkkiä miehiä. Aineistoa kertyi nopeasti ja paljon.

Jossain vaiheessa hän keksi, että vastavien tapauksien näkyväksi tekeminen voisi toimia huumorin kautta. Syntyi All Male Panel -meemi ja tumblr-sivusto, jossa maskuliinisuuden ruumiillistuma näyttelijä David Hasselhoff näyttää peukkaa järjestäjille, jotka ovat saaneet aikaan miespaneelin.

Loppu onkin meemihistoriaa, sillä tekstin ja kuvan yhdistelmä lähti leviämään välittömästi ja sitä vielä ruokki myös kansainvälisen, perinteisen median nopea innostuminen aiheesta, joka taas puolestaan ruokki näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Ilmiö oli syntynyt.

"Kansainvälistä mediaa kiinnosti ja ihmetytti, että miten tällainen ilmiö voi tulla Suomesta, tasa-arvon mallimaasta. Suomalaista mediaa taas kiinnosti ilmiössä ainakin se, että nyt joku tohtorinainen on huomattu ja Suomi on mainittu maailmalla", Särmä sanoo.

Sittemmin All male panel -ilmiö on Särmän mukaan saanut jopa kansainväliset turvallisuuspolitiikan vanhakantaisemmatkin tutkijat pohtimaan, mistä ja kenen ehdoilla on puhuttu, kun on puhuttu turvallisuuspolitiikasta. Turvallisuuspolitiikka jos joku kun on perinteisesti ollut varsin miehen toimintakenttä, ja tämän #Allmalepanel on tehnyt vielä entistä paremmin näkyväksi.

"Esimerkiksi Yhdysvalloissa turvallisuuspolitiikan tutkimuksen seminaareja järjestävät tahot ovat joutuneet oikein miettimään, että mitä he ylipäätään tarkoittavat turvallisuudella ja että se ei ehkä voi olla vain valkoisten, miespuolisten pohjoisamerikka-

laisten tutkijoiden ja sotilaiden asia", Särmä sanoo.

Myös Suomessa monet tapahtumajärjestäjät ovat paitsi "saaneet" #allmalepanel-kunniamerkin, myös miettivät nykyisin aiempaa enemmän sitä, millaiset äänet ja ryhmät pääsevät julkisuudessa esiin. Myös tiedotusvälineiden itsereflektio esimerkiksi haastatteluvien sukupuolijakauman suhteen on viime vuosina lisääntynyt, joskin käytännöt laahavat vielä puheiden perässä.

Nämä kehityskulut eivät tietenkään johdu pelkästään mistään yksittäisestä meemi-ilmiöstä, jonka vaikuttavuutta on vaikea arvioida. Vaikutusta #allmalepanelilla on kuitenkin ollut.

"All male panel -ilmiön piikkiin menee ilman muuta se, että moni taho on herännyt näkemään asian ja tekemään sille jotain. Se, että Congrats, you have an all male panel! on visuaalisessa muodossa, jotenkin selvästi paremmin aktivoi sellaisen, että "once you see it, you can't unsee it", eli moni, joka on aiemmin istunut miespaneelien yleisössä tyytyväisenä, ei enää pystynyt olemaan huomaamatta asiaa, joten siitä tuli aivan uudella tavalla mahdollon sivuuttaa", Särmä sanoo.

Samalla hän muistuttaa, että kyse on myös pitempiaikaisesta kollektiivisen työn tuloksesta. Tämä pätee suosituimpiin meemiin ja some-ilmiöihin muutenkin: hittiä on vaikea suunnitella tai ostaa rahalla, koska koskaan ei voi tietää, onko juuri tämä se kerta, kun jokin ilmiö lähtee lentoon. Digitaalinen viestintäympäristö mahdollistaa kuitenkin jatkuvat nopeat kokeilut.

"Vähän samaan tapaan kun #metoo saattaa jostain näkökulmasta tuntua yllättävältä ja "tyhjältä" nousseelta, mutta itseasiassa jo muutamia vuosia aiemmin on ollut vastaavia kampanjoita kuten #yesallwomen #notOK, jotka levisivät laajasti mutta eivät yhtä laajasti ja voimallisesti kuin #metoo", Särmä sanoo.

Särmän mukaan vielä vaikeammin mitattavaa vaikuttavuutta on esimerkiksi se, miten all male panel on inspiroinut muita

aktivisteja toimimaan. Henkilökohtaisia vaikutuksia hänelle itselleen on ollut myös muun muassa nousu julkiseksi feministikeskustelijaksi, jonka kautta hän on voinut nostaa myös muita aiheita esille. Sosiaalisen median ja ”perinteisen median” näkyvyys kietoutuvatkin usein toisiinsa ja ruokkivat toisiaan.

Millaisista elementeistä vaikuttavuus verkossa syntyy?

Vaikka yksittäisen meemin tai some-ilmion menestyksestä ja vaikutusta on hankala ennustaa tai yksiselitteisesti mitata, parhaita tapoja vaikuttaa voidaan kuitenkin analysoida. P.W. Singer ja Emerson T. Brooking listaavat kirjassaan *Like War – The Weaponization of Social Media* (2018) tekijöitä, joita monet erilaisia jännitteitä hyödyntävät some-kampanjat ovat onnistuneet saavuttamaan sekä näkyvyyttä että tuloksia. Niiden kautta voimme saada myös käsityksen siitä, miksi All Male Panelista tuli someilmiö.

Singerin ja Brookerin mukaan onnistunut some-kampanja 1) sisältää sopivan yksinkertaisen, puhuttelevan ja yllättävän narratiivin 2) herättää tunnereaktion, 3) on aito tai luo vaikutelman aitoudesta 4) luo yhteisön tai ainakin yleisön 5) hyödyntää joukkovoimaa. Moni ellei kaikki näistä elementeistä osui All male panel -ilmiössä tavalla tai toisella kohdilleen.

1) Narratiivi: Feministinen narratiivi sukupuolten välisestä epätasa-arvosta ja sen haastamisesta on tunnistettavissa välittömästi, vaikkei vastaanottaja olisikaan erityisen paneutunut aihepiiriin tai feminismiin. Ritari Ässän yhdistäminen perinteisesti feministiseen sanomaan luo yllättävän ja humoristisen kokonaisuuden. Siihen kytkeytyy myös varsin yksinkertainen argumentti sekä kehoitus toimintaan: miespaneeli harvoin on pakon sanelema vaihtoehto vaan tiedostamaton helppo valinta, mieti siis kahdesti, jos olet järjestämässä sellaista.

2) Tunnereaktio: Olipa sukupuolten tasa-arvon edistämisestä tai sen keinoista mitä mieltä vain, All Male Panel teki näkyväksi tunteita herättävän epäsuhdan ja nopeasti hahmotettavissa olevan yhteiskunnallisen jännitteen. Lisäksi havainto ja kokemus epäoikeudenmukaisuudesta on yksi vahvimmista tunteistamme.

3) Aitous: Kuva tai päivitys paneelikeskustelusta, jossa kaikki osallistujat ovat miehiä, on oletusarvoisesti todellisen keskustelun dokumentointia eli tosi kuvaus maailmasta, jossa elämme ja on siksi helposti yhdistettävissä omiin arkisiin kokemuksiimme.

4) Yhteisöllisyys: All male panel antaa mahdollisuuden osallistua ilmiöön ja ”verkostoon”, joka muodostuu maailmanlaajuisesti tunnistettavan ilmiön ympärille. Mies-paneelien ilmiöantamisen voi nähdä myös pelinä ja ajanvietteenä, johon osallistumalla pystyy kirjaimellisesti napin painalluksella kertomaan myös itsestään ja omista arvoistaan.

5) Joukkovoima/määrä: Ilmiön yleismaailmallinen tunnistettavuus ja All male panel -meemin konseptin puhuttelevuus tekivät siitä somea isomman puheenaiheen, josta tehtiin juttuja myös perinteisessä mediassa niin Suomessa kuin maailmalla. Tämä taas puolestaan tuotti myös lisää some-päivityksiä ja -näkyvyyttä. Näkyvyyden suuri määrä ruokki itseään.

Uutissatiirissa toden ja vitsin raja hämärtyy – sama kehitys näkyy myös politiikassa

Digitalisaation myötä yhteiskunnallinen satiiri ei siis enää ole median portinvartijoiden sen enempiä kuin vallanpitäjien hallinnassa. Janne Zareffin (2020) arvion mukaan poliittista tv-satiiria onkin tällä hetkellä lähes kaikkialla. ”Yhdysvaltojen yhteiskunnallista keskustelua ei monien tutkijoiden ja yhteiskunnallisten kommentaattoreiden mukaan

edes pysty enää ymmärtämään tuntematta maan tv-satiiria”, Zareff kirjoittaa.

Satiiri on otettu yhteiskunnallisen keskustelun, vaikuttamisen ja suoranaisten taistelun välineeksi myös yllättävämmissä ja vähemmän tunnetuissa yhteyksissä. Esimerkiksi Mumbaissa Intiassa nuoret koomikot ovat tehneet yhteistyötä Yhdysvaltain viranomaisten kanssa tekemällä komediaa, jolla pyritään taistelemaan alueen nuorten miesten huomiosta terrorismijärjestö ISIS:in toimintaelokuvia muistuttavia rekrytointivideoita vastaan. Yhteistyön tuloksena tehtyä, ISIS:iä pilkkaavaa videota oli katsottu muutamassa viikossa yli miljoonaa kertaa. Yhdysvaltain viranomaiset tekevät vastaavaa yhteistyötä monien muidenkin huumoriryhmien kanssa. (CNN 2017)

Myös erityisesti Yhdysvalloissa erittäin suosituilla uutissatiiriohjelmilla on eri tutkimusten ja asiantuntijoiden mukaan (ks. Knobloch-Westermick & Lavis 2017) vaikutusta yleisön käsityksiin politiikasta ja tämän kautta myös polarisaatiota vahvistavia vaikutuksia. Lisäksi erityisesti osalle nuorempien sukupolvien edustajista uutissatiirit

saattavat olla tärkein tai jopa ainoa politiikkaa koskevien uutisten lähde.

Satiirin suosio poliittisena vastarinnan muotona näkyy tällä hetkellä myös Euroopan poliittisella kartalla. Italiassa Viiden tähden liikkeen keskushahmo Peppe Grillo oli aiemmin tunnettu stand up -koomikko, Islannissa vitsipuolue Paras puolue voitti kunnallisvaalit Reykjavikissa ja koomikko Jón Gnarr nousi kaupungin pormestariksi. Ukrainan presidentti on näyttelijä Volodymyr Zelensky, joka keräsi kannuksensa esittämällä Ukrainan presidenttiä televisiossa. Draamantajua ja koomikon vikaa voi nähdä myös esimerkiksi Donald Trumpissa ja Boris Johnsonissa (joka muuten nousi alun perin kansallisesti tunnetuksi kasvoksi *Uutisvuodon* brittiversiossa).

Janne Zareff korostaa huumorin ymmärtämisen merkitystä osana nykyistä ja tulevaa medialukutaitoa. ”Jos emme ymmärrä huumoria vaan tyydymme vain nauramaan vitsin kertojien kanssa, olemme heidän armoillaan”, hän kirjoittaa.

Kansanedustajat Twitterissä 2019—2020: Onko tärkeämpää oma voitto vai vastapuolen tappio?

Kirjoittaja: Jukka Vahti ja Sampsa Aerikkala/Meedius International

Globaalit ilmiöt heijastuvat myös suomalaisten kansanedustajien twiittailuun. Reaktioita herätetään nokittelemalla, ei arkisella politiikkapuheella.

Kansanvallan peruskorjaus -projekti tilasi kevättalvella 2020 analyysin kansanedustajien some-viestinnästä. Tavoitteena oli selvittää, millaisia viestinnän tapoja kansanedustajat käyttävät sosiaalisessa mediassa, kuinka hyvin tai huonosti somessa esiin nostetut ja nousseet puheenaiheet vastasivat eduskunnassa agendalla olleita aiheita sekä miten eri poliitikkojen ja puolueiden some-viestinnän tavat ja vaikuttavuus eroavat toisistaan. Analyysin toteutti media-analytiikkayritys Meedius International ja siinä

keskityttiin kansanedustajien viestintään Twitterissä.

Sosiaalisen median alustoja vertailtaessa päähuomio kiinnittyy usein niiden kaupalliseen potentiaaliin mainostajille, jolloin Twitter jää vähemmälle huomiolle moniin muihin alustoihin verrattuna pienemmän aktiivisen käyttäjäjoukon myötä. Siksi Twitterin rooli myös tiedonvälityksessä ja sen merkitys avoimessa julkisessa keskustelussa jää helposti vähemmälle huomiolle. Twitterin avoimuus kuitenkin edistää viestien

leviämistä myös Twitteriin kirjautuneiden käyttäjien ulkopuolelle, jolloin viestin näkevät useammin myös palveluiden käyttäjiin kuulumattomat, tilastoimattomat silmäparit.

Politiikan julkisuuden ja mediavälitteisen vaikuttamisen muutoksen kannalta Twitter-keskustelujen tarkasteleminen on perusteltua myös kansainvälisten esimerkkien, erityisesti Yhdysvaltain poliittisen kulttuurin polarisoitumiskehityksen vuoksi. Erityisesti Donald Trumpin presidenttikauden aikana Twitteristä on muodostunut Yhdysvalloissa keskeinen väline muun muassa päivittäiseen uutisagendaan vaikuttamiseen, omien kannattajien mobilisointiin ja vastustajien provosointiin.

Yhdysvalloissa kongressiedustajien twitter-viestinnän muutos on ollut nopeaa. Yhdysvaltalaisen Pew-tutkimuslaitoksen kesällä 2020 julkaiseman analyysin mukaan keskiverto kongressiedustaja twiittaa nyt lähes kaksi kertaa enemmän kuin vuonna 2016, hänellä on kolme kertaa enemmän seuraajia ja hänen twiittauksensa saa keskimäärin kuusi kertaa enemmän retwiittejä kuin vastaavassa tarkastelussa vuonna 2016.

Pew-tutkimuslaitoksen analyysissä selvisi myös, että molempien puolueiden, demokraattien ja republikaanien, osalta suhteellisen pieni joukko kongressiedustajia kerää suurimman osa huomiosta sosiaalisessa mediassa. Kun huomioidaan sekä Facebook että Twitter, kolme neljäsosaa kaikista reaktioista kuten tykkäyksistä, jaoista ja retwiitteistä, on mennyt kymmenelle prosentille kongressiedustajista. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kun kaikista kongressiedustajien twiiteistä oli tarkastelujakson aikana tykätty 1,1 miljardia kertaa, 907 miljoonaa näistä tykkäyksistä kohdistui kymmenelle prosentille edustajista.

Twitter ei ole koko kansan somekanava eikä ylipäätään yhtä kuin sosiaalinen media, vaan ainakin Suomessa korostuneesti päättäjien, toimittajien ja erilaisten asiantuntijoiden keskustelualusta. Tällaisenaankin se on kuitenkin kiinnostava tarkasteltava mediavälitteisen vaikuttamisen näkökulmasta. Singer

ja Brooking (2018, 173) arvioivat kirjassaan *Like War*, että ehkä tyylipuhtain esimerkki sosiaalisen median ja erityisesti Twitterin hyödyntämisen mahdollisuuksista on Yhdysvaltain presidentti Donald Trump, jota kirjoittajat kuvaavat itsessään somen ”supervallaksi”.

Ennen vuoden 2016 presidentinvaaleja Trump pystyi paitsi tavoittamaan merkittävän määrän ihmisiä, myös voittamaan vastustajansa sekä kilpailevan että oman puolueensa sisällä niin seuraajien kuin viestien määrässä mitattuna. Tässä häntä auttoivat lukuisten aitojen kannattajien lisäksi suuri määrä erilaisia valetilejä ja botteja eri puolilta maailmaa. Kaiken tämän seurauksena hän pystyi määrittämään keskustelun agenda ja syöttämään uusia ärsykeitä keskusteluun niin kovalla tahdilla, että perinteisimminkin kampanjoineilla vastustajilla ei ollut mitään mahdollisuutta pysyä vauhdissa mukana – varsinkaan, kun heidän aikaansa samaan aikaan vei reagoiminen Trumpin some-koneiston tehtailemiin juoruihin, valheisiin ja syytöksiin. (Singer ja Brooking 2018.)

Suomen yhteiskunnallinen tilanne ja poliittinen järjestelmä poikkeaa monella tapaa Yhdysvalloista. Sosiaalisen median alustojen algoritmit ja logiikka ovat kuitenkin samoja eri puolilla maailmaa. Ei ole syytä olettaa, etteivätkö poliittiset toimijat Suomessakin pyrkisi vastedes yhä aktiivisemmin hyödyntämään sosiaalisen median mahdollisuuksia oman agendansa ja näkyvyytensä edistämiseen täkäläisen poliittisen kulttuurin ja päivänpolitiikan kulloinkin tarjoamien mahdollisuuksien puitteissa. Esimerkiksi Sitran tekemään Kansanvallan peruskorjaus-työpaperiin tehdyissä taustahaastatteluuksissa nousi jo vuonna 2017 toistuvasti esiin arvio, että niin perinteisen julkisuuden kuin sosiaalisen median lainalaisuudet vaikuttavat entistä enemmän suomalaisen päätöksentekoon. Haastatteluuksissa esiin nostettu trendi tuskin on tämän jälkeen ainakaan heikentynyt.

Mikä on vaikuttavaa viestintää Twitterissä?

Sitran teettämän, suomalaisten kansanedustajien Twitter-toimintaa selvittäneen analyysin tarkastelujakso oli 12 kuukautta ja aikaväli oli 1.3.2019-1.3.2020. Aikaväli kattaa niin eduskuntavaalien 2019 alla käydyt kampanjoitukset, vaalit kuin myöhemmin nähdyn halluskriisin ja pääministerinvaihdoksen. Lähdeaineistona olivat kansanedustajien julkisesti saatavilla olleet twiitit kyseistä jaksolta. Arvioitavana oli kaikkiaan yli 100 000 Twitter-viestiä. Vaikka Twitterin

käyttäjämäärät ovat pienempiä kuin neljän yleisimmän sosiaalisen median alusta (WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube), on sen rooli julkisen viestinnän kanavana silti merkittävä. Vain Facebookin käyttötapana on Twitteriin vertailtavissa, kun tarkoituksena on tutkia julkista poliittista keskustelua. WhatsAppin, Instagramin ja YouTuben käyttötavat ovat pääasiassa yksityisviesteihin ja vaikuttajamarkkinointiin tarkoitettuja, eikä niiden aineisto myöskään ole Twitterin tavoin avoimesti saatavissa.

Näin aineistoa käsiteltiin

Kaikki kansanedustajien twiitit muodostavat aineiston, josta viestien määrä, reaktioiden määrä (eli viestinnän vaikuttavuus), potentiaalinen tavoitavuus (seuraajamäärät), viestien ajankohdat, sekä käytetyt aihetunnisteet eli hashtagit on laskettu. Tarkempaan analyysiin on otettu mukaan vain vaikuttavimmat viestit kansanedustajittain ja kuukausittain. Tarkemmassa analyysissä viestien pääteemat määriteltiin ja luokiteltiin.

Pääteemat on etsitty otoksesta, jossa painotettiin eniten reaktioita kerännyttä, eli vaikuttavinta viestintää. Tämä aineisto muodostuu ajanjakson jokaisen kuukauden 50:stä eniten reaktioita keränneestä viestistä, sekä kunkin kansanedustajan 25:stä eniten reaktioita keränneestä Twitter-viestistä. Aineistossa on erikseen eroteltu huutomerkillä (!) sellaisten viestien joukko, jossa viestintätapa on ollut poikkeuksellinen esimerkiksi kielenkäytön tai kontekstin väärinymmärryksen (tahallisen tai tahattoman) takia.

Aineiston tekee monitulkintaiseksi se, että viestien varsinaisen pääteeman määrittelyminen kirjavan kielenkäytön ja politisoituneen jargonin läpi on haastavaa ja vaatii usein sekä poliittisen, että sosiaalisen median kontekstin tunnistamista. Lisäksi poliittiseenkin keskusteluun on rantautunut sosiaalisessa mediassa käytetty tapa ymmärtää asioita (usein tahallaan) väärin, jotta vastapuolen argumentti saadaan tuntumaan järjettömältä. Viestien kontekstin ja vastargumenttien tutkiminen jälkikäteen on paikoin hankalaa sosiaalisessa mediassa, sillä toimintatavalle olennaista on olla vastamatta suoraan viestiketjuun, jolloin viestit

eivät linkity toisiinsa. Joissain tapauksissa viestit eivät näy ketjuina sen vuoksi, että viestijät ovat estäneet toistensa viestien näkymisen tai poistaneet aiemmin keskustelussa julkaistun viestin.

Analyysi perustuu avoimesti saatavaan Twitter-aineistoon. Siten tässä analyysissä esitellyt huomiot, sekä aineistosta pidemmälle viedyt tarkastelut tehokkaimmista viestintätavoista, hashtagista, polarisoivista keskustelunaiheista ja tavoista nostaa aiheita esiin poliittisessa keskustelussa, ovat olleet lukuisten tahojen, kuten tutkimuslaitosten, yritysten ja puolueiden tavoitettavissa ja tehtävissä.

Aineiston jaotteluperusteet: näin määrittelemme ”kampanjoinnin” ja ”nokittelun”

Kaikkiaan vaikuttavimpien viestien aineistosta löytyi 45 eri jaotteluperiaatetta tai pääteemaa, joita esiintyi yli puoluerajojen ja jotka kuvastavat kansanedustajien viestintää sosiaalisessa mediassa. Pääteema on määritelty ensisijaisesti twiitin sisällön perusteella, mutta mikäli viestissä on mukana linkki, on myös sen sisältöä käytetty apuna teeman määrittelemisessä. Vaikeaselkoisissa tapauksissa myös twiitin yhteydessä olevaa viestiketjua on käytetty kontekstia rakentavana apuna teeman määrittelemisessä.

Kolme jaotteluperiaatteista ei kuvaa viestin asiasisältöä, vaan ennemminkin viestintätapaa. Viestintätavat oli tärkeä erottaa toisistaan ja nostaa esiin, sillä ne ovat keskeinen osa kansanedustajien viestintää ja nousevat myös määrällisesti esiin aineistosta. Nämä viestintätavat ovat aineistossa merkitty: edustajantyö, kampanjointi, nokittelu. Näitä kolmea ”viestintätapatägiä” erottaa muusta kategorisoinnista pääasiassa se, ettei näiden viestien ensisijaisena tarkoituksena ole keskustella itse politiikan sisällöstä. Kärjistäen niissä tarkoituksena on viestiä, että ”teen tällaisia töitä”, ”edistämme tällaisia näkemyksiä” ja ”muut ovat tekemässä virheen edistäessään tällaisia näkemyksiä.”

Edustajantyö kuvastaa viestintää, jossa mainitaan kansanedustajan työhön liittyvistä toimista ilmoitusluontoisina. Näitä ovat maininnat, joiden mukaan he ovat mm. äänestäneet, kokoustaneet, olleet tekemässä välikysymystä tai osallistuneet työhön liittyvään kokoukseen. Kampanjointi pitää sisällään viestinnän, jossa kansanedustaja kampanjoi jonkin asian puolesta keuhien tai kiitellen omaa, puolueensa tai kollegoidensa tekemisiä tai poliittisia näkemyksiä. Tähän viestintään kuuluu myös vaalien aikaan oleva selkeä kampanjointiviestintä ja äänestäjien kiittäminen. Nokittelu taas on viestintää, jossa kansanedustaja viittaa jonkin toisen poliitikon, puolueen, organisaation tai muun tahon

(kuten median) sanomisiin, toimintaan tai ehdottamaan politiikkaan kriittisesti, piikitellen tai syyttäen.

Yhdessä viestissä voidaan käsitellä useampaa teemaa. Analysoidussa aineistosta tunnistetut teemat ovat: Al-Hol, Brexit, demokratia, disinformaatio, eläkeläiset, energiapolitiikka, Euroopan Unioni, hallituskriisi, hallitusneuvottelut, hoitajamitoitus, hyvinvointivaltio, kansalaisvaikuttaminen, kansanterveys, korona, kotitaloudet, koulutus, kulttuuri, maahanmuutto, maanpuolustus, maatalous, matkustaminen, media, muut, nuoret, onnittelet, populismi, EU puheenjohtajuus, rahapelit, sananvapaus, sote, talous, tasa-arvo, teknologia, tiede, turvallisuus, työllisyys, ulkopoliitiikka, verotus, vihapuhe, ympäristö, yritykset ja ääri liikkeet. Viestin teema tai teemat tarkoittavat siis esimerkiksi sitä, että viestissä puhutaan vihapuheesta, ei että viesti olisi määritelty itsesään vihapuheeksi.

Joidenkin viestien kohdalla tyyli poikkeaa radikaalisti muusta aineistosta ja siksi on ollut tärkeää nostaa erityistä huomiota, sekä mahdollista jälkikarkastelua vaativat viestit esiin omaksi ryhmäkseen. Tämä on tehty sekä mahdollisen jatkotyön helpottamiseksi että auttamaan aineiston luvussa ja viesteissä esiintyvien teemojen syvemmissä ymmärtämisessä. Huutomerkillä (!) on merkitty ne viestit, joiden sisältö on poikkeavaa muusta aineistosta sen sisältämän mahdollisen disinformaation, vihapuheen, poikkeuksellisen voimakkaan kielenkäytön tai väärinymmärretyn kontekstin vuoksi.

Huutomerkein merkittyjen viestien teemat on luokiteltu kuitenkin sen perusteella, mitä viestissä nimenomaisesti puhutaan, vaikka se kontekstiin sidottuna siten vaikuttaakin virheelliseltä. Tämä koskee erityisesti niitä huutomerkitettyjä viestejä, joissa konteksti on ymmärretty väärin tai siinä käytetään aiheesta vääriä termejä (tahallaan tai tahattomasti). Huutomerkillä merkittyjä viestejä on erityisen paljon Perussuomalaisten kansanedustajien keskuudessa ja niiden tyyli usein poikkeaa muiden puolue-

eiden huutomerkillä merkityistä viesteistä. Huutomerkittyjen viestien arvottamista asteikolla ei tehty, joten on huomioitava, että vielä huutomerkittyjenkin viestien joukossa on ”viestinnällistä hajontaa”.

Sosiaalisen median puheenaiheiden yhteys päätöksenteon kohuihin ja arkeen

Tarkastelujakso maaliskuusta 2019 maaliskuuhun 2020 oli monella tapaa poikkeuksellinen. Vuoteen mahtui useampia isomman mittakaavan poliittisia kohuja sekä eduskuntavaalit huhtikuussa 2019. Suurimpia poliittisia tapahtumia tarkastelujaksolla olivat mm. alkusyksystä 2019 alkanut ja marraskuussa kärjistynyt kiista Postin työntekijöiden työehdoista, joka johti lopulta täysimittaiseen hallituskriisiin ja pääministeri Antti Rinteen eroon joulukuussa 2019. Toinen suurta huomiota saanut tapaus tarkastelujaksolla oli niin ikään joulukuussa 2019 leimautunut kiista Al-Holin pakolaisleirin 11 suomalaisnaisen ja heidän lastensa asemasta ja mahdollisuudesta tulla siirretyiksi Suomeen. Kiistan aikana mm. ulkoministeri Pekka Haavistoa syytettiin virkamiesten painostamisesta asiassa.

Kohujen, kiistojen, vaalien ja kriisien ohella toki myös arkisempi poliittinen lainsäädäntötyö jatkui tarkastelujakson aikana. Kansanedustajien twiittejä koskevassa analyysissä aineiston tarkastelussa valiokunnittain ei ole havaittavissa merkittävää yhteyttä valiokuntien sen hetkisen työn ja keskusteluun nousseiden aiheiden välillä muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Esimerkiksi perustuslakivaliokunnan sekä sosiaali- ja terveysvaliokunnan jäsenet kuitenkin viestivät soteuudistuksesta aktiivisesti uudistuksen kaatumisen aikaan keväällä 2019. Lisäksi

ulkoasiainvaliokunnan jäsenet viestivät aktiivisesti Al-Holiin liittyvistä aiheista kiivaimman Al-Hol-selvityksen aikaan. Työelämä- ja tasa-arvovaliokunnan jäsenet olivat aktiivisia kommentoimaan Postin työkiistaa.

Yksittäisen kansanedustajan valiokuntajäsenyydellä näyttää kuitenkin olevan yhteys hänen viestintäänsä. Useiden valiokuntien jäsenten viestimät aiheet ovat yhteydessä kunkin valiokunnan toimintaa lähellä oleviin aiheisiin. Esimerkiksi ympäristövaliokunnan jäsenet viestivät substanssiaiheista yleisimmin ympäristöstä, työelämä- ja tasa-arvovaliokunnan jäsenet taas työllisyydestä ja tasa-arvosta, talousvaliokunnan jäsenet taloudesta, sivistysvaliokunnan jäsenet koulutuksesta ja valtiovarainvaliokunnan jäsenet viestivät työllisyydestä ja taloudesta.

Vuoden 2019 vaalien jälkeinen hallitus – oppositio asetelma näkyy aineistossa selvänä erona niin keskusteltujen aiheiden kuin viestintätyylien eroina. Hallituspuolueiden edustajien viestintä on merkittävästi enemmän kampanjoivaa kuin opposition. Opposition viestintä taas on merkittävästi nokittelevampaa kuin hallituksen. Hallitus myös viestii huomattavasti laajemmasta aihekirjosta kuin oppositio.

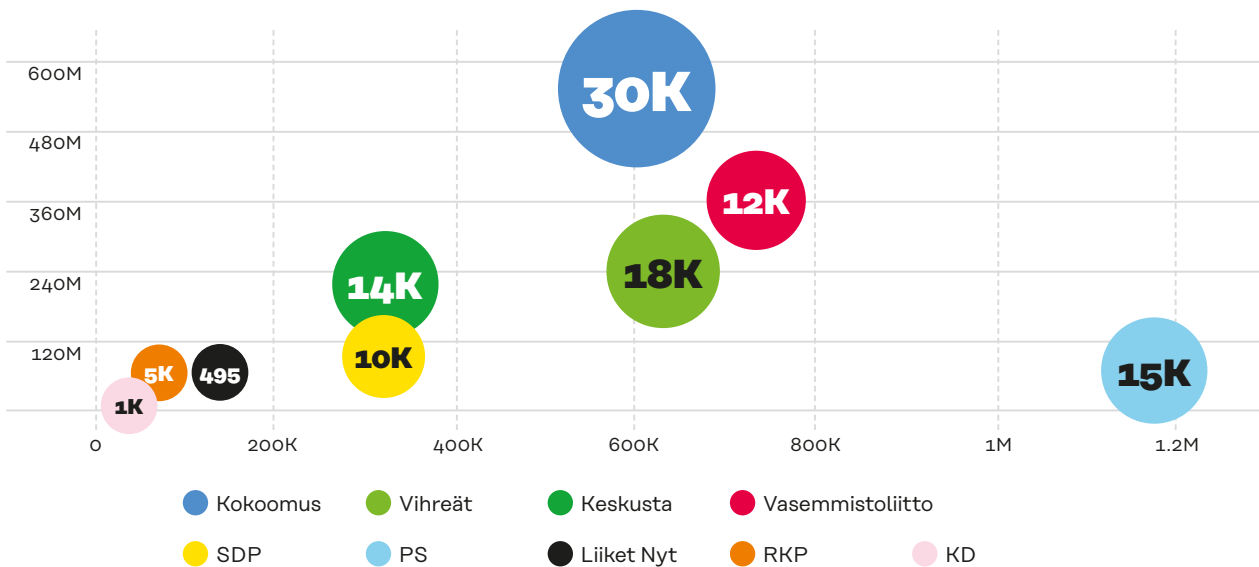
Hallituksen eniten reaktioita aiheuttavat substanssiaiheet ovat järjestyksessä tasa-arvo, ulkopolitiikka, ympäristö, hyvinvointivaltio ja demokratia. Opposition eniten reaktioita aiheuttavat substanssiaiheet ovat järjestyksessä maahanmuutto, turvallisuus, Al-Hol, media ja talous. Mielenkiintoinen havainto on hallituspuolueiden huomattavasti korkeampi aktiivisuus viestinnässä ennen eduskuntavaaleja. Oppositiolla on myös merkittävästi enemmän huutomerkittyjä viestejä. Näistä suurin osa kuitenkin muodostuu perussuomalaisten viesteistä.

"Reaktioiden määrällä mitattuna vaikuttavimmat twiitit perustuvat usein nokitteluun."

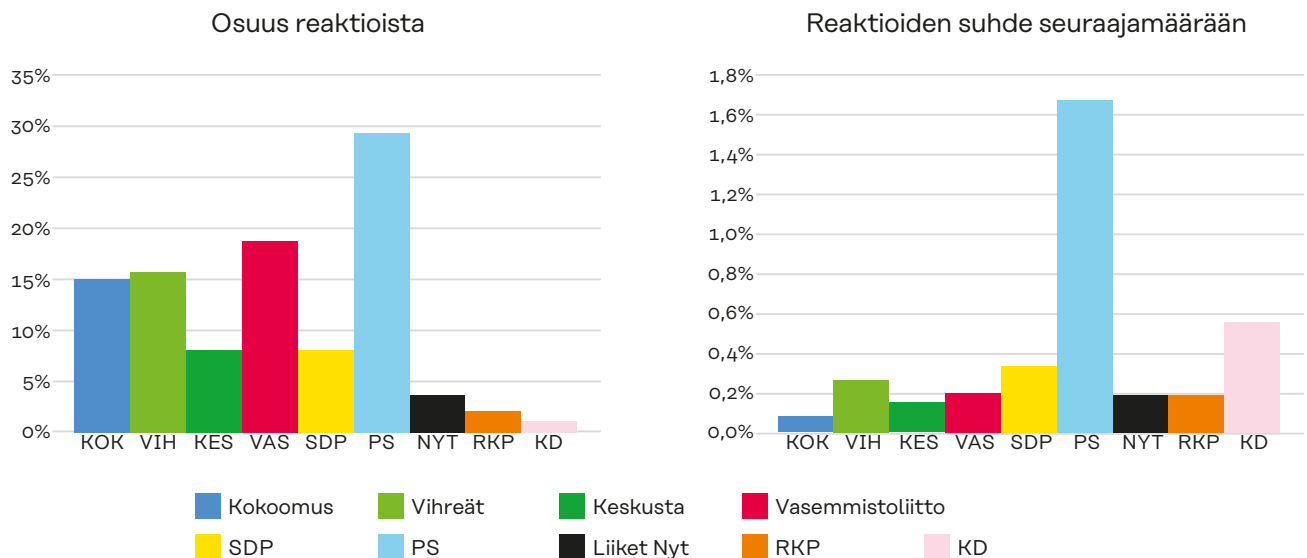
Aineiston vertailu puolueittain

Aineistoanalyysi puolueittain nostaa esiin nykyisen Twitter-todellisuuden lainalaisuuksia: Twiittien laadulla on niiden vaikuttavuuden suurempi merkitys kuin twiittien määrällä, ja reaktioiden määrällä mitattuna vaikuttavimmat twiitit perustuvat usein nokitteluun. Niin ikään aineistosta voidaan havaita, että puolueiden Twitter-viestinnässä on eroja. Esimerkiksi kokoomuksen, perus-

suomalaisten ja Liike Nytin viestintä on erityisen usein nokittelevaa, kun taas SDP:n, vihreiden, keskustan ja RKP:n viestintä on erityisen harvoin nokittelevaa. Aineiston analysoiduista viesteistä ei voi myöskään vetää johtopäätöstä, että tietoon pohjautuva politiikka nousisi kansanedustajien viestinnässä merkittävällä tavalla esille, ainakaan eniten reaktioita keräävän viestinnän joukossa.



Kuva 5. Puolueiden kansanedustajien viestimäärät (luku pallossa), viestien vaikuttavuus (vaaka-akseli) ja viestien tavoittavuus (pysty-akseli).



Kuva 6. Puolueiden viestimäärät.

Suurin osa analysoiduista Twitter-keskustelusta sijoittuu vaaleja edeltävään aikaan, sekä syyskaudelle 2019, kiihtyen kohti joulukuun 2019 hallituskriisiä. Koko tarkastelujakson ajan Kokoomus on aktiivisimpia viestijöitä, ainoastaan vihreät ohittavat kokoomuksen ajoittain ennen 2019 vaaleja. Kokoomus tavoittaa viesteillään myös suurimman absoluuttisen yleisön, mikä johtuu kansanedustajien korkeasta aktiivisuudesta ja korkeista seuraajamääristä. Myös vasemmostoliiton ja vihreiden viestintä tavoittaa suuren yleisön, mutta myös suhteellisesti, johtuen pienemmästä viestintäaktiivisuudesta.

Sen sijaan perussuomalaisten viestintä aiheuttaa selkeästi eniten reaktioita (engagement/vaikutavuus) yleisössä. Heidän tavoittamansa yleisömäärä on kuitenkin poikkeuksellisen pieni, vain lähes yhtä suuri koko puolueen osalta, kuin Liike Nytin, eli Hjallis Harkimon. Myös kansanedustajien viestiverkoston tarkastelu tukee tätä käsitystä, että perussuomalaisten ”kuulijakunta” Twitterissä on pieni, mutta aktiivinen.

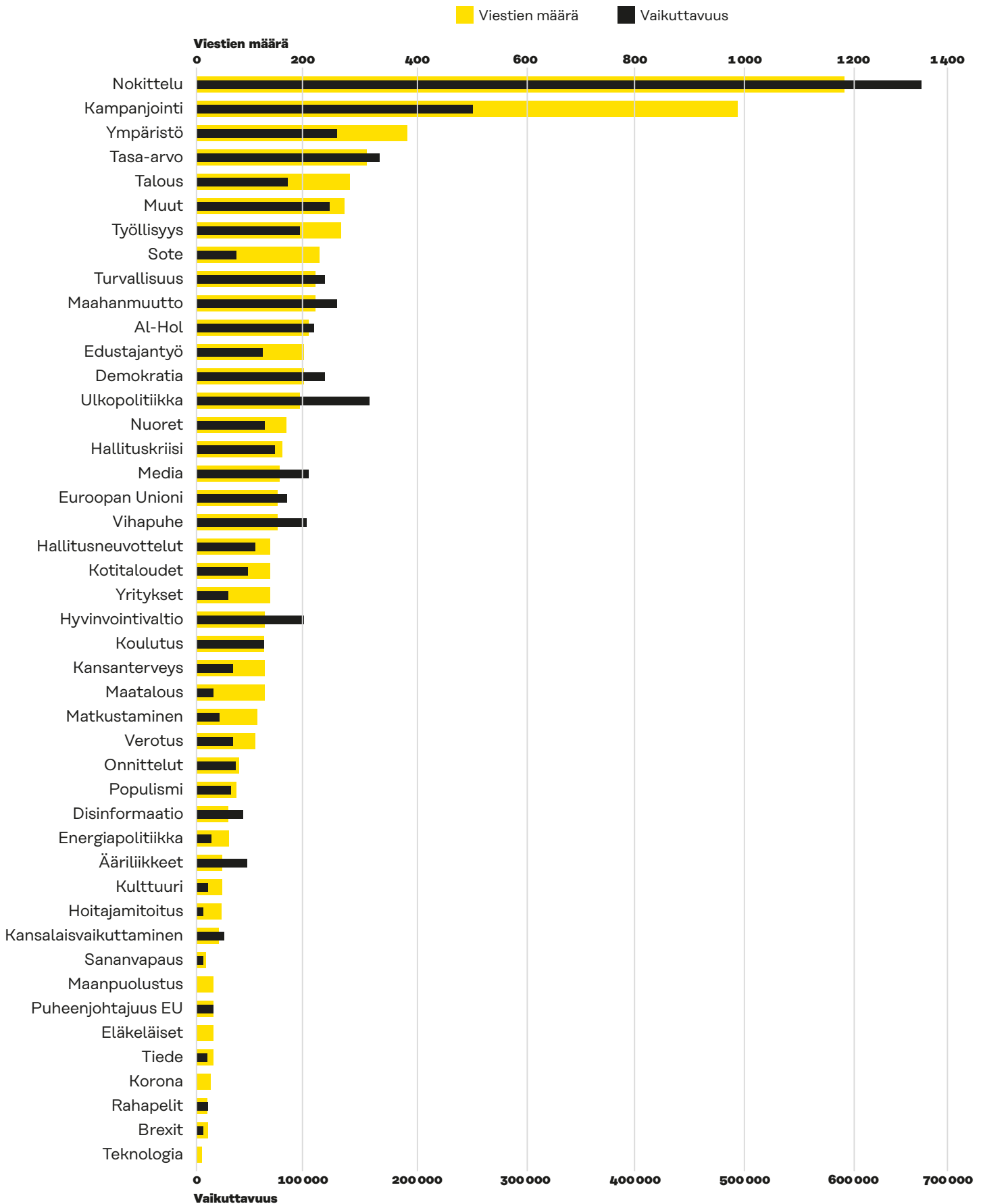
Sdp:n viestintäaktiivisuus, viestien tavoittama yleisömäärä, sekä reaktioiden määrä on puolueen kokoon nähden erittäin pieni, mutta viestien suhteellinen vaikutavuus on silti suurista puolueista lähes perussuomalaisten tasoa. Keskusta asettuu hieman sdp:tä korkeammalle absoluuttisissa määrissä, mutta pienemmäksi suhteellisen reaktiomäärän mukaan. Kokoomus saa kaikista puolueista toiseksi vähiten reaktioita aikaan suhteessa kansanedustajien viesti-

määrään. Pienpuolueet ovat omassa kokoluokassaan kaikilla mittareilla, Liike nyt niistä kuitenkin korkeimmalla. Tarkempi puoluekohtainen analyysi löytyy tämän selvityksen liitteestä 1.

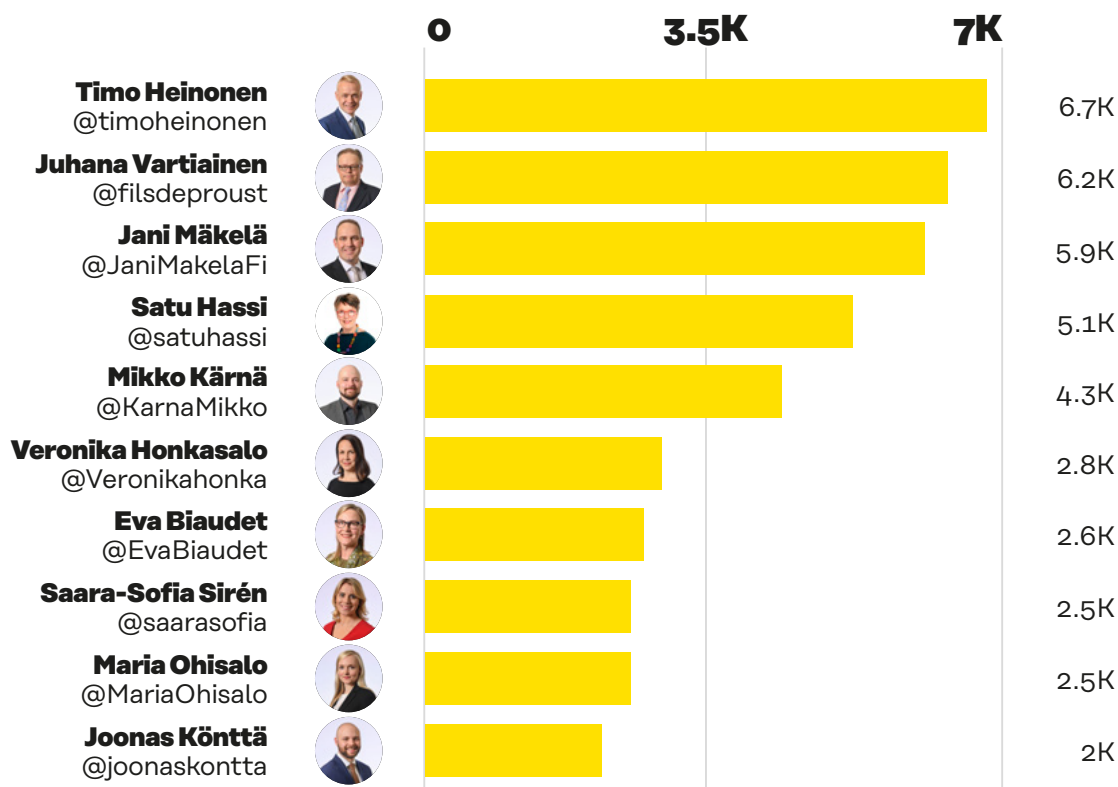
Aineiston vertailu kansanedustajittain

Suurin osa analysoiduista viesteistä noudattaa neutraalia viestintätyyliä, jossa kansanedustaja ilmoittaa omista päivittäisistä tekemisistään tai kampanjoi itselleen tärkeiden aiheiden puolesta, pääasiassa ilmoitusluontoiseen sävyyn. Tämän lisäksi suuressa roolissa ovat nokittelevat, muita puolueita tai kansanedustajia haastavat viestit, joissa suhtaudutaan kriittisesti toisten poliittisia ulostuloja tai linjoja kohtaan.

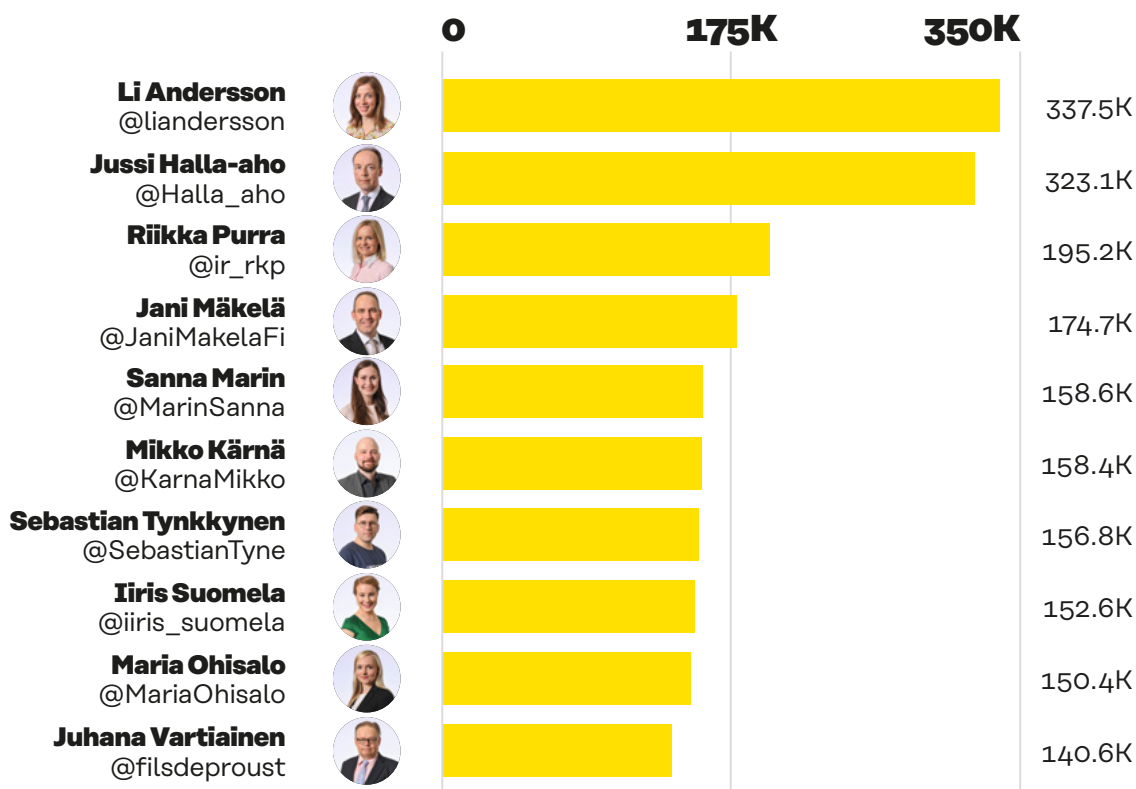
Analysoitujen viestien perusteella yksikään kansanedustaja ei harjoita ainoastaan yhdentyypistä viestintää, vaan tyyli vaihtelee. Jotkin poliitikot ja puolueet ovat kuitenkin hieman enemmän profiloituneita tietynlaiseen viestintään. Esimerkiksi kokoomuksen, perussuomalaisten ja Liike Nytin viestintä on erityisen usein nokittelevaa, kun taas SDP:n, vihreiden, keskustan ja RKP:n viestintä on erityisen harvoin nokittelevaa. Aineiston analysoiduista viesteistä ei voi myöskään vetää johtopäätöstä, että tietoon pohjautuva politiikka nousisi kansanedustajien viestinnässä merkittävällä tavalla esille, ainakaan eniten reaktioita keräävän viestinnän joukossa.



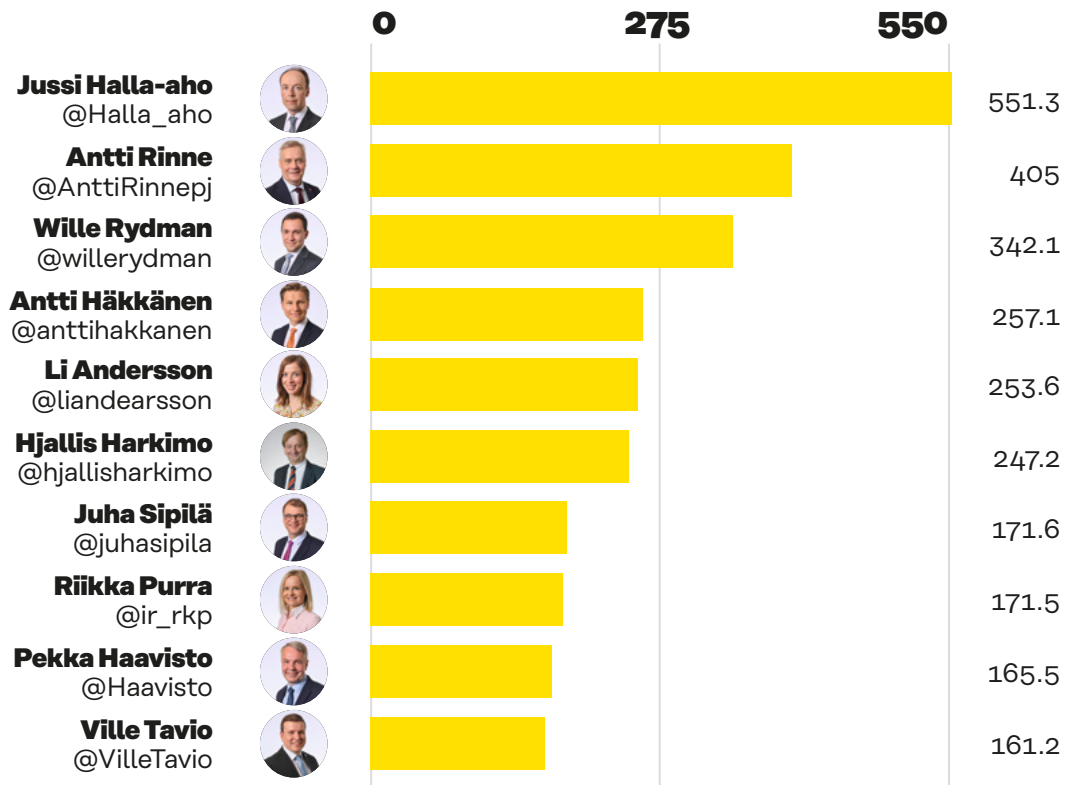
Kuva 7. Kansanedustajien viestinnän pääteemat, määrä ja vaikuttavuus



Kuva 8: Eniten viestejä tarkastelujakson aikana lähettäneet kansanedustajat.



Kuva 9: Eniten reaktioita saaneet kansanedustajat tarkastelujaksolla.



Kuva 10: Eniten reaktioita suhteessa viestimäärään saaneet kansanedustajat tarkastelujaksolla.

Edellä kuvattujen yleisempien viestintätyylien lisäksi on havaittavissa kolme poikkeavaa alakategoriaa viestintätyyliissä

Ensimmäinen erottuva viestintätapa on jakaa muiden maiden poliittisia ulostuloja ja poliitikkojen näkemyksiä esimerkkinä joko toimivasta tai toimimattomasta tavasta hoitaa asioita. Viestit harvoin ottavat kuitenkaan kantaa siihen, onko näkemysten toimimisesta varsinaista näyttöä, usein näytöksi kelpaa, että ulkomainen poliitikko tai puolue ajaa jo jotain asiaa. Pätee sekä puolesta että vastaan olevissa viesteissä.

Toinen erottuva viestintätapa on ilmoittaa tutkimuksista poimittuja lukuja tukemaan omaa näkemystään. Erityisesti huutomerkillä merkityissä esiintyi kuitenkin usein lukuja, jotka eivät joko liity viestissä olevaan argumenttiin tai ne olivat irrotettuja tutkimuksen kontekstista.

Kolmas ja alakategorioista yleisin erottuva viestintätapa tuli esiin viesteissä, jotka pyrkivät tuomaan esiin keskustelua arvoista yhteiskunnassa. Tätä arvokeskustelua ei kuitenkaan usein käydä avoimesti arvoista, vaan se verhoutuu johonkin yksittäiseen lakiin tai konkreettiseen tapahtumaan, jonka vuoksi vastapuolen toimintaa ei ymmärretä. Näitä keskustelijoita löytyy tasaisesti kaikista puolueista.

Kansanedustajat Twitterissä: Yhteenvetoa

Analyysin perusteella hallituksen ja opposition erot viestintätavoissa ja aiheissa erottuvat selvästi tarkastelujaksolla. Hallituspuolueiden edustajien viestintä on useammin kampanjoivaa ja oman tai muiden toimintaa kannustavaa. Opposition edustajien viestintä taas on useammin nokittelevaa ja muiden toimintaa haastavaa. Hallituspuolueiden edustajat myös käyvät keskustelua laajemmin eri aiheista kuin opposition edustajat. Puolueiden edustajien sosiaalisessa mediassa esillä pitämät aiheet ovat linjassa niiden asioiden kanssa, joista puolue on usein esillä perinteisessäkin mediassa. Puolueiden väliset erot näkyvät eniten viestinnän aiheuttamissa reaktioissa. Perussuomalaisten, vasemmistoliiton, vihreiden ja Liike Nytin viestit ovat vaikuttavimpia reaktioiden määrällä mitattuna.

Puolueiden puheenjohtajat eivät ole puolueidensa aktiivisimpia viestijöitä, lukuun ottamatta kristillisdemokraatteja. Puheenjohtajat ovat kuitenkin puolueidensa vaikuttavimpia viestijöitä, lukuun ottamatta kokoomusta, RKP:tä ja kristillisdemokraatteja. Aiheet, joista kansanedustajat eniten keskustelivat Twitterissä, olivat ympäristö, tasa-arvo, talous, työllisyys, sote, turvallisuus, maahanmuutto, Al-Hol, demokratian tila ja ulkopolitiikka.

Analysoitujen viestien perusteella on selvää, että nokitteleva, toisia haastava viestintä on vaikuttavinta sosiaalisessa mediassa, mikäli mittarina on reaktioiden määrä. Vaikka oppositio valitsee useammin

tämän viestintätavan, on myös hallituksen nokitteleva viestintä suhteessa yhtä vaikuttavaa reaktioiden keräämisen suhteen.

Kilpailuasetelman sävyttämä ajattelu näkyy kansanedustajien twiittailussa. Syntyy vaikutelma, että tärkeintä ei ole oma ”voitto” vaan se, että vastapuoli ”häviää”. Tämän ovat huomioineet myös kansanedustajat itse, sillä vastakkainasettelu politiikassa, identiteetti-politiikka ja yleisestikin käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa nostetaan esiin useissa viesteissä yli puoluerajojen. Viesteistä on luettavissa myös avoimen arvokeskustelun puuttuminen tai välttely. Puolueiden edustajiin erilaisiin arvomaailmoihin liittyvät ristiriidat aiheuttavat pääasiassa ihmettelystä, väärinymmärryksiä ja aiheen verhoamista jopa kontekstista irrallaan oleviin tilastoihin sen sijaan, että erilaiset arvomaailmat ja ajattelun lähtökohdat otettaisiin esille. Kilpailuasetelma näkyy mm. nokittelevien ja huutomerkittyjen viestien korkeana määränä. Konkreettisimmillaan tämä asenne näkyy kansanedustajien halukkuutena lähteä kilpailemaan häpeilemättömästi somekeskusteluissa muiden kansanedustajien tai muiden Twitterissä ääntä käyttävien tahojen kanssa. Mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita aiheesta voisivat olla paitsi tarkempi analyysi poikkeuksellisista ja vaikuttavista viestintätyyleistä, myös sen selvittäminen, kuinka paljon yksittäisen kansanedustajan viestintätyyli Twitterissä perustuu hänen omaan käyttäytymismalleihinsa ja kuinka paljon kyse on eduskuntaryhmän/puolueen sisällä sovituista ja jaetuista erilaisista viestinnällisistä rooleista.

Puolueiden tulevaisuus ratkaistaan verkossa

Kirjoittaja: Hannu-Pekka Ikäheimo

Itseorganisoituvat liikehdinnät ovat saaneet perinteiset puolueet näyttämään poliittisen toiminnan museoita ylläpitäviltä perinneyhdistyksiltä. Miten puolueet voisivat palauttaa asemansa houkuttelevia sosiaalisina yhteisöinä?

Äkilliset poliittisten voimasuhteiden muutokset ja ”vaaliyllätykset” ovat olleet tyypillisiä eri puolilla Eurooppa viime vuosina. Esimerkiksi Ranskan vuoden 2017 presidentinvaaleissa kumpikaan maata liki 50 vuotta hallinneista perinteisistä oikeiston ja vasemiston mahtipuolueista ei saanut ehdokastaan vaalien toiselle kierrokselle. Presidentinvaalien ja niitä seuranneiden parlamenttivaalien tuloksena sosialistinen puolue käytännössä lähes pyyhkiytyi puoluekartalta. Vastaavia äkillisiä vallan keikauksia on todistettu myös Hollannissa, Kreikassa ja Italiassa.

Poliittisen turbulenssin voimistumista on selitetty talouden rakennemuutoksen lisäksi muun muassa digitaalisella murroksella (Margets ym. 2015). Uudet verkko-osallistumisen muodot haastavat perinteisten puolueiden toimintamalleja sekä tehokkuudessa että osallistujien motivoinnissa. Pitkät uuvuttavat kokoukset, järjestötoiminnan hierarkiat ja jähmeys jaksavat innostaa yhä harvempia aikana, jolloin verkko tarjoaa lukemattomia muitakin väyliä kokea yhteenkuuluvuuden tunnetta, vaikuttaa ja osallistua.

Läpi länsimaiden puolueiden jäsenmäärät ovatkin laskeneet rajusti. Kuten politiikan tutkijat Rauli Mickelsson ja Sini Ruohonen (2019) ovat todenneet, Suomessa varsinkin SDP:stä ja keskustasta on tullut entisten nuorten puolueita. Jäsenkato on heikentynyt puolueiden kytköstä kansalaisyhteiskuntaan ja on suorastaan romahduttanut niiden aseman houkuttelevina sosiaalisina yhteisöinä. Sitran teettämän laajan kyselytutkimuksen mukaan yli puolet suomalaisista näkee, että puolueet ovat etäännyneet kansalaisista ja heidän tarpeistaan ja että puoluei-

den toimintatavat ovat vanhakantaisia (Vahti 2020a).

Politiikan tutkija David Runciman (2018) on muistuttanut, että massapuolueiden kultavuosina puoluejäsenyyden vetovoima perustui paljon muuhunkin kuin politiikkaan. Puolueet olivat suosittuja sosiaalisten kohtaamisten paikkoja, jonne ihmiset kokoontuivat tanssimaan, juoruilemaan ja etsimään puolisoita. Sittenmin puolueiden suosio deittailufoorumina on kokenut rajun inflaation. Puoluetoimintaan osallistuminen signaloi enää vain hyvin spesifiä kiinnostusta politiikkaan.

Pelkkien innokkaimpien aktiivien varassa toimivat puolueet ovat kuin tyhjiä kuoria siitä mitä ne joskus olivat. Sitran kyselyssä vastaajat kokivat, että puolueet ovat liian yksipuolisesti tietynlaisten ihmisten järjestöjä. Henkisen välimatkan kasvaessa puoluepolitiikan eliitti rupeaa helposti näyttämään omalta suljetulta klubiltaan. Kuvaavaa onkin, että puolueiden parissa kasvaneita poliitikkoja kutsutaan pilkallisesti broilereiksi (tehotuotettuja ja tasalaatuisia). Karikatyyrimäiset mielikuvat ja vieraantumisen puolueiden toiminnasta ovat saaneet yhä useammat kaipaamaan poliitikkoja, jotka eivät näytä perinteisiltä puoluepoliitikoilta tai käyttäytyä kuin perinteiset puoluepoliitikot. Tämä selittää omalta osaltaan populististen puolueiden suosiota ajassamme.

Luokkaleirien synty ja murentuminen

Perinteisten puolueiden ongelmat ovat pitkän kehityskulun tulos. Tunnettu irlantilainen puoluetutkija Peter Mair julisti jo 2000-luvun alussa puoluedemokratian ajan

olevan ohi. Mairin (2006) mukaan puoluedemokratian perusoletukset olivat heikentyneet niin pahoin, että se herätti epäilyn siitä, pystyivätkö puolueet enää toimimaan demokraatioita koossa pitävänä voimana. Keskeisenä rappingon syynä Mair piti sitä, että perinteiset intressiristiriidat – kuten kysymykset tulonjaosta tai uskonto- ja kielikysymykset – joiden varaan puoluelaitos oli ainakaan syntynyt, olivat menettäneet merkitystään. Vaikka näillä ristiriidoilla oli yhä merkitystä, niin äänestäjät kuin puolueetkin olivat yhä heikommin sitoutuneita niihin.

Mair pohjasi synkän arvionsa edustuksellisen demokratian pitkään historiaan. Hän näki, että puolueiden rooli modernin edustuksellisen demokratian synnyssä oli niin keskeinen, ettei niiden vetovoiman hiipuminen tarkoittanut ongelmia vain puolueille itselleen, vaan loi tyhjiön koko edustukselliseen järjestelmään.

Myös politiikan tutkijat Petri Kylliäinen ja Rauli Mickelsson (2014) ovat korostaneet puolueiden keskeistä roolia edustuksellisen demokratian muotoutumisessa. Keskeinen osa nykyisistä poliittisen osallistumisen malleista on peräisin reilun sadan vuoden takaa, jolloin syntyivät kansallisvaltiot ja teollisuusyhteiskunta ja niiden seurauksina myös kollektiiviseen yhteenkuuluvuuden tunteeseen perustuneet yhteiskuntaluokat. Joukko- tai massapuolueet syntyivät kollektiivisten etujen ja yhteiskuntaluokkien edustajiksi. Niihin kuuluminen edellytti identifioitumista tiettyyn ryhmään, kuten uskontoon, luokkaan tai kotipaikkaan.

Useassa Euroopan maassa suurten joukkopuolueiden ympärille muodostui ”luokkaleirejä”, jotka koostuivat puolueiden äänenkannattajista (lehdistö), oheisjärjestöistä, tuottaja- ja työmarkkinajärjestöistä sekä luokkaleirin hallinnoimasta liiketoiminnasta. Luokkaleirin piirissä pystyi viettämään aikansa aamusta iltaan, kehdestä hautaan. Sosiaaliset siteet luokkaleireissä olivat vahvat, myös poissulkevat. Oman leirin kollektiivista identiteettiä pidettiin yllä voimakkaalla retoriikalla.

Vahvaan kollektiiviseen yhteenkuuluvuuden tunteeseen perustuvat luokkaleirit alkoivat hajota viimeistään 1980-luvulle tultaessa. Yhteiskunnat keskiluokkaistuivat, individualismi vahvistui ja ennalta määrättyjen yhteisöjen rinnalle alkoivat nousta yksilöllisiin valintoihin perustuvat yhteisöt. Postmodernissa todellisuudessa identiteettiä ei nähty enää ennalta määrättyinä, vaan sitä saattoi vaihtaa kuin paitaa. Puolueiden jäsenmäärät lähtivät laskuun ja vauhti vain kiihtyi 1900-luvun loppua kohti tultaessa. Samalla liikkuvien äänestäjien määrä kasvoi.

Yleispuolueista vaalipuolueiksi

Puolueille jäsenmäärien lasku ja liikkuvien äänestäjien määrän kasvu tarkoitti sitä, että niiden tuli kyetä puhuttelemaan kannattajia myös oman ydinkannattajaryhmänsä ulkopuolelta. Työväen puolueet tavoittelivat muitakin kuin tehdastyöläisten ääniä ja agraaripuolueet muidenkin kuin maaseutuväestön ääniä. Kilpailu samoista äänestäjistä johti siihen, että puolueiden terävimmät kärjet hioutuivat pois ja ne lähentyivät toisiaan ideologisesti. Äänestäjille puolueiden toisistaan erottaminen tuli aiempaa hankalammaksi.

Pilkalliset ilmaisut, kuten vaalipuolue ja kartellipuolue yleistyivät. Yhtäältä ilmaisulla viitattiin siihen, että vaaleissa pärjääminen oli muodostunut puolueille ideologisen tai edustuksellisen integriteetin suojelua tärkeämmäksi tavoitteeksi. Toisaalta ilmaisut kuvasivat laajalti jaettua mielikuvaa siitä, että puolueiden kytkös kansalaisyhteiskuntaan oli löyhentynyt ja niistä oli tullut yhä vahvemmin ammattipoliitikkojen ja PR-eksperttien pyörittämiä koneistoja.

Puolueiden merkityksen väheneminen kansalaisten arjessa tarkoitti myös sitä, että ihmisten tavoittaminen joukkotiedotusvälineiden kautta muodostui puolueille yhä keskeisemmäksi pärjäämisen edellytykseksi. Imagon ja mielikuvien rooli korostui ja mainontaan käytettiin entistä enemmän

rahaa. Erityisesti televisiosta tuli keskeinen poliittisen toimijuuden rakentamisen foorumi.

Politiikan tutkija Bernard Manin (1997) katsoo, että siirtymä puoluedemokratiasta yleisdemokratiaan alkoi silloin, kun päätöksentekijät eivät enää tavoittaneet kansaa pääasiassa puolueiden vaan joukkoviestimien kautta. Joukkopuolueet muuttuivat televisiopuolueiksi. Siinä missä joukkopuolueen toiminta perustui pitkälti kasvokkain kohtaamiseen, televisiopuolueen vuorovaikeutus on pääosin mediavälitteistä ja ylhäältä alaspäin suuntautuvaa. Televisiopuolueille harrastajamaisen jäsenistön merkitys on paljon vähäisempi kuin joukkopuolueelle. Puoluekoneistoa pyörittävän joukon ammatitaito sen sijaa korostuu.

Yleisdemokratia viittaa demokraattisen kulttuurin taantumiseen. Termi herättää mielikuvan politiikasta teatterina, jossa käsikirjoittajina ovat toimittajat ja poliitikot. Kansalaiset seuraavat näytelmää lehtereiltä. Heidän tehtäväkseen tyypistyy joko suosionosoitusten tai buuausten antaminen. Hyvin samankaltaiseen edustukselliseen demokratian sisältä päin tyhjäksi kovertumiseen viittasi myös edellä mainittu Peter Mair kirjoittaessaan puoluedemokratian kuolemasta.

Itseorganisoituvien liikehdintöjen nousu

Viestintäteknologiset murrokset ovat aina ennenkin johtaneet merkittäviin valtasiirtymiin. Internet ja sosiaalinen media laittoivat perinteisen median polvilleen vain reilussa vuosikymmenessä. Uutisten kuluttamisen tapa muuttui, ja joukkotiedotusvälineiden täytyi miettiä jakeluverkosto ja ansaintalogiikka kokonaan uusiksi.

Meneillään oleva murros ei kosketa vain perinteisiä mediatoimijoita, vaan ravistelee myös perinteisiä puolueita. Niiden asemaan, auktoriteettiin, moniportaisiin hierarkioihin ja edustuksellisuuteen perustuvat toimintatavat näyttävät fossiilisilta ajassa, jossa kollek-

tiivisen toiminnan organisointiin riittää pelkkä nettiyhteys.

Murroksessa eivät ole ainoastaan organisoitumisen tavat, vaan myös poliittisen osallistumisen ja vaikuttamisen foorumit. Varsinkin nuorille tunnetut somepersoonat, Facebook-ryhmät, tubettajat, bloggarit ja niin edelleen ovat yhä tärkeämpiä sosiaalisen mutta myös poliittisen kiinnittymisen kohteita. Nuorille aikuisille on tyypillistä hakeutua suoraan heitä koskevien uutisten ja keskustelujen pariin sen sijaan, että niitä haettaisiin perinteisestä mediasta. Tämä voi synnyttää sukupolvikuilua, jos keskusteluareenat eivät kohtaa toisiaan.

Mediakulutuksen ja keskusteluareenoiden eriytyminen voi johtaa myös yllättäviin valtapoliittisiin siirtymiin. Uusi poliittinen eliitti voi syntyä niistä toimijoista, joilla on jonkinlaisia poliittisia intressejä ja jo valmiiksi laaja seuraajakunta. Useissa maissa on nähty, että poliittisia liikehdintöjä, jopa puolueita, voi kasvaa yksittäisen keskustelufoorumien tai sosiaalisessa mediassa laajalti tunnettujen henkilöiden ympärille. Tästä hyvänä esimerkkinä italialainen viiden tähden liike, joka kasvoi koomikko Beppe Grillon luotsaamasta verkkosivustosta Italian suurimmaksi puolueeksi vain reilussa vuosikymmenessä. Suomessa Jussi Halla-Aho nousi pitkälti Scripta-bloginsa pohjustamalla suosiolla politiikan eturiviin.

Toisaalta alati vaihtuvine kohuineen ja keskustelunaiheineen sosiaalinen media vahvistaa poliittista kulttuuria, jossa yksi ideologia tai intressi ei ole niin oleellinen kuin koettu arvio asian oikeudenmukaisuudesta. Poliitiikan tutkijat Jarmo Rinne ja Tapio Häyhtiö (2007) ovat kuvanneet tätä termillä *refleksiivinen politiikka*. Refleksiivinen politiikka tarkoittaa henkilökohtaistuvaa suhdetta politiikkaan, jossa huomio kohdistuu yksilön refleksiinomaiseen reagointiin häntä henkilökohtaisesti koskettaviin yhteiskunnallisiin asiakysymyksiin. Refleksiiviselle politiikalle on ominaista yhteiskunnallinen mobilisoituminen verkostomaisena liikehdintänä. Toiminnallinen sosiaalinen verkosto

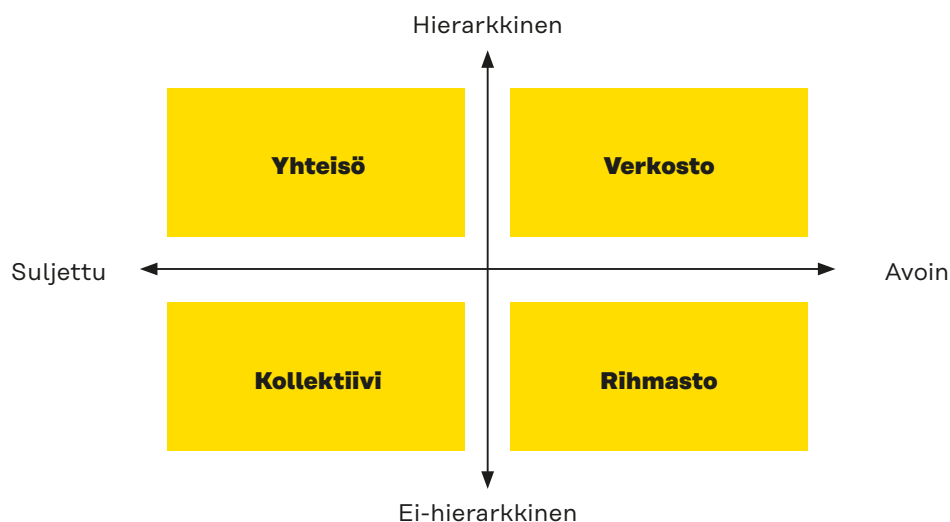
kukoistaa lyhyen ja intensiivisen ajan ja liikkeelle panevana voimana on usein ajatus itseorganisoitumisesta. Toimintaa pyritään harjoittamaan avoimissa verkostoissa ilman organisatorisia rajoitteita, johtajia tai hierarkiaa.

Refleksiivisyys kuvastaa hyvin monia aikamme suosittuja liikehdintöjä keltaliiveistä #blacklivesmatteriin ja silakkaliikkeen. Ne ilmestyvät kuin tyhjästä, kuplivat hetken ja katoavat. Suositut liikehdinnät osaavat hyödyntää verkostovaikutusta: ihmiset liittyvät mukaan, koska muutkin liittyvät. Jäsenmaksuja ei tarvita. Mukaan pääsee kirjaimellisesti vain nappia painamalla.

Tutkija Kari A. Hintikka kirjoitti vuonna 2014 artikkelissaan *Verkot ja poliittisen vaikuttamisen tulevaisuus*, että myös juridisten organisaatioiden on hyödyllistä, ellei välttämätöntä oppia yhteistyötä suurten ja eri tavoin organisoituneiden internet-väijoukkojen kanssa. Hintikan ennustus näyttää osuneen nappiin. Monet viime vuosina parhaiten pärjänneistä puolueista ja poliitikoista ovat niitä, jotka osanneet hyödyntää verkkoliikehdintöjen dynamiikkaa omassa organisoitumisessaan. Emmanuel Macronin En Marche -liike rakennettiin perinteisten puoluerakenteiden ulkopuolelle ja sen toiminta perustuu moderniin verkkokampanjointiin. Trump hyödynsi kampanjassaan onnistuneesti teekutsuliikkeen ja laitoikeiston verkostoja. Perussuomalaiset taas ovat onnistuneesti pystyneet toimimaan muun muassa erilaisten maahanmuuttokriittisten verkkoyhteisöjen äänitorvena.

Hintikan mukaan internetissä kukoistavat erityisesti avoimet ja joustavat yhteenliittymien muodot, kuten erilaiset verkostot ja rihmastot (ks. kuva 11). Yhteisöistä poiketen verkostoihin ja rihmastoisiin liittyäkseen ei tarvitse tuntea kollektiivista yhteenkuuluvuuden tunnetta tai jakaa yhteisiä arvoja. Esimerkiksi sosiaalisen median kautta syntyvät verkostot eivät rakennu vain ystävien ja tuttaviensa varaan, vaan niissä yhdistyvät joustavasti sekä heikot että vahvat siteet. Verkostot voivat olla rakenteeltaan keskitettyjä, jaettuja tai hajaantuneita. Mitä hajaantuneempia verkostot ovat, sitä lähempänä ne ovat itseorganisoituvia rihmastoja, joilla harvoin on paikannettavaa keskusta tai tunnistettavaa organisaatiota käskysuhteineen.

Rihmastoista Hintikka nostaa esiin verkkoaktivistiliikehdintä Anonymouksen. Sen toiminta on äärimmäisen pistemäistä ja sporadista, mutta muodostaa kokonaisuudessaan selkeän jatkumon. Toiminta on täysin internet-perustaista, liikehdinnällä ei ole mitään fyysistä kokoontumispaikkaa. Myös toiminnan kohteet ja välineet ovat ensisijaisesti internetissä. Organisoituminen tapahtuu verkon keskustelufoorumeilla. Vastaavalla tavalla hajautuneesti itseorganisoituvia liikkeitä on sittemmin nähty paljon muitakin. Yksi tunnetuimmista on vuonna 2011 alkanut Occupy-protestiliikehdintä, jonka toiminnalla oli fyysinen luonne – julkisten tilojen rauhanomainen valtaus – mutta organisoituminen tapahtui hyödyntämällä internetiä sekä autonomisten solujen toiminnan suunnitteluun että globaaliin mobilisoitumiseen.



Kuva 11. Verkkoysteellisten muotojen luokittelu (Hintikka 2014)

Verkkoperustaisten liikekenttien veto-voima on helppo ymmärtää. Mukaan lähteminen ja osallistuminen on helppoa. Vaikuttaminen hoituu vaikka kotisohvalta juuri silloin kun itse parhaaksi näkee. Sitran teettämän kyselytutkimuksen perusteella tällaisen ”kevytvaikuttamisen” potentiaali on valtava (Vahti 2020b). Yli kolmannes huhti-toukokuussa 2020 toteutetun kyselyn lähes 4000 vastaajasta arvioi ottavansa kantaa tai vaikuttavansa kansalaisena muutoin vain, jos he voivat tehdä sen helposti kotoa käsin tai arkisten valintojen kautta. Vakiintuneiden puolueiden kannalta kiinnostavaa onkin, pystyvätkö ne ylipäänsä operoimaan internetissä nykymuotoisilla organisaatiomalleillaan. Ulkopuolisilta suljetut hierarkkiset organisaatiorakenteet eivät mahdollista toiminnan skaalaamista tai osallistujien motivoimista verkossa samalla tavoin kuin kevyemmät organisoitumisen muodot.

Pystyvätkö puolueet uudistumaan?

Espanjalainen Podemos ja italialainen Viiden tähden liike ovat esimerkkejä populistipuolueista, jotka ovat onnistuneet sekä pärjää-

mään vaaleissa että houkuttelemaan merkittävät määrät ihmisiä puolue toiminnan pariin. Poliitikan tutkija Peter Mairin mainitsemien tyhjien kannalta näissä puolueissa ei ole kiinnostavinta se, miten ne ovat hyödyntäneet sosiaalista mediaa kampanjoimisen välineenä, vaan se, millaisia uusia teknologisia osallistumisen malleja ne ovat ottaneet käyttöön.

Sosiologi Paolo Gerbaudo (2018) pitää Podemosta ja Viiden tähden liikettä malliesimerkkeinä uusista puolueista, joita hän kutsuu digipuolueiksi tai alustapuolueiksi. Digipuolueille on tyypillistä, että ne matkivat Facebookin ja muiden datajättien datavetoista verkostorakennetta koko puolueen toiminnan organisointiin. Niin Podemoksen kuin Viiden tähden liikkeen toiminnan ytimen muodostaa verkkoalusta – Podemoksella Participe, Viiden tähden liikkeellä Rousseau – jossa palautetta kerätään jatkuvasti, ideointia joukkoistetaan ja toimintaa uudelleen ohjataan koko ajan verkkokeskustelujen ja -äänestysten pohjalta. Näin siis ainakin teoriassa.

Todellisuudessa digipuolueiden demokratialupaukseen kannattaa ainakin toistaiseksi suhtautua aimo annoksella kriittisyyttä.

Gerbaudo muistuttaa, että tutkimusten mukaan vain pieni osa digipuolueidenkin jäsenistä osallistuu aktiivisesti verkkoalustoilla käytäviin keskusteluihin ja äänestyksiin. Esimerkiksi Podemoksen lähes 400 000 jäsenestä arviolta vain neljä prosenttia on osallistunut puoluealoitteiden yhteissuunnitteluun. Löyhästä ja matalahierarkkisesta organisaatorakenteesta huolimatta toimintamuodot saattavat silti olla hyvin keskittyneitä. Enemmistö kannattajista vain reagoi puoluejohdon tai aktivistien ytimen aloitteisiin sen sijaan, että olisi niitä itse muokkama-

Samoin muut verkostomaisia toimintatapoja hyödyntävistä liikehdinnöistä ovat vaarassa muuttua ajan myötä irtokuviksi omista ideoistaan. Verkostot saattavat olla laajoja, mutta hierarkia silti syvä. Muun muassa Ranskan presidenttiä Emmanuel Macronia on syytetty siitä, että Facebookin omistajan Mark Zuckerbergin tavoin hän ylistää En Marche -puolueessaan yhteisön voimaa samalla kun pitää kaikki langat itse käsissään.

Esiin nousseista ongelmista huolimatta organisoitujen puolueiden on syytä miettiä suhdettaan erilaisiin verkko-organisoitumisen muotoihin. Sosiaalisen median rooli yhteiskunnallisen vaikuttamisen foorumina ei ole hiipumassa. Päinvastoin sen merkitys julkisuusareenana kasvaa koko ajan, ja kasvavalle joukolle nuoria sosiaalinen media on jo perinteistä mediajulkisuutta tärkeämpi kansalaiskeskustelun foorumi. Sen vuoksi verkostoituminen, yhteistyö ja kumppanuudet erilaisten verkko-osallistumisen muotojen kanssa tulevat olemaan jatkossakin ratkaisevan tärkeitä. Vaikka yhteiskunnallisella vaikuttamisella on yhä useimmiten fyysinen muoto, sosiaalinen media on

keskeisessä roolissa toiminnan aikaansaamisessa.

Liisa Hyssälä ja Jouni Backman (2018) kirjoittavat Kansanvallan peruskorjaus-raportissa, että muun yhteiskunnan lävistänyt digitaalinen murros ei ole ulottunut puolueisiin. Puolueet ovat kyllä olleet aktiivisia kehittämään valtion ja kuntien rakenteita, mutta sama into ei ole heijastunut niiden oman toiminnan kehittämiseen. Seuraukset ovat hyvin tiedossa. Puolueiden paikallinen toiminta on hiipunut, jäsenmäärät laskeneet ja ikärakenne painottunut ylädesiiliin.

Perinteisten puolueiden kannattaakin pohtia, minkälainen olomuoto, laajennus tai yhteenliittymä verkossa sopisi parhaiten niiden tarkoitukseen. Puolueet täyttävät organisaatioina yhä monenlaisia tehtäviä edustuksellisessa järjestelmässä. Ne ovat vaaliorganisaatioita, järjestöorganisaatioita, osa julkista hallintoa, agendan muodostajia ja kansalaisyhteiskunnan ja yhteisöllisyyden ylläpitäjiä. Pelkkä kampanjakoneiston siirtäminen verkkoon ei ratkaise niiden eksistentiaalisia ongelmia kansanliikkeinä. Keskeistä on toimintatapojen ja -rakenteiden uudistaminen.

Inspiraatiota uudistyöhön kannattaa hakea kansalaisaktivisteilta Jeremy Heimans ja Henry Timms (2014). Heidän paaluttamissaan ”uuden vallan” toimintaperiaatteissa korostuu itseorganisoitumisen tukemisen tärkeys, yhteisomistajuus, yhteisluominen, mukaan liittymisen helppous ja avoimuus. Periaatteita voi soveltaa laajemminkin koko yhteiskuntaan. Muuten voi käydä niin, että tehokkaat verkko-osallistumisen muodot tekevät tyhjäksi perinteisten puolueiden tarpeen kahdella tapaa: ensin pikkuhiljaa ja sitten kertarysäyksellä.

Entä jos äänestäisimme EU-jäsenyydestä vuonna 2020?

Kirjoittaja: Hannu-Pekka Ikäheimo

Mediaympäristön muutoksen vuoksi EU-jäsenyyttä koskeva kansanäänestys olisi nyt erilainen kamppailun kenttä kuin 1990-luvulla.

Kesällä 2020 saavutettu sopu EU:n 750 miljardin koronatukipaketista on herättänyt kiivasta keskustelua Euroopan integraation suunnasta. Ensimmäistä kertaa historiansa aikana EU aikoo maksaa avustuksia jäsenmaille unionin velalla. Monet ovat kysyneet, seuraako päätöksestä yhä tiiviimpää yhteistä talouspolitiikkaa, isompia jäsenmaksuja, velkaantumista jäsenmaiden kustannuksella tai vallan valumista Brysseliin. Perussuomalaiset ja kristillisdemokraatit ovat jopa vaatineet koko päätöksen perumista (HS 26.8.2020).

Laina- ja avustuspaketit ovat herättäneet myös eloon vaatimuksen Suomen EU-erosta. Alkusyksystä 2020 eduskuntatalon edessä järjestettiin mielenilmaus, jossa vaadittiin sekä Suomen eroa EU:sta että hallituksen eroa. Kesällä 2020 vireille laitettiin myös kansalaisaloite, jossa vaaditaan kansanäänestyksen järjestämistä Suomen EU-jäsenyydestä. Kyseessä ei ole ensimmäinen kerta, kun aihe on vireillä kansalaisaloitepalvelussa. Samansisältöinen aloite keräsi ääniä myös vuonna 2013 ja 2017, mutta ei saanut kummallakaan kerralla kasaan tarvittavia 50 000 ääntä. Tätä kirjoittaessa aloitteella on noin 10 000 kannatusilmoitusta ja keräys on käynnissä tammikuun loppuun 2021 saakka.

Ainakaan tällä hetkellä kansanäänestys Suomen EU-jäsenyydestä ei ole realismia, mutta liikehdinnät herättelevät pohtimaan, millaiseksi keskustelu jäsenyydestä muodostuisi, jos kansanäänestys EU:sta toteutuisikin 2020-luvulla. Ajatusharjoitukseen kannattaa hakea perspektiiviä 90-luvun alun EU-kansanäänestyksen tapahtumista, koska pidempi perspektiivi auttaa hahmottamaan suomalaisessa politiikassa ja mediaympäristössä

vuosien varrella tapahtuneita muutoksia ja jatkuvuuksia.

Medialle vieraat jäsenyyden vastustajat

Valtio-opin professori Tapio Raunio kertoo vuoden 1994 kansanäänestyksen asetelmia kokoomateoksessa *Eurooppalaistuminen: Suomen sopeutuminen Euroopan integraatioon*. Raunion mukaan jäsenyyden kannattajilla oli kansanäänestyksen alla kolme merkittävää etua puolellaan. Ensinnäkin selvä enemmistö Suomen poliittisesta eliitistä – keskeiset puolueet, valtaosa kansanedustajista sekä presidentti – puolsi jäsenyyttä. Toiseksi enemmistö sanomalehdistä puolsi avoimesti Suomen EU-jäsenyyttä. Kolmanneksi johtavat taloudelliset etujärjestöt sekä suuryritykset lobbasivat näkyvästi jäsenyyden puolesta. Kaiken kaikkiaan ”kyllä-leirin” voimavarat olivat moninkertaiset verrattuna jäsenyyden vastustajien resursseihin. ”Ei-leiri” taas oli sisäisesti varsin hajanainen ja huonosti organisoitu.

Päätöksen kannalta julkisuuden ja joukkoviestinnän rooli arvioitiin jo ennakolta ratkaisevan tärkeäksi. Julkisuudesta oli tullut yhä keskeisempi päätöksenteon paikka 90-luvun alun Suomessa, jossa puolue- ja auktoriteettiusko oli hiipumassa. Vaaliuurnilla käyvän äänestäjäkansalaisen rinnalla teki nousuaan ideaali aktiivisesta, oman elämänsä hallintaan pyrkivästä, valvutu-neesta kansalaisesta.

Mediatutkija Heikki Heikkilä (1996) on tutkinut EU-keskustelujen rakentumista valtavirtamedioissa (HS, STT) Suomen EU-jäsenyyssprosessin aikana vuosina 1992–1994. Heikkilän mukaan EU-kysymys

Ei liene ihme, että suomalaisyleisö piti niin sanomalehtiä kuin sähköisiä viestimiä puolueellisena EU-kysymyksessä.”

määrittyi valtavirtajournalismissa leimallisesti valtiolliseksi asiaksi. Journalismi mukautui valtiovallan asettamiin raameihin ja kierrätti paljon valtiovallan luomia määrittäjätyksiä.

Läpi äänestystä edeltäneen julkisuusprosessin journalismin toimijahierarkia oli leimallisen valtiojohtoinen. Poliitikkojen ja virkamiesten näkemykset saivat huomattavan paljon näkyvyyttä. Se johti väistämättä siihen, että jäsenyyden kannattajien näkökulmat ja tilannemääritykset olivat medioissa enemmän esillä kuin jäsenyyden vastustajien, sillä keskeiset poliitikot ja virkamiehet eivät juuri jäsenyyuskritiikkiä viljelleet.

Valtiovalta pyrki antamaan jäsenyys-hankeesta kuvan suunnitelmallisena prosessina, joka olisi luontevaa jatkoa aiemmalle kehitykselle. Kansalliseen yhtenäisyyteen vedottiin läpi prosessin, ja Heikkilän mukaan sen tavoittelu leimasi myös journalismia. Valtavirtamedia pystyi politisoimaan joitain teemoja (esim. maatalous) ja toimimaan epävarmuuden tulkkina EU:n tulevaisuuteen liittyvissä kysymyksissä, mutta mitä lähemmäs äänestyspäivää tultiin, sitä vahvemmin valtavirtamedia samaistui valtionhoitajarooliin, jossa konsensus ja kansallinen yhtenäisyys nähtiin poliittisen johdon tavoin suurimpina arvoina.

Heikkilän mukaan valtavirtamedioiden uutisoinnille oli myös tyypillistä erilaisten teknisten yksityiskohtien, aikataulujen ja laskelmien korostaminen. Heikkilä kutsuu tätä julkisen keskustelun *tahdistamiseksi*. Tavoitteena oli, että julkisuudessa keskusteltaisiin pääasiassa kulloinkin poliittisissa prosesseissa esillä olevista asioista. Journalismin huomio kohdistui kulloinkin esillä olleiden prosessin vaiheiden, aikataulujen ja

teknisten yksityiskohtien kuvailuun. Se vain vahvasti kuvaa EU-kysymyksen valtiojohtoisuudesta. ’Tosiasioissa’ pitäytymisestä ja asiakokonaisuuksien hallinnasta muodostui prosessin aikana ideaali niin journalisteille kuin kansalaisille. Sen sijaan journalismi sulki ulkopuolelle paljon sellaista epäkorrektia puhetta, kuten ”ryssän pelko” ja ulkomalaisvastaisuus, jotka esiintyivät yleisesti kansalaisten EU-määrittelyissä.

Mediatutkija Tuomo Mörän (1999) samaa ajankohtaa kartoittavassa haastattelututkimuksessa useat toimittajat myönsivät, että heidän oli vaikeaa ymmärtää jäsenyyden vastustajien logiikkaa. Ei-leirin edustajia pidettiin jonkinlaisena outona marginaali-ilmiönä, jotka puhuivat paitsi vääristä asioista myös väärällä tavalla. Jotkut toimittajista myös myönsivät jättäneensä tietoisesti juttuja tekemättä jäsenyyden vastustajista.

Mörän tutkimuksessa toimittajat kertoivat arvostavansa kovia tosiasioita, erityisesti ulko- ja turvallisuuspoliittisia argumentteja, ja jäsenyyden vastustajien argumentoinnissa korostunutta itsenäisyyden menettämisen uhkaa pidettiin tunteellisena argumenttina, eräänlaisena keskustelun tappajana, jolle ei tahdottu antaa näkyvyyttä. Yleisradion uutis- ja ajankohtaisohjelmien sisältöjä tutkineen Iina Hellstenin (1996) mukaan jäsenyyden vastustajat näyttäytyivätkin televisiossa kummallisena EI-kansana, joka vastustaa yleensäkin kaikenlaista edistystä.

Kaikki edellä kuvattu yhteenlaskettuna ei liene ihme, että suomalaisyleisö piti niin sanomalehtiä kuin sähköisiä viestimiä puolueellisena EU-kysymyksessä. Niiden katsottiin painottavan kyllä-puolen näkemyksiä. Kyllä-puolen vankasta resurssiylivoimasta huolimatta kansalaisten mielipiteet jakautuivat aina äänestyspäivään saakka melko tasan jäsenyyden puolesta ja sitä vastaan. Tähän nähden äänestystuloksen marginaalia – 57 prosenttia puolesta, 43 prosenttia vastaan – voi pitää yllättävänkin selvänä.

Jos EU-jäsenyydestä äänestettäisiin nyt: Brexit kompassina oman aikamme ilmiöihin

Monet etulyöntiaseman kyllä-leirille 90-luvulla muodostaneista tekijöistä olisivat yhä voimissaan, jos kansanäänestys EU:sta käytäisiin 2020-luvulla. On oletettavaa, että enemmistö Suomen poliittisesta eliitistä olisi yhä jäsenyyden kannalla. Tapio Raunio ja Mikko Mattila toteavat teoksessa *Reunalla vai ytimessä? Suomen EU-politiikan muutos ja jatkuvuus* (2017), että suomalaisten puolueiden EU-linjaukset ovat säilyneet kutakuinkin ennallaan jäsenyyden alusta saakka, eikä selkeää EU-kriittisyyden kasvua ole havaittavissa. Myös kansalaismielipide on säilynyt erittäin myönteisenä sekä EU:ta että euroa kohtaan. Elinkeinoelämän valtuuskunnan Evan vuoden 2019 arvo- ja asennetutkimuksessa suomalaisten EU- ja Emu-asenteet olivat myönteisimmät koko jäsenyysaikana (Haavisto 2019).

EU-myönteistä sanomaa on kuulunut myös suomalaisen etujärjestökentän suunnalta. Elinkeinoelämän keskusliitto kertoo verkkosivuillansa uskovansa yhtenäisen EU:n voimaan. Suuret suomalaiset palkan-saajajärjestöt – SAK, Akava ja STTK – taas korostivat EU-jäsenyyden moninaisia hyötyjä yhteisessä kannanotossaan, joka julkaisiin vuoden 2019 eurovaalien alla (SAK 2019). Tässäkin suhteessa tilanne reilun 25 vuoden takaiseen näyttää melko lailla muuttamattomalta.

Ainakin kaksi merkittävää muutosta on kuitenkin tapahtunut sitten 1990-luvun alun. Ensinnäkin Kreikan talousvaikeuksista vuonna 2010 alkanut eurokriisi politisoi Euroopan integraation voimakkaasti ympäri Euroopan ja vaikutukset näkyivät myös Suomessa. Vuoden 2011 eduskuntavaaleissa Eurooppa-poliittinen jakolinja aktivoitui suomalaisessa politiikassa kunnolla ensimmäistä kertaa sitten vuoden 1994 kansanäänestyksen. Euroopan unionin talouskriisistä tuli mediassa kevään 2011 hallitseva teema,

joka omalta osaltaan siivitti perussuomalaiset vaaleissa kuuluisaan jytkyyn.

Perussuomalaisten nousu merkittäväksi valtuustoluueksi on muuttanut EU-kriittisyyden asemaan suomalaisessa puoluekentässä. Jäsenyyden vastustajien tai siihen nuivasti suhtautuvien joukko ei ole enää 90-luvun tavoin heikosti organisoitunut ja hajanainen joukko kummajaisia, vaan varteenotettava poliittinen voima, jonka muut puolueet joutuvat ottamaan politiikassaan huomioon.

Toiseksi valtavirtamedioiden ja journalistisen median valta säädellä julkista keskustelua on olennaisesti heikentynyt. Sosiaalinen media tarjoaa laajoille joukoille reaaliaikaisen mahdollisuuden luoda uusia kehyksiä poliittisille kysymyksille, eivätkä politiikka ja siitä tehdyt tulkinnat tule enää määritellyksi vain toimittajien ja poliitikkojen välisessä vuorovaikutuksessa. Poliitiikan tutkija Yascha Mounkin (2018) mukaan sosiaalisen median vallankumouksellisuus piilee juuri siinä, että se heikentää eliittien kykyä hallita poliittisten keskustelujen agendaa. Status quon haastajat vahvistuvat suhteessa vallitsevaan järjestykseen riippumatta siitä, miltä poliittiselta laitamalta haastaminen tapahtuu.

Heikkilän ja Mörän 1990-luvun alun kuvauksissa kuultaa vielä läpi laatumediaan liitetty portinvartijaideaali, jossa journalistinen media toimii eräänlaisena poliittisen korrektiuden ja rationaalisen keskustelun vartijana. On mahdollista, että suomalaisen valtavirtamedian painotukset olisivat vielä 2020-luvullakin jäsenyysmyönteisiä ja jäsenyyteen liittyvät ”kovat faktat” sekä niitä esittävät auktoriteetit saisivat muita enemmän näkyvyyttä. Journalistisella medialla ei kuitenkaan olisi enää samanlaisia mahdollisuuksia jättää tunteellisia, epäkorrekteja tai identiteettipoliittisia näkökulmia käsittelemättä 90-luvun tavoin, tai ainakin ne läikkyisivät valtavirtajulkisuuteen joka tapauksessa.

Tuoreen esimerkin tästä tarjoaa Ison-Britannian vuoden 2016 EU-kansanäänestys, jossa juuri ne teemat – identiteettikysymykset, pelko itsenäisyyden menettämisestä,

ulkomaalaisvastaisuus – joista keskustelua valtavirtamedia pyrki Suomessa 1990-luvun alussa suitsimaan, nousivat keskustelujen keskiöön. Suomi ei ole Britannia, mutta on syytä olettaa, että identiteettipoliittiset kysymykset korostuisivat myös Suomessa, sillä vastakkainasettelu kansainvälistymistä korostavan liberalismiin ja kansallista kulttuuria korostavan konservatismiin välillä on noussut yhä keskeisemmäksi jakolinjaksi poliittisessa ilmastossa ympäri maailman.

Britannian EU-kansanäänestysprosessi muistutti myös monin muin tavoin perinteisten portinvartijoiden muuttuneesta roolista. Menestyksekkäästi Britannian EU-eron puolesta kampanjoinut Vote Leave -kampanja käytti lähes koko markkinointibudjettinsa kohdennettuun Facebook-mainontaan. Sosiaalisen median avulla se pystyi sivuuttamaan perinteiset mediat täysin ja viestimään suoraan kannattajilleen. Kampanjan ydinviestit suunniteltiin huolellisesti datapohjaisen testauksen avulla totuusarvoista välittämättä. Kampanja muistetaan muun muassa räikeistä EU:n kustannuksiin liittyvistä valheista ja tunteisiin vetoavista sloganeistaan.

Britanniassa ja Yhdysvalloissa käydään yhä jälkipyykkiä PR-yhtiö Cambridge Analyticaan kytkeytyvien datavuotojen ja Venäjän disinformaatio-operaatioiden vaikutuksista vaalien lopputuloksiin. Kohut vaalien turvallisuuden vaarantumisesta havahduttivat ihmiset huomaamaan, että Facebookin ja Googlen kaltaisten teknologiajättien datamassoilla voidaan vaikuttaa kuluttajien lisäksi myös äänestäjiin.

Tietokoneellista propagandaa tutkinut Philip N. Howard on todennut (2020), että sen paremmin sosiaalisen median kuin perinteisenkään median kautta leviävien sisältöjen vaikutuksia ei tule liioitella. Vuosikymmenten tutkimusten perusteella mediavaikutukset ovat ylipäänsä pieniä ja vaikeasti todennettavia. Dis- ja misinformaation vaikutukset näkyvät lähinnä pienissä ja

marginaalisissa äänestäjäryhmissä. Jatkuvasti lisääntyvän ja tarkentuvan datan avulla nuoriryhmät ovat kuitenkin entistä helpommin löydettävissä ja tiukoissa vaaleissa pienilläkin marginaaleilla voi olla suuri merkitys. Howardin mukaan esimerkiksi Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaaleissa disinformaatiolla vaikuttaminen keskitettiin tarkasti tiettyjen vaa'ankieliosavaltioiden tiettyihin äänestäjäryhmiin, jossa oletetuilla mielipidemuutoksilla arveltiin olevan suurin vaikutus lopputuloksen kannalta.

Britannian tai Yhdysvaltojen tapahtumat eivät ole yksittäistapauksia, vaan osa laajempaa trendiä. Sosiaalisessa mediassa harjoitettavasta manipulaatiosta on kasvanut iso bisnes. Erilaiset toimijat poliittisista puolueista valtioihin ovat käyttäneet vuodesta 2010 alkaen satoja miljoonia sosiaalisessa mediassa toteutettavien psykologisten operaatioiden ja julkisen mielipiteen manipuloinnin kehitystyöhön ja toteuttamiseen (Howard 2020, 144). Freedom House -järjestön (2019) tietojen mukaan verkkomanipulointia ja erilaisia disinformaatiotaktiikoita on havaittu harjoitettavan vaalien yhteydessä ainakin yli 20 maassa ja määrä kasvaa vuosi vuodelta.

Vaaliprosessin koskemattomuuden turvaaminen nousisikin epäilemättä suureksi kysymykseksi myös Suomessa, jos kansanäänestys EU:sta päätettäisiin järjestää nyt. Kysymys ei olisi vain siitä, miten pystyttäisiin estämään maan ulkopuolisten toimijoiden häirintä, vaan myös siitä, kuinka onnistuttaisiin kotoperäisen informaatiovaikuttamisen torjunnassa ja varmistettaisiin äänestäjien pääsy luotettavien tietojen äärelle. Oman haasteensa muodostaisi myös mediakulutuksen- ja käytön voimakas eriytyminen ikäryhmittäin. Hahmottuaisivatko äänestyksen tärkeimmät teemat ja kysymykset kovin erilaisiksi sen mukaan, vastaanottaisiko henkilö tietoa pääasiassa perinteisen median vai sosiaalisen median välityksellä?

Uusi kulttuuri on vasta muotoutumassa

Tuoreeltaan vuoden 1994 kansanäänestyksen jälkeen mediatutkija Ullamaija Kivikuru ja kumppanit (1996) arvioivat Kansa euromyllyssä -teoksessa, että äänestysprosessi olisi sujunut julkisen keskustelun ja kansallisen identiteetin hallinnan näkökulmasta tasaisemmin ja valppaammin, jos se käyty joko 10 vuotta aiemmin tai 10 vuotta myöhemmin. He perustelivat väitettään sillä, että 90-luvun alkupuolella sekä mediajärjestelmä että journalistinen kulttuuri olivat vielä voimakkaassa murrostilassa. Median sääntelyä oli vastikään voimakkaasti purettu ja kansankunta vasta opetteli toimintaa markkinaehtoisemmin toimivassa mediaympäristössä. Kirjoittajien mukaan kansallinen etu olisi määrittynyt tarkkarajaisempana ja kannanotot olisivat levänneet vankemman järjestökoneiston varassa, jos äänestys olisi järjestetty 10 vuotta aiemmin. Myös kansainväliset virikkeet olisivat saapuneet maahan säänneltympinä. Vuonna 1994 vanhat eväät eivät enää toimineet ja uusi kulttuuri oli vasta ummullaan.

Oman aikamme perspektiivistä arviot 90-luvun alun hallitsemattomuudesta tuntuvat vierailta. EU-kansanäänestyksen aikaisessa mediaympäristössä toimittajien valta kuratoida julkista keskustelua oli kuitenkin huomattavasti nykyistä suurempi ja mediakenttä yhtenäisempi. Hyvänä

puolena voi pitää sitä, että mikä tahansa argumentti ei mennyt suodattimista läpi, ja joku sentään katsoi faktojen ja argumenttien laadun perään. Julkinen sfääri ei toiminut pelkästään tunteiden viemänä tai ollut niin haavoittuvainen väärin tietojen leviämiseksi kuin nykyään. Huonona puolena taas voi pitää sitä, että relevanttejakin näkökulmia saatettiin jättää käsittelemättä vain sen takia, etteivät ne täyttäneet faktapohjaisuuden ja rationaalisen keskustelun ahtaita kriteerejä.

On tietysti vaikea arvioida, miten äänestys Suomen EU-jäsenyydestä kääntyisi, jos se järjestettäisiin nyt. Jäsenyyden kannattajilla olisi yhä selvä etulyöntiasema puolellaan, mutta kansanäänestykset ovat yllättäneet vannoutuneet EU-kannattajat ennenkin.

Edellä esitetyn perusteella voi kuitenkin todeta, että julkisen keskustelun ja kansallisen identiteetin hallinnan näkökulmasta äänestysprosessi tuskin sujuisi 2020-luvun mediamaisemassa yhtään sen tasaisemmin tai valppaammin kuin 1990-luvulla. Päävastoin 2020-luvun mediaympäristö olisi toimijoille entistä kompleksisempi ja vaikeampi hallita. Kansa euromyllyssä -teoksen kirjoittajien tavoin voikin vain todeta, että 2020-luvun alkupuolella sekä mediajärjestelmä että journalistinen kulttuuri ovat vielä voimakkaassa murrostilassa. Vanhat eväät eivät enää toimi mutta uusi kulttuuri on vasta muotoutumassa.

"Julkisen keskustelun ja kansallisen identiteetin hallinnan näkökulmasta äänestysprosessi tuskin sujuisi 2020-luvun mediamaisemassa yhtään sen tasaisemmin tai valppaammin kuin 1990-luvulla."

5. Tulevaisuuden kehityssuuntia

Miltä mediavälitteinen vaikuttaminen näyttää vuonna 2030? Nyt tekemillämme valinnoilla ja päätöksillä voimme vahvistaa erilaisia kehityssuuntia. Onko edessämme huomioalgoritmien tyrannia, portinvartijoiden kasvava valta, eriytyvät mediatodellisuudet vai luottamusta vahvistavia verkostoja?



Seuraavaksi esiteltävät mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen tulevaisuuden kehityssuunnat vetävät yhteen tämän selvityksen keskeisimpiä havaintoja ja kurottavat katsetta kohti mahdollisia tulevaisuuden kehityskulkuja. Hahmottelemiemme tulevaisuuden kehityskulkujen keskiössä on sosiaalinen media, koska arvelemme sen merkityksen moninaisine ilmenemismuotoineen näyttelevän suurta rooli yhteiskunnallisen keskustelun ja verkostoitumisen peruskäyttöliittymänä tulevan vuosikymmenen aikana. Nyky-yhteiskunnat ovat leimallisesti sosioteknisiä rakennelmia, joissa ideologiat, kulttuuriset tekijät ja teknologiat vaikuttavat symbioosissa keskenään eikä yhtä ei voi erottaa toisesta. Teknologian muokkaama informaatioympäristö vaikuttaa siihen, minkälaisia konkreettisia ilmenemismuotoja abstraktit demokratian ihanteet ja yhteiskunnalliset ideologiat käytännössä saavat.

Kuvauksemme tulevaisuuden kehityssuunnista ovat pysäytyskuvia vuoden 2030 tilanteesta. Ne pohjautuvat siirtymiin kahden keskeisen muuttujan osalta (ks. kuva 12).

Yhtäältä pidämme keskeisenä sitä, millaiseksi sääntely-ympäristön muotoutuu. Sosiaalisen median alustojen toimintaa ohjaavilla normeilla ja lainsäädännöllä voidaan vaikuttaa siihen, minkälaiset pelisäännöt ohjaavat alustoilla tapahtuvaa yhteiskunnallista vaikuttamista. Esimerkiksi datan hyödyntämiseen tai vihapuheen kitkemiseen liittyvällä sääntelyllä on merkittävä vaikutus siihen, minkälaiseksi yhteiskunnallinen osallisuus ja osallistuminen muodostuu. Toisaalta keskeistä on tiedon ja tunteiden jakamiseen liittyvien markkinoiden kehittyminen. Olennaista on, jatkuuko datan ja vallan keskittyminen muutamien teknologiayhtiöiden käsiin vai syntykö somepalveluiden välille aitoa kilpailua, jossa kuluttajalla on aidosti mahdollisuus äänestää jaloillaan epäeettisesti toimivia palveluntarjoajia vastaan. Muuttujat ovat vahvasti toisiinsa kytköksissä, koska sääntely-ympäristöä muokkaamalla ja standardeja luomalla voidaan vaikuttaa myös markkinoiden kehittymiseen.



Kuva 12. Tulevaisuuden kehityssuuntien ajureita

Kuvaamamme tulevaisuuden kehityssuunnat eivät ole täysin toisiaan poissulkevia. Tulevaisuus voi aivan hyvin olla sekoitus eri kehityssuuntien piirteistä tai jotain täysin muuta yllättävää. Toivomme, että kuvauksemme auttavat kuitenkin laajentamaan perspektiiviä siitä, minkälaisiin tulevaisuuksiin jo näkyvät trendit voivat johtaa ja miten suuntaan voidaan mahdollisesti vaikuttaa.

Huomioalgoritmien tyrannia

Vuonna 2030 informaatioympäristö on viestejä vastaanottavan yksilön näkökulmasta kaoottinen. Kaikenlaisen informaation ja viihteen kuluttaminen on voimakkaasti keskittynyt muutamien globaalia markkinaa hallitsevan teknologiayhtiön käsiin. Teknologiayhtiöiden algoritmit määrittävät näkymiä todellisuuteen. Algoritmista julkisuutta hallitsee huomionhakuisuus ja tunteellisesti kehystetyt viestit, koska ne sitouttavat ihmisiä reagoimaan, kommentoimaan ja siten viipymään alustoilla. Poliittiset ja taloudelliset toimijat käyvät jatkuvaa kamppailua keinoja kaihtamatta siitä, kenen viestit saavat näkyvyyttä ja kenen tarinat voittavat.

Huolimatta lukuisista yhteenoitoista EU:n ja eurooppalaisten valtioiden kanssa, vahvaa levitettävien sisältöjen asianmukaisuutta valvovaa kontrollimekanismia ei ole saatu luotua verkkoympäristöön. Disinformaation leviäminen on jatkuva riesa, joka luo tilaa salaliittoteorioille, aiheuttaa kansanterveydellisiä riskejä ja konflikteja. Aika ajoin somejätit ovat paineen alla poistaneet joidenkin näkyvien poliitikkojen ja muiden näkyvien toimijoiden viestejä, mutta eivät ole suostuneet ottamaan laajempaa julkaisijan vastuuta alustoilla leviävistä sisällöistä. Viestien tarkoituksiperän, aitouden, luotettavuuden ja merkittävyyden arviointi on yhä enemmän yksilön kontolla.

Teknologian nopea kehitys on entisestään hankaloittanut tilannetta yksilön näkökulmasta. Tekoälyä hyödyntävät sovellukset ovat voimalla vyöryneet markkinoille ja iso

osa kaikesta sisällöstä mainoksista uutisiin on automatisoidusti tuotettua. Todellisten ihmisten luomaa vuorovaikutusta on erittäin vaikea erottaa tietokoneohjelmien luomasta vuorovaikutuksesta. Hämmästyttävän aidon tuntuista asiantuntijakirjoituksia luovat automaattiset tekstigeneraattorit ovat heikentäneet luottamusta kaikkeen kirjoitettuun tekstiin. Lähes minkälaisille sisällöille tahansa totuusarvoista piittaamatta on mahdollisuus ostaa näkyvyyttä.

Somejättien ansaintalogiikassa ei ole tapahtunut merkittäviä muutoksia sitten 2020-luvun alun. Käytetyimmät palvelut ovat yhä ilmaisia. Käyttäjät maksavat niiden käytöstä luomalla sisältöä ja luovuttamalla dataansa mainostajien käyttöön. Alustoja pyörittävien someyhtiöiden intressinä on pitää käyttäjät koukussa alustojen käyttöön, ja datamassoja avulla ne ovat myös tässä erittäin tehokkaita. Käyttäjille alustat pystyvät tarjoamaan tarpeeksi paljon lisäarvoa tarkasti räätälöidyn viihteen ja informaation muodossa, että epäkohdista huolimatta kuluttajat eivät ole suurin joukoin hylänneet palveluita. Huomioalgoritmien logiikan voikin nähdä paitsi koukuttaneen käyttäjät myös vanginneen alustatoimijat, joilla ei ole ollut taloudellisia kannusteita kehittää uudenlaisia ansaintalogiikoita – miksi ampuu lypsävää lehmää?

Yhteiskuntien kestävyuden kannalta tilanteesta on kuitenkin tullut kestämaton. Mediavälitteisen vaikuttamisen pelikenttää hallitsevat toimijat, jotka ovat sopeuttaneet vaikuttamisensa somealustojen addiktoivan logiikan mukaiseksi. Alatyylinen puhe, dis- ja misinformaatiolla hämmäntäminen, polarisoivat viestit ja trollaaminen ovat osa yhä useampien näkyvien vaikuttajien työkalupakkia. Jaettuun faktoihin perustuvan keskustelun tila on kaventunut. Tunnevetoisen viestinnän kehitystä ovat vauhdittaneet myös tekoälyä hyödyntävät ohjelmistot, jotka pystyvät tunnistamaan ihmisten tunnetiloja ja hyödyntämään emotionaalisia heikkouksia viestien kohdentamisessa.

Mediavälitteisessä vaikuttamisessa teknologinen osaaminen, erityisesti kyky käyttää hyväkseen laajoja datamassoja tarkan kohdentamisen välineenä on noussut yhä keskeisempään rooliin. Valtiolliset tahot ja poliittiset toimijat niin autoritäärisissä kuin demokraattisissa maissa ovat panostaneet suuria summia organisoitujen informaatiovaikuttamiskampanjoiden kehitystyöhön ja suuri osa kaikesta poliittisesta viestinnästä perustuu laajaan datan keruuseen ja psykologisten profiilien hyödyntämiseen. Vaikuttamisessa käytetään apuna datan louhintaan ja digitaaliseen vaikuttamiseen erikoistuneita PR-toimistoja.

Viestien kohdentaminen on yhä hienovaraisempaa ja suuntautuu yhä tarkemmin rajattuihin ryhmiin. Poliittisessa kampanjoinnissa provosoivia sisältöjä tuotetaan erityisesti aiheista, jotka herättävät paljon tunteita puolesta ja vastaan, koska konfliktit

ruokkivat näkyvyyttä. Myös likaiset vaikuttamisen keinot, kuten kilpailevien toimijoiden mustamaalaaminen ja perättömien huhujen levittäminen on yleistynyt. Soveliaan vaikuttamisen rajoja testataan ja venytetään jatkuvasti, eikä toiminta ole rajoittunut vain poliittiseen vaikuttamiseen, vaan vaikuttaa myös yritysten arjessa. Laajalle leviävät valeutiset heiluttelevat arvaamattomasti yritysten pörssikursseja.

Informaatioympäristön levottomuus on ruokkinut alueiden ja ihmisten välistä polarisoitumista ja johtanut yhteiskunnallisen luottamuksen radikaaliin heikkenemiseen. Sisäpoliittisten jännitteiden kasvu on myös merkittävästi heijastunut osallisuuteen. Iso osa ihmisistä on turhautunut yhteiskunnalliseen ilmapiiriin ja jatkuvaan häirintään ja vetäytyneet yhteiskunnallisista keskusteluista.

Kehityssuunta: Huomioalgoritmien tyrannia

Millaisilla toimijoilla on etulyöntiasema? Mediavälitteinen vaikuttaminen polarisoituu: Niiden tahojen valta kasvaa, joilla on varaa ostaa tehokkaimpia vaikuttamiskeinoja, muiden vaikutusmahdollisuudet heikkenevät. Entistäkin keskeisimmiksi vaikuttamisen tavoiksi nousevat häikäilemättömyys, kyky vedota tunteisiin, kyky erottaa muista ja toisaalta myös kyky pysytellä jatkuvasti näkyvissä viestinnän määrän ansiosta. Huomio on valtaa.

Mitä kehitys voi tarkoittaa yhteiskunnallisen osallisuuden kannalta? Luottamus yhteiskunnan rakenteita, instituutioita ja muita ihmisiä kohtaan on rapautunut ja politiikan raadollistuminen on madaltanut yleistä mielenkiintoa yhteiskunnallista vaikuttamista kohtaan. Ihmiset tukeutuvat livenä tai virtuaalisesti joko lähipiiriinsä tai verkon yhteisöihin, liikkeisiin ja verkostoihin, jotka tarjoavat hetkellistä tai pidempiaikaista merkityksen ja osallistumisen tunnetta.

Keskeinen kysymys pohdittavaksi: Miten estetään likaisten vaikuttamiskeinojen yleistymisen?

Portinvartijoiden kasvava valta

Vuonna 2030 sosiaalisen median käyttö on vahvasti keskittynyttä ja alueellisesti eriytynyttä. Kiina ja Venäjä ovat onnistuneet pyrkimyksissään luoda omat ”kansalliset internetinsä”. Suljettujen verkkojensa avulla ne voivat tehokkaasti valvoa verkossa muodostuvia verkostoja ja siellä liikkuvaa tietoa ja hyödyntää tätä tietoa vallan ja kontrollin välineenä. Euroopassa taas suuret yhdysvaltalaiset teknologiayritykset hallitsevat yhä markkinaa. Tietovuotoihin, disinformaation levittämiseen ja vaalimanipulaatioon liittyvät skandaalit ovat kuitenkin pakottaneet monet maat kiristämään lainsäädäntöään somealustojen toiminnan osalta. Suomessakin on Saksan tavoin otettu käyttöön tiukka lainsäädäntö vihapuheen ja muun laittoman sisällön estämiseksi. Myös EU on kiristänyt sääntelyään ja luonut tiukat standardit sekä datan suojelulle että raja-arvot sallitulle disinformaation tasolle, jonka alle Euroopassa toimivien somepalveluiden täytyy yltää. Toimintaa valvomaan on perustettu erillinen toimielin, jonka tehtävänä on suorittaa tarkastuksia somepalveluita tarjoavissa yrityksissä.

Vahva valtioiden ja EU:n väliintulo on pakottanut someyhtiöt kiristämään omia julkaisukäytäntöjään. Itsesääntely yhdistettynä tiukentuneeseen lainsäädännölliseen ohjaukseen on vähentänyt ongelmallista häiriökäyttäytymistä ja vaikeuttanut disinformaation levittämistä. Samalla someyhtiöiden kasvanut päätösvalta informaatioympäristön ennakkosensuroijana on herättänyt kiivasta kritiikkiä. Vaikka tekoälyn kyky seuloa ongelmallista sisältöä onkin kehittynyt, käyttäjien täysin tasapuolinen kohtelu miljardien päivittäisten viestien tulvassa on osoittautunut mahdottomaksi. Faktojen tarkastaminen, viestien piilottaminen ja uudelleen jakojen estäminen on saanut erityisesti monet äärimielipiteitä omaavat yksilöt ja ryhmät siirtymään toisiin palveluihin. ”Valtavirtasomen” rinnalla ”vastavirtasomen” merkitys on kuitenkin jäänyt yhteis-

kunnallisen keskustelun yleissävyn kannalta marginaaliseksi.

Journalistisen median näkökulmasta sosiaalisen median kiristynyt julkaisijan vastuu on ollut pääosin myönteistä. Ne ovat yhä voimakkaasti riippuvaisia sosiaalisen median palveluista sisältöjensä levittämisessä, mutta suosituimpien somepalveluiden laajasti käyttöön ottamat sisältöjen laatuleimat ovat parantaneet journalististen sisältöjen näkyvyyttä ja brändiarvoa somen uutisvirroissa. Laatuleimat ovat eräänlaisia informaation tuoteselosteita, jotka kuvaavat informaation luonnetta ruokapakkausten tuoteselosteiden tavoin. Laaja näkyvyys sosiaalisen median uutissyötteissä edellyttää korkeaa laatuluokitusta, joita tehdään pääosin koneellisesti. Kuluttajan näkökulmasta laatuleimat ovat lisänneet sisältöjen läpinäkyvyyttä, ja ne ovat myös lisänneet luottamusta informaatioympäristöön. Tekoälyn avulla tuotettujen luokittelujen läpinäkyvyys ja valinnat ovat kuitenkin jatkuvan kritiikin ja kiistelyn kohteena.

Käyttäjien turvallisuuteen panostaminen on tapahtunut someyhtiössä läpinäkyvyyden kustannuksella. Palveluihin tunnistautumista on kiristetty, mikä on vähentänyt valeprofiilien hyödyntämistä vaikuttamisessa, mutta samalla tarkempi käyttäjien identifioiminen on luonut uusia uhkia henkilötietojen hyödyntämiselle. Datavuotoja ja väärinkäytöksiä estääkseen someyhtiöt ovat rakentaneet tiukat suojaamurit ympärilleen. Se on merkittävästi hankaloittanut eurooppalaisten julkisten toimijoiden yhteistyötä someyhtiöiden kanssa. Myös yhteistyöhankkeet tutkimusyhteisöjen kanssa on lopetettu turvallisuusseikkoihin vedoten, samoin avoimien rajapintojen kehittäminen. Sisäänpäin kääntyminen on merkittävällä tavalla hidastanut digitaalisten alustojen markkinoiden kehittymistä. Kuluttajille ei ole syntynyt helppoja mahdollisuuksia siirtää dataansa tai verkostojaan toisiin palveluihin. Se on myös hidastanut innovaatioiden syntymistä ja keskittänyt entisestään valtaa ja dataa markkinoita hallitseville datajäteille.

Sosiaalisen median alustojen portinvarti-jaroolin globaalisti voimistuessa rinnakkai-sena ilmiönä Suomessa ja monessa muussa länsimaassa perinteisten mediatoimijoiden omistuspohja on jatkanut keskittymistään. Suuret mediatalot ovat kasvattaneet yritys-kaupoilla osuuttaan mediamarkkinoista. Mediatutkijoiden ja journalistijärjestöjen mukaan omistuspohjan keskittyminen on Suomessakin kaventanut sananvapautta ja yhteiskunnallisen keskustelun moniäänii-syyttä.

Käytännön seurauksia globaalien ja kansallisten, uusien ja perinteisten, portin-vartijoiden roolien korostumisesta ovat olleet vaihtoehtoisten näkökulmien, ajatus-ten ja toimijoiden jääminen entistä tiukem-min marginaaliin yhteiskunnallisessa kes-

kustelussa. Samalla ammattimaisten yhteis-kunnallisten toimijoiden asema ja mediavälitteisen vaikuttamisen mahdollisuu-det ovat vahvistuneet monimuotoisen kansa-laiskeskustelun kustannuksella. Kehityskul-kujen seurauksena politiikasta on tullut entistäkin enemmän muusta yhteiskunnasta irrallinen, pienten piirien saareke, jolla on oma kielensä, toimintatapansa ja kulttuu-rinsa.

Vahvojen portinvartijoiden mediajärjes-telmä on tiukentuneesta moderoinnista ja laadunvalvonnasta huolimatta altis erilaisille disinformaatio- tai muille vaikuttamiskam-panjoille: jos väärä tieto onnistuu läpäise-mään seulan, keskittyneessä media- ja informaatioympäristössä se näkyy ja kuuluu kauas.

Kehityssuunta: Portinvartijoiden kasvava valta

Millaisilla toimijoilla on etulyöntiasema? Valta säädellä tiedonvälitystä on keskittynyt sekä perinteisille että uusilla portinvartijoilla, mikä on johtanut entistäkin korostuneemmin suuruuden ekonomiaan informaatiomarkkinoilla. Vaikutusvaltaa yhteiskuntaan on niillä, jotka osaavat läpäistä vahvojen portinvartijoiden seulan. Tieto on edelleen valtaa.

Mitä kehitys voi tarkoittaa yhteiskunnallisen osallisuuden kannalta?

Mediavälitteinen viestintä, samoin kuin esimerkiksi poliittinen toiminta, on edelleen ammattimaistunut ja samalla myös etäännyntynyt ihmisten arjesta. Yhteiskunnasta kumpuavat heikot signaalit tai vaihtoehtoiset äänet eivät välttämättä pääse esiin tai osallisiksi keskusteluun. Samalla osa kansankunnan voimavaroista jää hyödyntämättä. Julkisessa keskustelussa muodostuva kuva osallistumisen tavoista ja muodoista voi jäädä kapeaksi.

Keskeisiä kysymyksiä pohdittavaksi: Miten onnistutaan suojaamaan yksilön tietosuojaa niin, etteivät laajan datankeruun yhteiskunnalliset hyödyt jää saavuttamatta? Miten varmistetaan yhteiskunnallisen keskustelun moniäänisyys ja laaja osallisuus?

Luottamusta vahvistavat verkostot

Vuonna 2030 kansainvälisellä ja alueellisella markkinasääntelyllä digitaalisten alustojen markkinat on saatu avautumaan. Vastaavalla tavalla kuin puhelinoperaattoreiden välistä kilpailua pystyttiin kirittämään sillä, että kuluttajat saattoivat pitää vanhan numeronsa ja kontaktinsa operaattoria vaihtaessaan, somealustojen yhteensopivuudelle on onnistuttu luomaan pelisäännöt ja toimintamallit. Datan ja verkostojen siirrolle on luotu eurooppalaiset standardit. Yksilöt voivat halutessaan siirtää sekä datansa että sosiaaliset verkostonsa yhdestä palvelusta toiseen ja myös kommunikoida alustojen yli. Turvallista datan siirtoa varten on perustettu viranomaisen, jonka tehtävänä on sekä huolehtia infrastruktuurin toimivuudesta että turvallisuudesta.

Markkinoiden avautuminen on tuonut hurjan määrän erilaisilla ansaintalogiikoilla toimivia uusia somepalveluita markkinoille. Muun muassa erilaiset joukkorahoitetut mediapalvelut ja avoimeen lähdekoodiin perustuvat, yhdessä käyttäjien kanssa kehitetyt, sosiaalisen median alustat ovat yleistyneet. Tarjolla on myös kontekstisidonnaiseen mainontaan ja kuukausimaksuihin perustuvia palveluita. Palvelut kilpailevat sekä yksityisyyden suojalla että läpinäkyvyydellä. Ansaintalogiikan muutoksella on vapauduttu helpon huomion kalastelun ylivallasta, vaikkei disinformaation leviämiseen liittyviä ongelmia olekaan saatu täysin ratkaistua. Eettisin pelisäännöin toimivien somekanavien yleistyminen on kuitenkin saanut aikaan selvän siirtymän keskustelukulttuurin yleisilmapiirissä. Sensaationhakuisuudella käyttäjiä yhä koukuttavat palvelut rinnastuvat juorulehtiin tai viihteellisiin aikakauslehtiin, mikä myös heijastaa niiden painoarvoa yhteiskunnallisessa keskustelussa.

Yksityiskohtaiseen käyttäjistä kerättyyn tietoon perustuva mikrotargetointi on joutunut huonoon valoon lukuisten organisoitujen manipulaatiokampanjoiden noustua päivänvaloon. Kansallisella ja EU-tason

sääntelyllä mikrotargetointia on suitsittu monin tavoin erityisesti poliittisen mainonnan osalta. Mikrotargetointia saa hyödyntää poliittisessa mainonnassa vain käyttäjien suostumuksella ja tällöinkin sen on perustuttava avoimesti julkilausuttuihin pelisääntöihin. Myös muun mainonnan ja markkinoinnin puolella käyttäytymispohjainen mikrotargetointi on menettänyt houkuttelevuuttaan yhteiskunnallisen ilmapiirin muututtua yhä kriittisemmäksi sitä kohtaan. Panostamalla bränditurvallisuuteen ja yhteiskunnalliseen vastuuseen perinteinen media on pystynyt nostamaan houkuttelevuuttaan markkinoijien ja mainostajien silmissä.

Uudistumiskykyiset journalistiset mediat ovat muutoinkin hyötyneet digitaalisten alustojen markkinoiden avautumisesta. Suuret mediatyhtiöt ovat panostaneet avoimien rajapintojen ja keskustelualustojen kehittämiseen, mikä on nostanut niiden painoarvoa yhteiskunnallisen keskustelun foorumeina. Journalismi on yhä enemmän tiedon välittäjän lisäksi myös yhteiskunnallisen dialogin käynnistäjä, kuraattori ja pelisääntöjen turvaava. Journalismin kuluttajat taas eivät ole vain passiivisia vastaanottajia, vaan yhä enemmän myös kansakeskustelijoita, testajia, tutkijoita, sisällöntuottajia ja faktantarkistajia. Esimerkiksi VR-tekniikalla voidaan luoda erilaisille yleisöille mahdollisuuksia olla etänä osa kuulemisia tai mielenosoituksia, tai vaikka päästä konkreettisesti näkemään elämää konfliktialueilla.

Palveluiden monipuolistuminen on johtanut siihen, että osa palveluista muodostaa suljetun ja salatun pienempien piirien vuorovaikutusympäristön ja osa laajemman julkisen tilan. Kaiken kaikkiaan kansalaisilla on halutessaan huomattavasti nykyistä enemmän vaikutusmahdollisuuksia siihen, millaisessa mediatodellisuudessa he elävät, mitä palveluntarjoajia he käyttävät ja mille yrityksille he itseään koskevaa dataa jakavat ja millä ehdoilla. EU on yhteistyössä jäsenvaltioiden kanssa panostanut digitaaliseen suvereniteettiin kehittämällä omia alustoja

yhteiskunnallisen ja poliittisen keskustelun käymiseen. Panostukset ovat vauhdittaneet myös ajattelutapojen muutosta. Kaikille taattu oikeus osallistua turvallisesti yhteiskunnallisiin keskusteluihin nähdään yhä vahvemmin julkisen vallan turvattavana perusoikeutena.

Mediavälitteisen yhteiskunnallisen vaikuttamisen näkökulmasta monimuotois-
tuvassa ja kilpaillussa informaatioympäris-
tössä vahvoilla ovat toimijat, jotka osaavat
luoda kumppanuuksia ja hyödyntää verkos-
toja luottamuksen rakentamiseksi, ideoiden
keräämiseksi sekä ihmisten aktivoimiseksi
toimintaan. Avaintekijäksi yhteiskunnallisille

toimijoille nousee uudenlainen *digitaalinen sosiaalinen pääoma* eli esimerkiksi kyky tavoittaa, puhutella, sitouttaa ja mobilisoida oleellisia tahoja sekä kyky rakentaa, ylläpitää ja kehittää näin muodostuvia verkostoja. Kehittyneiden automaattisten kielen kääntä-
mispalveluiden myötä verkostoja erilaisten
ilmiöiden ja liikkeiden ympärille rakenne-
taan entistä aktiivisemmin yli kansallisval-
tioiden rajojen, vakiintuneiden kansainvälis-
ten instituutioiden rinnalle. Kehitys on
herätynyt laajaa keskustelua siitä, mistä
asioista olisi mielekästä päättää milläkin
tasolla: paikallisesti, alueellisesti, kansallisesti
vai ylikansallisesti.

Kehityssuunta: Luottamusta vahvistavat verkostot

Millaisilla toimijoilla on etulyöntiasema? Luottamusta vahvistavat verkostot mahdollistavat moninaiset vaikuttamisen tavat ja vallan muodot. Vahvoilla ovat toimijat, jotka ovat yhteistyökykyisiä ja joilla on sosiaalista pääomaa, jonka varaan rakentaa ja kehittää verkostoja kulloisenkin tarpeen mukaan: sekä hetkellisesti tietyn aiheen ympärille että pitkäjänteisemmin. Kyky innostaa on valtaa.

Mitä kehitys voi tarkoittaa yhteiskunnallisen osallisuuden kannalta?

Sosiaalisen median alustojen monipuolistuminen ja ihmisten kasvanut autonomia suhteessa heitä ympäröivään mediatodellisuuteen ovat muuttaneet toimijuussuhteita: osallistumisen paikkoja on entistä enemmän ja kansalaisella on aiempaa paremmat mahdollisuudet valita itseään kiinnostavat tavat vaikuttaa ja ottaa kantaa. Tämä pakottaa yhteiskunnalliset toimijat perustelevaan olemassaolonsa entistä paremmin ihmisten kielellä ja arjen tasolla.

Keskeisiä kysymyksiä pohdittavaksi: Miten ihmisten aktiivisuus, ideat ja heidän muodostamansa luottamukseen perustuvat verkostot saadaan valjastettua yhteiskunnan kehittämiseen? Miten edustuksellisen demokratian instituutiot ja niiden toimintatavat pysyvät kehityksessä mukana?

Eriytyvät mediatodellisuudet

Vuonna 2030 mediaympäristö on vahvasti eriytynyt. Kilpailu digitaalisten alustojen markkinoilla on kasvanut suurten teknologiajättien ajaututtua luottamus kriisiin tietovuotojen ja jatkuvien väärinkäytösten takia. Sääntelypaineen puristuksissa ne ovat joutuneet kiristämään moderointiaan, mikä on aiheuttanut vuotoa toisille alustoille varsinkin poliittisista äärihalloista. Maksukykyiset kansalaiset taas ovat suurin joukoin siirtyneet freemium-palveluista tilausperusteisiin premium-palveluihin, joissa heidän henkilökohtaisia tietojansa ei luovuteta mainostajille ilman erillistä suostumusta ja tietoturva pidetään huolta.

Mediaympäristö voimakkaasti politisoitunut. Ihmiset ovat paenneet konfliktoituneen tiedon ja arvojen maailmasta digitaalisille alustoille ja journalististen medioiden pariin, joiden sisällön ja moderointikäytännöt he jakavat. Todellisuuskuvat ja mielipiteet ovat erkaantuneet toisistaan, mutta paradoksaalisesti luottamus mediaympäristöön on vahvistunut, koska ihmiset vastaanottavat informaatiota yhä enemmän kanavista, joiden totuusväittämisen he jakavat. Muutamat suuret laatumediat ja julkisen palvelun mediat tarjoavat yhä poliittisesti riippumattomaa sisältöä, mutta niidenkin on vaikea pysyä puolueettomina, koska kasvava joukko aatteellisesti ja ideologisesti sitoutuneita medioita vetää yhteiskunnallista keskustelua ja ilmapiiriä kohti ideologisia ääripäitä.

Iso osa kansalaisista käyttää kuitenkin yhä ilmaisupalveluja ja maksaa henkilökohtaisella datallaan sosiaalisen median käytössä. Tälle joukolle sosiaalinen media on ylivoimaisesti suosituin kanava myös perinteisen median sisältöihin. Ilmaisupalveluissa uutisten tavoitavuus on merkittävästi heikentynyt, kun mediayhtiöt ovat kiristäneet maksumuurejaan ja someyhtiöt ovat lakanneet jakamasta maksumuurien takana olevia sisältöjä. Ylipäätään uutisista kiinnostuneiden määrä on dramaattisesti laskenut ja ihmisten huomio on suuntautunut viihteelli-

siin sisältöihin, joissa korostuu vuorovaikutus, visuaalisuus ja yksilöllinen relevanssi korostuvat.

Taloudellisten ja ideologisten tekijöiden lisäksi mediatodellisuuksien eriytyminen on tapahtunut myös demografian mukaan. Vanhemmat väestöryhmät seuraavat vielä aktiivisesti perinteistä journalistista mediaa, mutta uutiset tavoittavat yhä pienenevän osan väestöstä. Uutisten yhteiskunnallinen merkitys on vähentynyt tavoitavuuden laskiessa. Journalistinen media ei pysty rakentamaan jaettava näkymää siihen, mitkä ovat keskeisimmät ratkaisua edellyttävät yhteiskunnalliset ongelmat tai keskeisimmät puolesta ja vastaan argumentit niihin. Esimerkiksi vaalien alla eri väestöryhmillä on täysin toisistaan poikkeavia käsityksiä siitä, mitkä ovat vaalien tärkeimmät teemat ja mistä vaaleissa on oikeastaan kyse. Kriisiviestinnässä joudutaan jatkuvasti turvautumaan sosiaalisen median kärkivaikuttajiin.

Mediaympäristön eriytyminen on kiihdyttänyt demokraattisten järjestelmien ”luovaa tuhoa”. Julkiset tahot ovat yrittäneet puuttua mediatodellisuuksien eriytyksen aiheuttamiin ongelmiin kehittämällä omia kansallisia ja yleiseurooppalaisia verkkoalustoja yhteiskunnallisen keskustelun käymiseen. Niitä käyttävät kuitenkin lähinnä poliittisesti valvetuneet ja aktiiviset kansalaiset. Yhteiskunnallisen yleisilmapiiirin ja keskustelun kannalta näiden ”deliberaatiofoorumien” rooli on jäänyt marginaaliseksi.

Poliittisten eliittien ja vakiintuneiden instituutioiden kyky hallita yhteiskunnallisia keskusteluja on merkittävästi heikentynyt. Poliitiikasta kiinnostuneiden huomio kohdistuu heitä henkilökohtaisesti kiinnostaviin ilmiöihin kaiken kattavien ideologioiden sijaan. Vahvoilla ovat toimijat, jotka pystyvät politisoimaan yksittäisiä pinnalla olevia ilmiöitä ja luomaan liikehdintää näiden teemojen ympärille. Poliittisia puolueita ja liikehdintöjä syntyy kuin tyhjältä yksittäisten keskustelufoorumien ja henkilöiden ympärille. Se kiihdyttää poliittista turbulenssia ja lisää ”vaaliyllätysten” todennäköisyyttä.

Kehityssuunta: Eriytyvät mediatodellisuudet

Millaisilla toimijoilla on etulyöntiasema? Yksittäisten asioiden tai aiheiden ympärille rakennetuilla tai rakentuneilla liikkeillä, jotka pystyvät mobilisoimaan omia kannattajiaan tai kohderyhmiään joko spontaanisti tai kampanjanomaisesti. Omassa viiteryhmissään ennestään tunnetut toimijat ovat puolueille tärkeitä äänestäjien aktivoimisessa. Kyky politisoida yksittäisiä aiheita on valtaa.

Mitä kehitys voi tarkoittaa yhteiskunnallisen osallisuuden kannalta? Erilaisten ihmisryhmien ja ihmisten osallisuus voi eriytyä sekä osallistumisaktiivisuuden että aiheiden suhteen. Toiset jättäytyvät yhteiskunnallisen osallistumisen ja keskustelun ulkopuolelle, toisille osallisuus voi olla luonteeltaan pistemäistä ”kevytvaikuttamista”, jotkut taas saattavat olla hyvin aktiivisia yksittäisen aihepiirin suhteen. Kansallisen tason visiot ja laajempi keskustelu yhteiskunnan arvopohjasta voi jäädä taka-alalle.

Keskeinen kysymys pohdittavaksi: Miten voidaan estää mediatodellisuuksien liian voimakas eriytyminen toisistaan ja yhteiskunnallisen koheesion ja luottamuksen rapautuminen?

6. Lopuksi: Mediavälitteisen vaikuttamisen pelisääntöjä on vahvistettava

Nykyiseen mediaympäristöön on ajauduttu monen tekijän summana eikä niinkään tietoisten päätösten tuloksena. Mikäli tilanne datan kasaantumisen ja läpinäkymättömien käytäntöjen suhteen säilyy ennallaan, on vaarana, että 2010-luvulla nähdyt ongelmat kärjistyvät edelleen 2020-luvulla.



"Pelikentän tasaaminen on tärkeää, jotta digitaalisen ajan demokratia ei taannu digitaalisen hämmentämisen, markkinoinnin ja manipulaation aikakaudeksi."

Digitaalisten teknologioiden ja demokratian välinen suhde ei ole yksinkertainen. Samat teknologiat, jotka ovat mahdollistaneet laajamittaisen mielipiteiden manipuloimisen ja kärjistäneet keskustelukulttuuria, ovat tarjonneet äänitorven ja verkostoimisen välineen sorretuille, vähemmistöille ja nuorille ilmastoaktivisteille. Toisaalta sosiaalisen median kanavat ovat olleet keskeisessä asemassa mm. Yhdysvalloissa vuodenvaihteessa 2020—2021 nähdyissä ja mobilisoiduissa levottomuuksissa. Hyödyt ja haitat painottuvat eri tavoin riippuen siitä, mistä demokratian perusulottuvuudesta asioita tarkastelee (yhdenvertaisuus, edustuksellisuus, osallisuus), mikä tarkoittaa, että ratkaisuja etsiessä joudutaan väistämättä tasapainoilemaan risteävien arvojen ja tavoitteiden kanssa.

Kansainvälisen tieto- ja tutkimuskirjallisuuden pohjalta piiryy kuitenkin esiin selvä kuva siitä, että mediavälitteisen vaikuttamisen pelisääntöjä on vahvistettava. Ongelmat ovat hyvin tiedossa. Laajamittainen disinformaation levittäminen ruokkii epäluottamusta kaikkea informaatiota kohtaan ja heikentää kansalaisten avointa pääsyä luotettavan tiedon äärelle. Vihamielinen keskustelukulttuuri laskee halukkuutta osallistua julkisiin keskusteluihin ja ottaa vastaan julkisia luottamustehtäviä. Organisoitujen manipulaatiokampanjat loukkaavat kansalaisten itsemääräämisoikeutta.

Pelikentän tasaaminen on tärkeää, jotta digitaalisen ajan demokratia ei taannu digitaalisen hämmentämisen, markkinoinnin ja manipulaation aikakaudeksi. Pääpelajia paremman huomisen rakentamisessa ovat someyhtiöt, poliittiset päätöksentekijät sekä tavalliset kansalaiset. Kansainvälisessä

keskustelussa esillä olleet ratkaisuehdotukset voidaan luokitella näiden päätoimijoiden mukaisesti kolmeen kategoriaan: sisältöjen sääntelyyn, markkinasääntelyyn ja media- ja teknologialukutaitoon.

Sisältöjen sääntely. Sisältöjen sääntelyehdotuksissa korostuu someyhtiöiden vastuu niiden hallinnoimalla alustoilla liikkuvista sisällöistä. Lukuisista vetoimuksista huolimatta suuret someyhtiöt eivät ole suhtautuneet disinformaation leviämiseen ja levittämiseen riittävällä vakavuudella. Ensisijaisena toimenpiteenä tulisi olla taloudellisten kannusteiden poistaminen harhaanjohtavien tai valheellisten sisältöjen levittämiseltä. Yhdysvaltain vuoden 2016 presidentinvaalien yhteydessä valeuutisia levitettiin pienestä makedonialaisesta Velesin kaupungista vain siksi, että valeuutisilla pystyi tienämään suuret summat rahaa. Tapaukseen ei tiettävästi liittynyt poliittisia motiiveja. Tällaiselta toiminnalta voidaan katkaista siivet joko lainsäädännöllä tai alustojen itsesääntelyllä. Youtube näytti mallia jälkimäisestä helmikuussa 2019, kun se poisti kaikki mainokset rokotevastaista sanomaa levittäneistä videoista.

Euroopan komission tutkimuslaitoksen tuoreessa raportissa (Lewandowsky ym. 2020, 88–89.) tutkijajoukko ehdottaa yhdeksi mahdollisuudeksi disinformaation torjuntaan tiukkojen raja-arvojen säätämistä. Markkinoilla toimivien yritysten tulisi pystyä todistamaan, ettei disinformaation määrä ylitä heidän alustoillansa sallittua tasoa. Toiminnan valvonnan tulisi olla jatkuvaa ja sitä voisivat tehdä esimerkiksi riippumattomat faktantarkistajat tai erikseen tätä tarkoitusta varten perustettavat julkiset toimijat tai markkinoilla toimivat ”luottoluokittajat”.

Laittomien tai harhaanjohtavien tietojen poistamiseen voidaan pakottaa myös lainsäädännöllä. Saksassa astui voimaan vuonna 2017 ns. Facebook-laki, joka velvoittaa someyhtiöt poistamaan vihapuheen ja muut laittomat sisällöt palveluistaan 24 tunnin kuluessa. Saksan pelinavausta on sekä kiiteltä että syytelyä. Kriitikot ovat nähneet siinä

yksityistetyn sensuurin piirteitä, koska lainsäädäntö sysää vastuun monimutkaisten juridisten kysymysten ratkaisemisesta someyhtiöiden kontolle. Lainsäädännön on myös katsottu toimivan kyseenalaisena esikuvana autoritääristen maiden suuntaan siitä, että sananvapautta voidaan rajoittaa vihapuheen kitkemisen nimissä (ks. Farkas & Schou 2019, 89–90). Toisaalta sananvapausabsolutismia on pidetty kestävämmänä ajassa, jossa nopeasti leviävät väärät tiedot voivat vaarantaa ihmishenkiä. Debatti kuitenkin osoittaa, kuinka vaikeaa sananvapauden rajojen sääntely on. Jollakin on aina viime kädessä vastuu tehdä valintoja sallitun ja kielletyn sisällön välillä, mikä korostaa prosessien avoimuuden tärkeyttä.

EU:ssa tiukemman sisältöjen sääntelyn tie näyttää todennäköiseltä. Euroopan komissio julkaisi joulukuussa 2020 laajan digitaalisia palveluita ja markkinoita koskevan lainsäädäntöpaketin, joka läpi mennessään kiristäisi merkittävästi ”portinvartija-asemassa” olevien digitaalisten alustojen vastuita myös sisältöjen moderoinnin osalta. Portinvartija-aseman on lainsäädäntöpaketissa määritelty koskevan alustoja, jotka tavoittavat yli 10 prosenttia EU:n väestöstä eli vähintään 45 miljoonaa käyttäjää. Tiukennetut vastuut koskevat muun muassa laittomien sisältöjen poistamista, mutta myös suojoitoimien vahvistamista käyttäjien suuntaan tapauksissa, joissa sisältö on laittomasti poistettu alustoilta esimerkiksi automaattivastusteisessa massimoderoinnissa. (ks. Euroopan komissio 2020.)

Kolmantena sisältöjen sääntelyn keinona on nostettu esiin laatustandardointia. Esimerkiksi MIT:n professori, verkostotutkija Sinan Aral (2020) on ehdottanut ”laatu-leimojen” käyttöönottoa. Laatuileimat toimisivat eräänlaisina informaation tuoteselosteina ja auttaisivat vastaanottajia pohtimaan informaation sisältöä ja luotettavuutta nopearytmisessä tietoympäristössä. Ottaen huomioon somealustoilla julkaista-

van sisällön massiivisen volyymin, tekoälyn hyödyntäminen luokittelussa olisi välttämätöntä. Vaihtoehtoisesti laatumerkintöjä voitaisiin myöntää luotetuille tiedontuottajaorganisaatioille tai jopa yksittäisille vaikuttajille. Laatumerkintöjen myöntämisessä voitaisiin tehdä yhteistyössä riippumattomien faktantarkistajien tai laaduntarkkailuun erikoistuneiden yritysten kanssa.

Neljäntenä sisältöjen sääntelyn keinona on pohdittu rajoituksia mikrotargetointiin poliittisen mainonnan osalta. Sosiaalinen media on mullistanut poliittisen kampanjoinnin ja mainostamisen, koska viestejä voidaan kohdistaa tarkasti valikoiduille kohderyhmille henkilökohtaisen datan ja psykologisten luokittelujen pohjalta. Usein tällainen vaikuttaminen tapahtuu laajalta julkisuudelta piilossa, mikä voi johtaa todellisuuskuvien eriytymiseen ja lisätä harhaanjohtavilla viesteillä tapahtuvan manipulointin riskkejä. Euroopan komission raportissa (Lewandowsky 2020, 99.) tutkijat suosittelevat päätöksentekijöitä pohtimaan, tulisiko mikrotargetointi poliittisen mainonnan osalta kieltää kokonaan. Mikäli näin voimakkaisiin toimenpiteisiin ei haluta lähteä, tulisit tutkijoiden mukaan ainakin parantaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvan poliittisen mainonnan seurattavuutta ja läpinäkyvyyttä. Tällaiset toimenpiteet voisivat pitää sisällään esimerkiksi julkisten arkistojen kehittämistä, johon mainokset tulisi saattaa avoimesti tarkasteltaviksi tai pakollista riippumattomien tahojen suorittamaa faktantarkistusta poliittisten mainosten osalta.

Markkinoiden sääntely. Markkinoiden sääntelyehdotuksissa korostuu digitaalisten alustojen markkinoiden kirittäminen kohti laajempaa kilpailua ja eettisyyttä. Edellä mainittu verkostotutkija Sinan Aral (2020, 294–299.) on puhunut datan ja verkostojen siirrettävyyden tärkeydestä. Hänen mukaansa paras käytettävissä oleva keino markkinakilpailun lisäämiseksi on digitaalis-

ten alustojen yhteensopivuuden parantaminen. Mikäli kuluttajille avataan mahdollisuuksia siirtää datansa ja sosiaaliset verkostonsa kilpailevaan palveluun vaivattomasti ja turvallisesti, on todennäköistä, että kilpailu markkinoilla lisääntyy. Tällöin kuluttajat voisivat äänestää jaloillaan sellaisia palveluita vastaan, mitkä eivät huolehdi riittävällä tavalla heidän yksityisyydestään tai turvallisuudestaan. Idea ei ole ennennäkemätön, vaan vastaavia yhteensopivuutta parantavia säädöksiä on aiemminkin muun muassa puhelinoperaattoreiden kilpailua edistämään. Aralin mukaan yhteensopivuutta parantavia aloitteita on jo tehty sekä lainsäätäjien (US Congress 2019) että suurten someyritysten toimesta (Twitter Bluesky, ks. Robertson 2019), mutta todelliset läpimurrot odottavat vielä tulemistaan.

Oxfordin yliopiston internet instituutin johtaja, tietokonevälitteisen propagandan tutkija Philip D. Howard (2020, 160–169.) on korostanut mediavälittaisen vaikuttamisen läpinäkyvyyden lisäämisen tärkeyttä. Howardin mukaan markkinasääntelyn keskiössä tulisi olla pelisääntöjen luominen siihen, kuinka yksilöitä ja yhteiskuntaa koskevia tietoja voidaan hyödyntää. Ensinnäkin se edellyttäisi datan hyödyntäjien pakollisen raportoinnin kehittämistä. Kansalaisilla pitäisi olla näkymä siihen, mitkä organisaatiot hyödyntävät heitä koskevia tietoja. Someyhtiöiden ja muiden datan hyödyntäjien pitäisi pystyä raportoimaan käyttäjille, mitkä mainostajat, datanlouhintayritykset ja konsulttitoimistot jne. ovat heidän tietojaan hyödyntäneet. Toiseksi yksityisyyden suojan piiriä tulisi laajentaa esimerkiksi kriittisten terveystai hyvinvointitietojen osalta. Kolmanneksi tarvitaan säännöllistä algoritmien auditointia. Viranomaisten pitäisi arvioida sosiaalisen median algoritmeja samaan tapaan, kuin ne jo arvioivat algoritmein automatisoitua uhkapelaamista ja osakekauppaa. Someyhtiöiden pitäisi tarjota käyttäjille helposti ymmärrettävät kuvaukset

siitä, millä perustein algoritmit tarjoavat heille uutisia ja mainoksia, ja noiden kuvausten tulisi olla säännöllisten tarkastusten alaisia.

Medialukutaito ja kriittinen teknologialukutaito. Yksilöiden merkitystä ei tule vähätellä, vaikka isoimmat mediavälitteistä vaikuttamista koskevat kysymykset ovatkin luonteeltaan poliittisia. Esimerkiksi verkon ”yhteiskunnallinen keskusteluilmapiiri” syntyy paitsi algoritmien ja some-alustojen myös ihmisten käyttäytymisen ja vallitsevan (tapa)kulttuurin tuloksena. Kuten tutkijat Aleksi Knuutila ja Salla-Maaria Laaksonen (2020) muistuttavat, algoritmit eivät itsessään määritä ihmisten toimintaa tai yksinään valikoi sisältöjä vaan pikemminkin toimivat vuorovaikutuksessa käyttäjien kanssa. Siten ne osaltaan ohjaavat tai tukevat käyttäjien tietynlaisia taipumuksia. Tämä on tärkeä muistutus, koska mahdollinen käänne parempaan ja nykyistä rakentavampaan yhteiskunnalliseen keskusteluun ei tapahdu pelkästään uusia sovelluksia kehittämällä, some-alustoja reguloimalla tai algoritmeja säätämällä, vaan tarvitaan myös ajattelu- ja toimintatapojen muutoksia, ymmärrystä ihmisten psykologiasta, oikeanlaisia kannustimia eri toimijoille ja lopulta myös kulttuurista muutosta.

Perinteisen medialukutaidon rinnalla onkin syytä korostaa kriittisen teknologialukutaidon merkitystä. Sen ohella, että pystytään erottamaan faktat mielipiteistä ja tunnistamaan valeuutisia, on yhä tärkeämpää myös pystyä refleктоimaan omaa toimintaansa verkkokulttuurin muokkaajana. Tulevaisuuden tutkija Toni Ahlqvistin (2018, 99) mukaan kriittinen teknologialukutaito on kyvykkyyttä arvioida eri teknologioiden yksilöllisiä ja yhteiskunnallisia vaikutuksia. Se on medialukutaitoa kokonaisvaltaisempi lähestymistapa aikakauteen, jossa median ja yleisön, vaikuttajan ja vaikutettavan, digitaalisen ja fyysisen rajat muuttuvat yhä häilyvimmiiksi.

Airbageilla ja turvavöillä on jo kiire

Nykytuotoinen muutamien suurten teknologiyritysten dominoima datatalous on ollut olemassa vasta varsin lyhyen aikaa. Arkipäiväistyneistä sosiaalisen median alustoina toimivista yrityksistä esimerkiksi Facebook on perustettu vuonna 2004, Twitter 2006, Instagram 2010 ja Snapchat 2011. Laajat kansanjoukot ovat käyttäneet näitä alustoja vasta kymmenisen vuotta. Kuten tutkijat Peter Singer ja Emerson Brooking (2018) ovat todenneet, tässä vaiheessa autoteollisuuden kehitysvaihetta autoissa ei vielä ollut sen enempää turvavöitä, airbageja kuin päästörajoituksiakaan. Liikennekulttuurin tavoin uusi digitaalinen kulttuuri on vasta muotoutumassa. Mitä paremmin sitä muokkaavia muutosvoimia ymmärretään, sitä paremmat edellytykset tulevan kehityksen suuntaan on vaikuttaa.

Julkista elämää koskevan tiedon ja toiminnan kasautuminen muutamien teknologiajätin käsiin on yksi aikamme polttavimmista kysymyksistä. Meneillään on historiallinen murros, jossa suurin osa ihmisiä, heidän käyttäytymistään, toimintaansa ja verkostojaan koskeva tieto kertyy julkisten tahojen sijaan yksityisomisteisten firmojen käsiin. Toisin kuin iso osa julkisten organisaatioiden keräämästä tiedosta, teknologiafirmojen keräämä data ei ole julkisesti hyödynnettävissä ja tarkasteltavissa, vaan sitä kaupataan erilaisten mainostajien käyttöön.

Kulunut vuosikymmen on osoittanut, että samalla datamassalla, jolla voidaan ohjata kuluttajia, voidaan vaikuttaa myös äänestäjiin. Datan keräämisen ja hyödyntämisen käytännöt ovat yhä villi länsi. Yksilöllä

ei ole todellisia mahdollisuuksia arvioida sitä, miten ja missä yhteyksissä hänen henkilotietojaan tai muuta hänen dataansa hyväksikäytetään häneen itseensä kohdistuvassa vaikuttamisessa. Tutkijat ovat tulkinneet näitä poliittisessa vaikuttamisessa, mediaympäristössä ja keskustelukulttuurissa tapahtuneita valtasiirtymiä talousjärjestelmän perustavanlaatuisena muuntumisena esimerkiksi valvontakapitalismiksi (Zuboff 2019) ja datakolonialismiksi (Couldry & Mejias 2019). Uudet käsitteet ja ajattelun raamit ovat tärkeitä, jotta muutoksen suuruus ymmärretään.

Nykytilanteeseen on ajaututtu monen tekijän summana eikä niinkään tietoisten päätösten tuloksena. Mikäli tilanne datan kasaantumisen ja läpinäkymättömien käytäntöjen suhteen säilyy ennallaan, on vaarana, että 2010-luvulla nähdyt ongelmat tulevat kärjistymään 2020-luvulla, koska yleisesti esitettyjen arvioiden mukaan nykyiset digitaaliset teknologiat ovat vasta alkusoittoa suuremmalle edessä olevasta mullistukselle (ks. Komissio 2019, Kundnani 2020, Howard 2020). Kehityksen kääntäminen kansanvaltaisten järjestelmien kannalta kestävämmälle polulle vaatii ajalehtimisen sijaan tietoisia päätöksiä niin kansainvälisellä, kansallisella kuin paikallisella tasolla. Voimasuhteiden tasoittaminen terveemmälle pohjalle olisi Suomen, suomalaisten ja miksei koko Euroopan etu monestakin syystä. Kyse ei ole ”vain” keskusteluilmapiiirin, käytöstopojen tai medialukutaidon parantamisesta, vaan kansanvaltaisen järjestelmämme perusteisiin ulottuvista asioista, kuten liberaalin demokratian tulevaisuudesta ja kansallisesta itsemääräämisoikeudestamme.

"Kyse on kansanvaltaisen järjestelmämme perusteisiin ulottuvista asioista, kuten liberaalin demokratian tulevaisuudesta ja kansallisesta itsemääräämisoikeudestamme."

Lähteet

Ahlqvist, Toni (2018). Tulevaisuuden sosioteknisiä vastakkainasetteluja: Radikaalit teknologiat ja dialektinen tulevaisuudentutkimus. eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 4/2018.

Aral, Sinan (2020). *How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy and Our Health – and How We Must Adapt*. HarperCollins, London.

Aral, Sinan & Eckles, Dean (2019). Protecting elections from social media manipulation. *Science*, 30 Aug 2019: Vol. 365, Issue 6456, pp. 858-861.

Bartlett, Jamie (2018). *The People vs. Tech. How the Internet is Killing Democracy (and How We Save It)*. Ebury Press.

Bjola, Cornelius (2019). Propaganda as reflexive control: the digital dimension. Teoksessa Bjola, Cornelius, Pamment, J. (toim.): *Countering Online Propaganda and Extremism: The Dark Side of Digital Diplomacy*. Routledge.

Bradshaw, Samatha & Philip N. Howard (2019). *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*. Working Paper 2019.3. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.oii.ox.ac.uk. 23 pp.

Chadwick, Andrew (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.

Couldry, Nick & Mejias U.A. (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford University Press.

Cummings, Dominic (2017). On the Referendum #22: Some Basic Numbers for the Vote Leave Campaign. <https://dominiccummings.com/2017/01/30/on-the-referendum-22-some-numbers-for-the-vote-leave-campaign/>

Diamond, Larry (2010). Liberation Technology. *Journal of Democracy* 21, no. 3 (2010): 69–83.

Dufva, Mikko (2020). Megatrendit 2020. Sitran selvityksiä 162

Davies, William (2018). *Nervous States. How Feeling Took Over the World*. Jonathan Cape. Lontoo.

Eduskunta (2020). Puhemiesneuvoston ehdotus PNE 3/2020 vp.

Eisenstein, Elisabeth (2012). *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge University Press, Cambridge.

European Commission (2019). *10 Trends Shaping Democracy in a Volatile World*. European Political Strategy Centre Publications.

Euroopan komissio (2020). Eurooppa valmiina digiaikaan: komissio ehdottaa uusia sääntöjä digitaalisille alustoille. *Lehdistötiedote* 15.12.2020.

Fan, Rui & Zhao, Jichang & Yan Chen, Yan & Xu, Ke. (2014). Anger Is More Influential than Joy: Sentiment Correlation in Weibo. *PLoS ONE* 9(10): e110184. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0110184>

Farkas, Johan & Schou, Jannick (2019). *Post-Truth, Fake News and Democracy: Mapping the Politics of Falsehood*. Routledge.

Freedom House (2019a). Social media are a growing conduit for electoral manipulation and mass surveillance: Freedom on the Net 2019 reveals crisis on

popular platforms. Freedom House.

Freedom House (2019b). Freedom in the World 2019. Democracy in Retreat. Freedom House.

Foreign Affairs (2019). Does Technology Favor Tyranny? Foreign Affairs Asks the Experts. Issue 2/2019.

Gerbaudo, Paolo (2018). The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy. Pluto Press.

González-Bailón, Sandra (2019). Decoding the Social World: Data Science and the Unintended Consequences of Communication. MIT Press.

Haavisto, Ilkka (2019). Vapaus, vakaus ja vauraus: Mitä Euroopan unionin merkitsee suomalaisille? Eva analyysi nro. 75. 14.10.2019. Verkkolähde (vierailtu 15.7.2020): eva_analyysi_no_75.pdf

Habermas, Jürgen (2004). Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta. Vastapaino. (Saksankielinen alkuteos 1963)

Heikkilä, Heikki (1996). "Teemmepä kumman päätöksen tahansa...": EU-keskustelun rakentuminen valtavirtamediassa 1992–1994. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija (toim.): Kansa euromyllyssä: Journalismi, kampanjat ja kansalaisten mediamaiset Suomen EU-jäsenyyssprosessissa, 65–106. Yliopistopaino, Helsinki.

Hintikka, Kari A. (2014). Verkot ja poliittisen vaikuttamisen tulevaisuus. Teoksessa Mickelsson, Rauli (toim.). Poliittinen vaikuttaminen tulevaisuudessa. Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia & Turun yliopiston politiikan tutkimuksen laitos TVA-julkaisuja 2/2014.

Heimans, Jeremy & Timms, Henry (2014). Understanding "New Power". Harvard Business Review, December Issue 2014.

Howard, Philip H. (2020). Lie Machines. How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives. Yale University Press, New Haven and London.

Huoltovarmuuskeskus (2018). Huoltovarmuuden skenaariot 2030. Helsinki.

Hyssälä, Liisa & Backman, Jouni (2018). Kansanvallan peruskorjaus: kaikki voimavarat käyttöön. Sitra, Helsinki.

Häyhtiö, Tapio & Rinne, Jarmo (2007). "Satunnaisesta politiikosta refleksiiviseksi toimijaksi – Poliittisen osallistumisen muutoksesta". Poliitikka, 2/2007, 49:2, s. 76–91.

Ikäheimo, Hannu-Pekka & Seuri, Olli (2020). Kivulias siirtymä digitaaliseen aikaan: mihin suuntaan sosiaalinen media vie demokratiaa? Futura 1/2020, 6-17.

Karpf, David (2019). On Digital Disinformation and Democratic Myths. Social Science Research Council, MediaWell.

King, Gary & Schmeer, Benjamin ja White, Ariel (2017). How the news media activate public expression and influence national agendas. Science. 358, 776–780.

Kivikuru, Ullamaija (1996, toim.). Kansa euromyllyssä: Journalismi, kampanjat ja kansalaisten mediamaiset Suomen EU-jäsenyyssprosessissa. Yliopistopaino, Helsinki.

Kleis Nielsen, Rasmus & Fletcher, Richard (2020). Democratic Creative Destruction? The Effect of a Changing Media Landscape on Democracy. Teoksessa Persily, Nathaniel & Tucker, Joshua A. (toim.): Social Media and

Democracy: The State of Field and Prospects for Reform. Cambridge University Press.

Knobloch-Westerwick, Silvia, Lavis, Simon M. (2017) Selecting Serious or Satirical, Supporting or Stirring News? Selective Exposure to Partisan versus Mockery News Online Videos. *Journal of Communication*, Volume 67, Issue 1.

Knuutila, Aleks (2019). Närkästyksen kone: Miksi uusoikeiston ääni kuuluu verkossa muita vahvemmin? *Politiikasta-verkkojulkaisu* 7.5.2019. <https://politiikasta.fi/narkastyksen-kone-miksi-uusoikeiston-aani-kuuluu-verkossa-muita-vahvemmin/>

Knuutila, Aleks & Laaksonen, Salla-Maaria (2020). Viraali vihaiisuus ja tahmea nauru: tunteet ja algoritmit digitaalisessa vaalikamppailussa. Teoksessa Borg, Sami & Kestilä-Kekkonen, Elina & Wass, Hanna (toim.): *Politiikan ilmastonmuutos: eduskuntavaalitutkimus 2019*. Oikeusministeriön julkaisuja 2020:5.

Kundnani, Hans (2020). *The Future of Democracy in Europe Technology and the Evolution of Representation*. Technology and the Evolution of Representation. Chatham House, research paper, 3 March, 2020.

Kylliäinen, Petri & Rauli Mickelsson (2014). Johdanto. Teoksessa Mickelsson, Rauli (toim.). *Poliittinen vaikuttaminen tulevaisuudessa*. Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia & Turun yliopiston politiikan tutkimuksen laitos TVA-julkaisuja 2/2014.

Lanier, Jaron (2018). *10 syytä tuhota kaikki sometilit nyt*. Kustantamo S&S, Helsinki.

Lewandowsky Stephan, Smillie Laura, Garcia David, Hertwig Ralph, Weatherall Jim, Egidy Stefanie, Robertson Ronald E., O'connor Cailin, Kozyreva Anastasia, Lorenz-Spreen Philipp, Blaschke Yannic, Leiser Mark (2017). *Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the Post-Truth Era*. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (4), 353-369.

Lewandowsky, S., Smillie, L., Garcia, D., Hertwig, R., Weatherall, J., Egidy, S., Robertson, R.E., O'connor, C., Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Blaschke, Y. and Leiser, M. (2020). *Technology and Democracy: Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Mair David, Smillie Laura, La Placa Giovanni, Schwendinger Florian, Raykovska Milena, Pasztor Zsuzsanna, Van Bavel Rene (2019). *Understanding our political nature: How to put knowledge and reason at the heart of political decision-making*. Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Mair, Peter (2006). *Ruling the Void: The Hollowing of Western Democracy*. *New Left Review*, 2006, 42, 25-51.

Manin, Bernard (1997). *The Principles of Representative Government*. Cambridge University Press, Cambridge.

Margetts, Helen & John, Peter & Hale, Scott & Yasseri, Taha (2016). *Political Turbulence. How Social Media Shape Collective Action*. Princeton University Press, Princeton & Oxford.

Matikainen, Janne (2019). *Verkossa vaikuttaminen*. E-kirja: <https://jannematikainen.files.wordpress.com/2019/03/vaikuttaminen-verkossa-3.pdf>

Meedius International (2020). *Tutkimus kansanedustajien viestinnästä sosiaalisessa mediassa*.

Mickelsson, Rauli & Ruohonen, Sini (2019). *Puolueet vuonna 2029*. *Politiikasta-verkkojulkaisu*: <https://politiikasta.fi/puolueet-vuonna-2029/>

- Mouffe, Chantal (2000). *The Democratic Paradox*. Verso, London.
- Mounk, Yascha (2018). *The People vs. Democracy: Why Our Freedom is in Danger & How to Save it*. Harvard University Press, Cambridge.
- Mörä, Tuomo (1999). *EU-journalismin anatomia*. Yliopistopaino, Helsinki.
- Neuvonen, Riku (2019): *Sananvapautta uusin silmin? – Viestinnälliset oikeudet yksilön oikeuksien turvaajina*. Lakimies 7–8/2019.
- Newman, Nic (2020). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, Nic & Fletcher, Richard & Kalogeropoulos, Antonis & Kleis Nielsen, Rasmus. (2019). *Reuters Digital News Report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Noppiari, Elina & Niemi, Mari K. (2017). *Sopuleista someaikaan – median valta politiikka-sa*. Teoksessa Niemi, Mari K., Raunio, Tapio & Ruostetsaari, Ilkka (toim.): *Poliittinen valta Suomessa*. Vastapaino, Tampere.
- Nothhaft, Howard, Pamment, J., Agardh-Twetman, H., Fjällhed, A. (2019). *Information influence in Western democracies: a model of systemic vulnerabilities*. Teoksessa Bjola, Cornelius, Pamment, J. (toim.) *Countering Online Propaganda and Extremism: The Dark Side of Digital Diplomacy*. Routledge.
- Paasonen, Susanna (2014). *Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit*. *Media & viestintä*, 37(2014): 4, 22–39.
- Pitkänen, Ville & Westinen, Jussi (2016). *Kenen mitta on täysi? Tutkimus yhteiskunnallisesta ilmapiiristä Suomessa*. e2-julkaisuja.
- Pomerantsev, Peter (2019). *This is not propaganda: Adventures in the War Against Reality*. Faber & Faber.
- Pullinen, Jussi (2019). *Mitä meille tapahtui? Näin internet ja sosiaalinen media muuttivat elämämme*. HS Kirjat.
- Raunio, Tapio & Mattila, Mikko (2017). *Kun yksituumaisuus murenee: EU-politiikan kansallinen valmistelu ja päätöksenteko*. Teoksessa Raunio, Tapio & Saari, Juho (toim.): *Reunalla vai ytimessä? Suomen EU-politiikan muutos ja jatkuvuus*, 52–70. Gaudeamus, Helsinki.
- Raunio, Tapio (2006). *Poliittinen järjestelmä: konsensusta kansallisen edun nimissä*. Teoksessa Raunio, Tapio & Saari, Juho (toim.): *Eurooppalaistuminen: Suomen sopeutuminen Euroopan integraatioon*, 41–71. Gaudeamus, Helsinki.
- Reinsel, David & Rydning, John & Gantz, John (2020). *Worldwide Global DataSphere Forecast, 2020–2024: The COVID-19 Data Bump and the Future of Data Growth*. International Data Corporation.
- Reunanen, Esa (2020). *Uutismedia verkossa 2020*. Reuters-instituutin Digital News Report - Suomen maaraportti. Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/122596>
- Robertson, Adi (2019). *Twitter is funding research into a decentralized version of its platform*. The Verge 11.12.2019. <https://www.theverge.com/2019/12/11/21010856/twitter-jack-dorsey-bluesky-decentralized-social-network-research-moderation>
- Runciman, David (2018). *How Democracy Ends?* Profile Books, London.
- SAK (2019). *Palkansaajajärjestöt ovat mukana Eurooppalaisen Suomen eurovaalikampanjassa*. Tiedote 21.3.2019. <https://www.sak.fi/ajankohtaista/uutiset/palkansaajajarjestot-ovat-mukana-eurooppalaisen-suomen->

eurovaalikampanjassa

Sauri, Pekka (2019). Julkishallinto ja sosiaalinen media 2020. Kunnallisan kehittämissäätöön julkaisuja. <https://kaks.fi/julkaisut/julkishallinto-ja-sosiaalinen-media-2020/>

Sides, John; Tesler Michael & Lynn Vavreck (2018). Identity Crisis: The 2016 Presidential Campaign and the Battle for the Meaning of America. Princeton University Press.

Simonite, Tom (2012). What Facebook Knows. MIT Technology Review. June 13, 2012.

Singer, P.W. & Brooking E.T. (2018). LikeWar: The Weaponization of Social Media. HMH Books.

The Economist (2020). Global Democracy in Retreat. The Economist Intelligence Unit. <https://www.eiu.com/n/global-democracy-in-retreat/>

Tiainen, Antti, (2020). HS tilasi tietoturvyhtiöltä selvityksen: Miten koronavilkku toimii ja onko sen tietoturva riittävä? Helsingin Sanomat 2.9.2020. <https://www.hs.fi/teknologia/art-2000006621797.html>

U.S. Congress (2019). S.2658 - Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act of 2019. 116th Congress (2019-2020). <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/2658/text>

Vahti, Jukka (2020a). Tutkimus: Suomalaiset pitävät puolueita vanhakantaisina. <https://www.sitra.fi/uutiset/tutkimus-suomalaiset-pitavat-puolueita-vanhakantaisina/>

Vahti, Jukka (2020b). Tutkimus: Suomalaiset haluavat vaikuttaa arkeensa ja yhteiskuntaan – kunhan se käy vaivatta. <https://www.sitra.fi/uutiset/tuore-kysely-suomalaiset-haluavat-vaikuttaa-arkeensa-ja-yhteiskuntaan-kunhan-se-kay-vaivatta/>

Van Kessel, Patric, Widjaya, Regina, Shah Sono, Smith Aaron and Hughes Adam (2020). Congress Soars to New Heights on Social Media. Pew Research Center.

Vehkoo, Johanna (2019). Valheenpaljastajan käsikirja. Kosmos.

Vihma, Antto & Hartikainen, Jarno & Ikäheimo, Hannu-Pekka & Seuri, Olli (2018). Totuuden jälkeen. Miten media selviää algoritmien ja paskapuheen aikana. Teos, Helsinki.

Vonbun, Ramona & Kleinen-von Königslöw & Katharina ja Schoenbach, Klaus. 2016. Intermedia Agenda-Setting in a Multimedia News Environment. Journalism 17: 8, 1054–73.

Zareff, Janne (2020). Kuinka vallalle nauretaan? Poliittinen satiiri suomalaisessa televisiossa. Gaudeamus.

Zuboff, Shoshana (2019). The Age of Surveillance Capitalism. PublicAffairs, 2019.

Räkkiserverit sivun 6. kuvituksessa: Trique303, Wikipedia CC BY-SA 4.0

Gutenberg painokone sivun 6 kuvituksessa: Andrew Plum CC BY-SA 2.0

Greta Thunberg sivun 9 kuvituksessa: Anders Hellberg CC BY-SA 4.0

SITRA

SITRAN SELVITYKSIÄ 178

Sitran selvityksiä -sarjassa julkaistaan Sitran tulevaisuustyön ja kokeilujen tuloksia.

ISBN 978-952-347-211-2 (PDF) www.sitra.fi


SITRA.FI

Itämerenkatu 11–13

PL 160

00181 Helsinki

Puh. 0294 618 991

 @SitraFund