

Sandra Nenonen

TWITTER-KÄYTTÄJIEN HYBRIDI RETORIikka POLIITTISESSA KOHUSSA

Pääministerin ateriakohu touko–kesäkuussa 2021

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Marraskuu 2021

TIIVISTELMÄ

Sandra Nenonen: Twitter-käyttäjien hybridi retoriikka poliittisessa kohussa. Pääministerin ateriakohu touko–kesäkuussa 2021.

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Journalistiikka

Marraskuu 2021

Erilaisista poliittisista kohuista ja skandaaleista on tullut arkipäivää nykyisessä media-ympäristössä. Perinteisen median lisäksi sosiaalisen median käyttäjät osallistuvat kohujen levittämiseen ja rakentamiseen esimerkiksi keskustelemalla kohuista ja pyrkimällä vakuuttamaan muut käyttäjät omien mielipiteidensä oikeellisuudesta. Argumentoinnissaan he usein hyödyntävät eri lähteistä kerättyä aineistoa, kuten valokuvia, meemejä, uutisjuttuja ja videoita tavalla, jota voidaan kuvailla hybridiksi.

Tässä tutkimuksessa perehdytään hybridiin retoriikkaan, jonka määrittelen retoriikaksi, jossa hyödynnetään ja/tai yhdistellään eri lähteistä kerättyä aineistoa vaikuttamisen tueksi. Tämä aineisto voi olla esimerkiksi uutisjuttuja, populaarikulttuurin kuvastoja tai mielipideaineistoja. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaista hybridiä retoriikkaa Twitter-käyttäjät hyödyntävät, kun he keskustelevat pääministerin ateriakohusta. Tutkimuksen viitekehys rakentuu medioidun tapahtuman, hybridin mediatilan ja digitaalisen retoriikan käsitteiden ympärille.

Tutkimuksen aineisto pohjautuu 180 tviittiin, joissa käsitellään pääministerin ateriakohua. Aineisto haettiin Twitteristä käyttämällä seuraavia hashtageja: #aamiaiskohu, #aamiaisgate, #ateriakohu, #ateriagate tai #SannaMarin ja aikaväliä 25.5.–30.6.2021.

Analyysissa hyödynnettiin retorista analyysia. Sen avulla aineistosta tunnistettiin yhteensä 11 retorista keinoa sellaisista tviiteistä, joissa käytettiin hybridiä retoriikkaa. Tuloksista kävi ilmi, että käyttäjät yhdistelivät tviiteissään useita retorisia keinoja. Usein tviitin teksti hyödynsi eri retorista keinoa kuin tviittiin liitetty materiaali, kuten kuva. Aineiston perusteella uutisjuttuja käytettiin usein tosiasiapuheena, meemejä metaforina ja hashtageja kategorioina ja kontrastipareina.

Aineiston perusteella hybridistä retoriikasta tunnistettiin viisi ulottuvuutta: hybridi materiaali, verkostojen rakentaminen, tunnesävyjen kirjo, hybridit medialogiikat ja osallistumisen motiivit. Twitter-käyttäjät hyödynsivät retoriikassaan eri materiaaleja, kuten kuvia ja tekstiä, eri tunnesävyjä, kuten huumoria ja parodiaa, sekä eri medialogiikoita, kuten sarjakuvan narratiivisuutta. He rakensivat retoriikassaan verkostoja esimerkiksi jakamalla toisen käyttäjän tviittejä. Osa käyttäjistä hyödynsi hybridiä retoriikkaa vaikuttamiseen, osa halusi osallistua kohuun parodisesti jakamalla valokuvia omista aamiaisistaan. Nämä ulottuvuudet omalta osaltaan vaikuttavat poliittisen kohun leviämiseen digitaalisessa ympäristössä.

Avainsanat: poliittinen kohu, hybridi mediatila, Twitter, hybridi retoriikka.

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	TUTKIMUKSEN ONGELMANASETTELU	4
	2.1 Poliittiset kohut medioituna tapahtumana	4
	2.2 Poliittiset kohut hybridissä mediatilassa	7
	2.3 Retoriikka digitaalisessa ympäristössä	9
	2.4 Yhteenveto ja tutkimuskysymykset	12
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	13
	3.1 Pääministerin ateriakohu Twitterissä	13
	3.2 Retorinen analyysi	14
4	TULOKSET	18
	4.1 Retoriset keinot hybridissä retoriikassa	18
	4.1.1 Argumenttiin liittyvät keinot	18
	4.1.2 Esittäjään liittyvät keinot	21
	4.2 Hybridin retoriikan ulottuvuudet	23
5	POHDINTA	27
	5.1 Johtopäätökset ja tutkimuskysymyksiin vastaaminen	27
	5.2 Arviointi ja jatkotutkimusmahdollisuudet	33
	LÄHTEET	36

1 JOHDANTO

“Marinin tarkasti varjeltuun imagoon istuu huonosti sen paljastuminen, että hän ostattaa elintarvikkeita perheensä yksityiseen käyttöön noin 300 eurolla kuukaudessa veronmaksajien piikkiin”. Näin kirjoitti *Iltalehden* politiikan ja talouden toimituksen esimies Juha Ristamäki 28.5.2021 ilmestyneessä jutussa, jossa kerrattiin Marinin aamiaiskohuksi nimetyn tapahtumavyöhydin pääpiirteitä (iltalehti.fi 28.5.2021). Samassa yhteydessä uutisoitiin, että poliisi oli edellisenä perjantaina aloittanut esiselvityksen, joka koski virkamiesten menettelyä pääministerin ateriaedun suhteen.

Pääministeri Sanna Marinin ateriaetua koskeva kohu sai alkunsa 25.5.2021, kun *Iltalehti* uutisoi Marinin maksattavan perheensä aamiaiset verovaroista ja valtioneuvoston salaavan ostoja koskevat kauppakuitit (iltalehti.fi 25.5.2021). Ateriaetu oli perustunut valtioneuvoston kanslian tekemään laintulkintaan ja ollut myös aiempien pääministerien käytettävissä. Aiheesta uutisoitiin ahkerasti Suomen uutismedioissa ja iltapäivälehdissä sekä käytiin keskustelua sosiaalisen median alustoilla. Esimerkiksi *Iltalehden* alkuperäisen jutun Facebook-jako sai 1,500 kommenttia ja 232 jakoa (facebook.com/iltalehti). Muutaman viikon ajan sosiaalisessa mediassa jaettiin runsaasti aihetta koskevia uutisjuttuja, meemejä, videoita ja käyttäjien kommentteja. Kohu paisui, kun kävi ilmi, että ateriaetu oli käsittänyt aamiaistarvikkeiden lisäksi kylmiä aterioita ja ollut suuruudeltaan noin 850 euroa. Kohu laantui vähitellen sen jälkeen, kun Marin oli ilmoittanut maksavansa saadut edut kokonaisuudessaan takaisin.

Erilaiset *poliittiset kohut ja skandaalit* ovat lisääntyneet siinä määrin, että niitä on alettu pitää poliittisen elämän ”uutena normaalina” (Pollack, Allern, Kantola & Ørsten 2018). Tässä kehityskulussa huomiosta kamppailevalla medially on ollut merkittävä rooli. Esimerkiksi John Thompsonin (2000, 60–61) mukaan modernit poliittiset skandaalit ovat itse asiassa medioituja tapahtumia, joista media ei pelkästään raportoi vaan joita se aktiivisesti myös ruokkii. Perinteisen uutis- ja iltapäivämedian lisäksi myös sosiaalisen median käyttäjät osallistuvat kohujen levittämiseen ja rakentamiseen esimerkiksi keskustelemalla aiheesta, asettumalla vastustamaan tai puolustamaan kohun kohdetta ja

pyrkimällä vakuuttamaan muut käyttäjät omien mielipiteidensä oikeellisuudesta. Toisin sanoen sosiaalisen median käyttäjät hyödyntävät erilaisia retorisia keinoja ruokkiessaan medioitua tapahtumaa, eli tässä tapauksessa poliittista kohua tai skandaalia.

Andrew Chadwickin (2017) *hybridin mediatilan* käsite kuvaa osuvasti sitä, miten erilaiset perinteisen ja uudemman median muodot ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Tässä tilassa niin yksilöt, ryhmät kuin organisaatiotkin ovat verkottuneita monimutkaisin ja alati muuttuvin sidoksin (Chadwick 2017). Myös erilaiset poliittiset kohut syntyvät, leimahtavat, leviävät ja laantuvat tässä hybridissä mediatilassa. Esimerkiksi kohu saattaa saada alkunsa yhdestä uutisjutusta, josta se leimahtaa ja leviää perinteisen ja sosiaalisen median alustoilla, kuten kävi pääministerin ateriakohun tapauksessa. Perinteisen median julkaisut voivat voimistaa kohua jakamalla käyttäjien tviittejä aiheesta, mutta myös yksittäinen Twitter-käyttäjä voi hyödyntää omassa retoriikassaan esimerkiksi perinteisen median julkaisuja. Tällä tavoin kohuun liittyvää materiaalia jaetaan, kierrätetään ja muokataan hybridissä mediatilassa.

Sosiaalisen median kohuja on tutkittu Suomessa useasta eri näkökulmasta. Yksittäisistä poliittisista kohuista on tutkittu esimerkiksi populistipolitiikkojen kohuja (Herkman 2016), Ilkka Kanervan tekstiviestikohua (Isotalus & Almonkari 2014) sekä vaalirahakohua (Kantola 2011). Muissa kohuja ja skandaaleita käsittelevissä tutkimuksissa on tarkasteltu esimerkiksi kohuista syntyneitä verkostoja (Laaksonen & Pöyry 2018) tai kohujen määriä, kohteita ja seurauksia (Pollack ym. 2018). Vähemmälle huomiolle on jäänyt kysymys siitä, miten sosiaalisen median käyttäjät jakavat ja puolustavat omia käsityksiään kohusta hyödyntäen erilaisia retorisia keinoja ja miten he yhdistelevät retoriikassaan hybridisti erilaisia aineistoja.

Kun tarkastelee mitä tahansa nykyajan poliittista kohua, huomaa, miten sosiaalisen median käyttäjät osallistuvat kohuun jakamalla siitä erilaista, rikasta ja mielikuvituksellista materiaalia. Esimerkiksi Twitterissä käyttäjät hyödyntävät perinteisen median julkaisuja oman retoriikkansa välineinä, todisteina siitä, miten asiat ”tosiasiassa” ovat. Samoin erilaisilla meemeillä ajankohtaiset poliittiset tapahtumat linkitetään esimerkiksi populaarikulttuurin kuvastoihin, jotka voivat metaforan tavoin vahvistaa keskustelijan

argumenttia. Ilmiö on ajankohtainen ja sitä kannattaa tutkia ainakin kahdesta syystä: 1.) se lisää ymmärrystä siitä, miten sosiaalisen median käyttävät yhdistelevät retoriikassaan hybridisti eri materiaaleja, esimerkiksi kuvia, uutisjuttuja ja videoita tai vakavia aiheita ja huumoria 2.) se auttaa ymmärtämään, miten poliittiset kohut leviävät mediassa.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan *hybridiä retoriikkaa* sosiaalisen median alustalla. Tutkimuksen aineisto perustuu Twitter-keskustelulle, jota käytiin pääministerin ateriakohusta touko–kesäkuussa 2021. Ensimmäinen tutkimuskysymys vastaa siihen, millaisia retorisia keinoja hybridistä retoriikasta voidaan tunnistaa. Toisen tutkimuskysymyksen avulla pyritään selvittämään, mitä hybridisyyden ulottuvuuksia käyttäjien retoriikassa on – toisin sanoen: millä kaikilla tavoin hybridisyys ilmenee Twitter-käyttäjien tviiteissä.

Tutkimuksen viitekehys pohjautuu digitaalisen retoriikan, hybridin mediatilan ja medioidun tapahtuman käsitteiden ympärille. Seuraavassa luvussa esittelen viitekehysten, määrittelen hybridin retoriikan käsitteen sekä esittelen tutkimusongelman ja tutkimuskysymykset. Kolmannessa luvussa käyn läpi tutkimuksessa käytetyn aineiston sekä analyysimetodina hyödynnetyn retorisen analyysin. Tämän jälkeen kokoon yhteen analyysin tulokset. Viidennessä luvussa esittelen tutkimuksen johtopäätökset ja jatkotutkimusmahdollisuudet.

2 TUTKIMUKSEN ONGELMANASETTELU

Seuraavaksi esittelen tutkimuksen kannalta keskeisimmät käsitteet, jotka muodostavat teoreettisen viitekehyksen. Luvussa 2.1 käsittelen poliittisia kohuja ja skandaaleja, joita tarkastelen erityisesti John Thompsonin (2000) medioidun tapahtuman näkökulmasta. Luvussa 2.2 perehdyn Andrew Chadwickin (2017) hybridin mediatilan käsitteeseen ja luvussa 2.3 tarkastelen teoreettismetodologisena viitekehyksenä käytettyä retoriikkaa ja erityisesti Douglas Eymanin (2015) määrittelemää digitaalista retoriikkaa. Lopuksi aluluvussa 2.4 esitän tutkimuskysymykset, jotka rakentuvat viitekehyksen pohjalle.

2.1 Poliittiset kohut medioituna tapahtumana

Koska tässä tutkimuksessa käsitellään Twitter-keskustelua poliittisesta kohusta, esittelen seuraavaksi, miten poliittinen kohu tai skandaali ymmärretään tämän tutkimuksen yhteydessä. Poliittisista kohuista ja skandaaleista on tullut lähes arkipäivää sekä Suomessa että kansainvälisesti. Aiemmin ajateltiin, että poliittisia skandaaleita ei juurikaan esiinny Pohjoismaissa (Allern, Kantola, Pollack & Blach-Ørsten 2012, 29), mutta esimerkiksi Pollack ym. (2018, 3094) ovat osoittaneet, että poliittisten skandaalien määrä Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa on lisääntynyt 1980-luvulta lähtien aina vuoteen 2016. He tunnistivat kehityskulun taustalla useita potentiaalisia syitä.

Pollackin ym. mukaan mediaympäristössä on tapahtunut useita skandaaleja ruokkivia muutoksia. Esimerkiksi median kaupallistuminen lisää kamppailua huomiosta, ja kohuja ruokkimalla saadaan kaivattuja klikkauksia ja näkyvyyttä. Myös poliittisen ilmapiirin muutokset, kuten politiikan henkilöityminen, ovat kasvattaneet skandaalien määrää. Kolmanneksi yhteiskunnan normeissa on tapahtunut muutoksia. Esimerkiksi seksuaalinen häirintä saa nykyään aikaan voimakkaampaa moraalista paheksuntaa kuin aiemmin. Lisäksi taloudelliset muutokset, kuten lobbauksen voimistuminen, lisäävät talouteen kytkeytyviä skandaaleja. (Pollack ym. 2018, 3090–3091.) Samalla kun skandaaleista on tullut poliittisen elämän uusi normaali, kohut ja skandaalit on otettu tutkimuksessa empiirisen tarkastelun kohteiksi (Dziuda & Howell 2021, 197).

Eri tutkijat ovat määritelleet poliittisen skandaalin eri tavoin. Markovits ja Silverstein (1988) määrittelevät poliittisen skandaalin toiminnaksi, jossa rikotaan reiluina pidettyjä prosesseja tai toimintatapoja samalla kun tavoitellaan poliittista valtaa. Tässä määritelmässä vallan tavoittelun vaatimus rajaa huomattavasti sitä, mitä voidaan lukea poliittiseksi skandaaliksi. Monet muut tutkijat ovatkin päätyneet laveampiin määrittelyihin. Esimerkiksi Crosbien ja Sassin (2017, 118) mukaan skandaaliin sisältyy normin rikkominen, ja tämä rikkomus tulee yleiseen tietoon ja yleiseksi huolenaiheeksi. Puolestaan Thompson (2000, 13–14) esittää, että poliittiseen skandaaliin liittyy jonkin moraalisen normin rikkominen, toimintaan sisältyy salailua, teko herättää pahennusta, paheksunta tehdään näkyväksi, ja teolla on negatiivinen vaikutus skandaalin kohteen maineeseen. Jotkut tutkijat ovat tunnistaneet myös muita skandaalien seurauksia, kuten kansalaisten kyynisyyden lisääntymisen politiikan toimijoita kohtaan (ks. Lee 2018).

Edellä esitetyn mukaisesti skandaalin luonteeseen kuuluu tapahtuman paljastuminen ja teon paheksunta julkisesti. Ennen massamediaa skandaalit ja kohut paljastuivat kenties perhepiirissä tai paikallisessa yhteisössä, jossa normeja rikkonutta tekoa paheksuttiin ja tekijä tuomittiin. Nykyään tilanne on toinen. 2000-luvun skandaalien luonteeseen sisältyy lähes aina median aktiivinen osallistuminen (ks. Vorberg & Zeitler 2019, 419). Media toimii usein alkuun panevana voimana teon paljastumisessa sekä myöhemmin alustana, jossa tekoa paheksutaan. Poliitiikan tutkija John Thompson esittääkin, että poliittiset skandaalit voidaan ymmärtää medioituna tapahtumina. Hänen näkemyksensä mukaan skandaalit eivät ole vain jotakin, joka on olemassa median ulkopuolella ja josta media pelkästään raportoi. Pikemminkin skandaalit ovat ainakin osittain muodostettuja medioidun viestinnän muotojen kautta. (Thompson 2000, 31.)

Tässä tutkimuksessa poliittinen kohu tai skandaali ymmärretään Thompsonin (2000) esittämän mukaisena medioituna tapahtumana. Kohu saa alkunsa jostakin teosta, joka rikkoo vallitsevia normeja, arvoja tai moraalisääntöjä. Tapahtunut tulee julkiseksi mediassa, ja sitä paheksutaan median välityksellä. Thompsonin (2000, 61) mukaan medioitu skandaali leviää kasvokkaista skandaalia laajemmalle ajasta ja paikasta riippumattomasti, ja kohun kohde ei usein pysty täysin kontrolloimaan skandaalin etenemistä. Tämä

pitää paikkansa myös monissa 2020-luvun kohuissa ja skandaaleissa. Näkemykseni mukaan Thompsonin määritelmä ei kuitenkaan täysin tavoita sitä merkitystä, joka sosiaalisella medially on nykyajan poliittisissa skandaaleissa.

Esimerkiksi Thompson näkee yleisön suhteellisen passiivisena: hän puhuu heistä lukijoina, katselijoina, tapahtumien todistajana (Thompson 2000, 73). Sosiaalisen median myötä yleisöstä on kuitenkin tullut aktiivinen sisällön luoja ja jakaja. Tämä on mielestäni selkeästi nähtävissä poliittisten kohujen tapauksessa. Myös Vorberg ja Zeitler (2019, 422–423) ovat sitä mieltä, että skandaaleista neuvottelu ei rajaudu enää vain televisioon tai sanomalehtiin, vaan myös sosiaalisen median alustoilla käydään tunteikasta keskustelua, moralisoidaan tapahtumia ja annetaan omia arvioita toimijoista. Heidän mukaansa passiivisen seuraamisen lisäksi kuka tahansa pystyy nykyään osallistumaan skandaalin yhteisluontiin vaikuttamalla skandaalista rakennettavaan narratiiviin. (em.)

Tästä syystä on tarpeen täsmentää sitä, miten Thompsonin määritelmä ymmärretään tämän tutkimuksen kontekstissa: tässä tutkimuksessa poliittinen skandaali tai kohu ymmärretään medioiduksi tapahtumaksi, johon osallistuvat sekä perinteinen media että sosiaalisen median käyttäjät. Perinteisen massamedian ja sosiaalisen median vuorovaikutteisuus voi jopa vahvistaa skandaalin kehittymistä (Vorberg ja Zeitler 2019, 423). Tätä perinteisen ja uuden median vuorovaikutteisuutta kuvaa hyvin Chadwickin (2017) hybridin mediatilan käsite, johon keskityn osiossa 2.2.

Tässä tutkimuksessa käytetään termejä ”kohu” ja ”skandaali” rinnakkain. Joidenkin tutkijoiden mukaan kohu on lievempi ja herättää vain hetkellistä huomiota mediassa (Dahlgren, Kivistö & Paasonen 2011), kun taas skandaali saa huomiota vähintään viisi päivää (Allern ym. 2012; ks. Laaksonen & Pöyry 2018, 3). Kuitenkin usein englanninkielisessä tutkimuskirjallisuudessa kohuihin ja skandaaleihin viitataan lähtökohtaisesti yhdellä termillä *scandal*. Myös skandaalintutkija Midtbo (2012, 153) on sitä mieltä, että kohujen ja skandaalien välillä ei ole selkeää eroa, vaan skandaalit tulisi nähdä jatkumona. Suomessa perinteinen media ja sosiaalisen median käyttäjät nimeävät monet pitkäkestoiset ja paljon huomiota saaneet skandaalit kohuiksi. Esimerkkitapauksia ovat esimerkiksi vaalirahakohu, Ilkka Kanervan tekstiviestikohu tai Sanna

Marinin ateriakohu. Näiden syiden vuoksi päädyin siihen, että tässä tutkimuksessa ei tehdä jaottelua näiden termien välille.

2.2 Poliittiset kohut hybridissä mediatilassa

Nykyajan mediaympäristöä voidaan kuvata hybridisyyden käsitteellä. Andrew Chadwickin (2017, 24) mukaan jokainen media on monimutkaisessa keskinäisriippuvaisessa suhteessa muiden medioiden kanssa. Tämä median hybridisyys ilmenee Chadwickin (2017) näkemyksen mukaan monella eri tasolla: vanha ja uusi media ovat vuorovaikutuksessa keskenään, eri medioiden toimintalogiikat kilpailevat, taistelevat ja sekoittuvat sekä käyttäjät, mediasisällöt ja genret yhdistyvät. ”Uusi” media ei tässä mielessä ole täysin uusi, vaan se aina lainaa, muokkaa ja yhdistelee vanhempien medioiden ominaisuuksia ja toimintalogiikoita – se on siten varhaisempien muotojen hybridi ja kantaa sisällään aiempien medioiden piirteitä. Esimerkiksi varhainen elokuva mediamuotona lainasi ja yhdisteli ominaisuuksia sitä vanhemmista media- ja taidemuodoista, kuten romaanista, teatterista, valokuvauksesta, sirkuksesta ja taikatemppuesityksistä (Chadwick 2017, 25).

Hybridisyys ei kuitenkaan ulotu vain mediaan välineenä tai toimintalogiikkana, vaan se käsittää myös erilaiset mediasisällöt ja genret. Nykyisessä mediaympäristössä yhdistellään runsaasti niin sanottuja ”kovia” uutisia ”pehmeämpiin”, viihteellisempiin sisältöihin ja genreihin (Williams & Delli Carpini 2020). Esimerkkeinä voidaan nostaa esiin suomalainen poliittinen satiiripiirroksarja *Itse valtiat* tai Chadwickin (2017, 13) mainitsemat poliittiset keskusteluohjelmat, joissa hybridisti yhdistellään huumoria ja keskustelua vakavista päivänpolttavista aiheista. Näkemykseni mukaan mediasisältöjä eivät yhdistele vain toimittajat tai muut media-ammattilaiset, vaan siihen osallistuvat myös tavalliset käyttäjät erilaisissa sosiaalisen median kanavissa. Näissä keskusteluissa on tavallista yhdistellä uutismateriaalia ja kevyempää huumoripitoista materiaalia toisiinsa. Esimerkkinä voidaan mainita ”Hitler kuulee”-videot, joissa meemin tavoin yhdistetään ajankohtaisia tapahtumia ja ilmiöitä *Perikato*-elokuvasta leikattuun kohtaukseen (ks. Saarikoski 2016). Näin fakta- tai tietopohjainen aines sekoittuu viihteelliseen tai fiktiiviseen ainekseen mielikuvituksellisella, hybridisellä tavalla.

Erityisesti internet ja digitaalinen media ovat merkittäviä tekijöitä hybridisaatiossa (Chadwick 2017, 13). Ne eivät ainoastaan mahdollista monenlaisten materiaalien, kuten videon, kuvien, äänen ja tekstin yhdistelemistä, vaan Spinuzzin mukaan (2003, 3–4) ne myös kannustavat yleisöä istuttamaan tuttuja genrejä, rutiineja tai toimintamalleja täysin uudenlaiseen informaatioympäristöön. Internet lisäksi hämärtää median tuotannon ja kulutuksen rajaa (Sumiala, Valaskivi, Tikka & Huhtamäki 2018, 2); se tekee aiemmin passiivisena nähdystä yleisöstä aktiivisia sisällön ja merkityksen luoja.

Yleisön kohdalla hybridisyys ilmenee myös siinä, miten mediasisältöjä kulutetaan. Vaccari, Chadwick ja O’Loughlin (2015) tarkastelivat erilaisia mediatapahtumia ja sitä, miten yleisö surffaili perinteisen live broadcast -medialähetysten ja sosiaalisen median, erityisesti Twitter- ja Facebook-keskustelujen, välillä. Yleisö saattoi vaihdella passiivisen seuraamisen ja aktiivisen kommentoinnin kesken ja surffailla perinteisen uutislähetysten ja sosiaalisen median keskusteluiden välillä. Osa käyttäjistä jopa mieluummin julkaisi postauksia aiheesta sosiaalisessa mediassa kuin seurasi itse tapahtumaa perinteisen median kanavista. (em.) Vaccari ym. (2015, 1050) esittivät, että kenties tämänkaltaisille käyttäjille oli erityisen tärkeää tuoda esiin heidän oma näkemyksensä ja kehyksensä tapahtumasta. Nykyään onkin tyypillistä, että keskustelu ja merkityksenanto sosiaalisessa mediassa muodostuu ainakin joillekin käyttäjille jopa tärkeämmäksi kuin itse mediatapahtuman seuraaminen uutisista tai ajankohtaisohjelmista.

Myös poliittiset kohut ja skandaalit tapahtuvat hybridissä mediatilassa. Hybridisyys tulee esiin monella eri tavalla. Skandaalien paljastamiseksi ei enää välttämättä tarvita ammattimaisia toimittajia, vaan skandaali voi saada alkunsa esimerkiksi Twitter-tviitistä tai Instagram-päivityksestä, joka lähtee leviämään viraalisti ja tavoittaa vasta myöhemmin perinteisen uutismedian. Vorbergin ja Zeitlerin mukaan (2019, 423) yleisön meemejä ja tviittejä skandaalista voidaan sisällyttää esimerkiksi perinteiseen tv-uutislähetykseen, jossa tämä yleisön luoma materiaali tarjoaa uudenlaisia narratiivisia käännteitä tapahtumalle.

Voidaan myös sanoa, että poliittiset kohut ja skandaalit leviävät voimakkaammin hybridissä mediatilassa. Vorberg ja Zeitler (2019, 423) toteavat, että perinteisen

massamedian ja uuden median vuorovaikutteisuus voi vahvistaa skandaalia, sillä kohun leviäminen, leimahtaminen ja jatkuminen lyhyessä ajassa ei ole koskaan ollut yhtä helppoa. Tätä kehityskulkua vahvistaa myös uuden ja vanhan median toimintalogiikojen hybridimäinen yhdistyminen (ks. Chadwick 2017). Perinteinen, kaupallinen uutismedia etsii kohauttavia, myyviä aiheita, mikä joidenkin mielestä on johtanut poliittisen journalismin tabloidisaatioon (ks. Herkman 2009, 75). Samanaikaisesti sosiaalisen median algoritmit reagoivat kohua ja tunteita herättäviin sisältöihin (Sumiala ym. 2018, 2). Siten hybridissä mediatilassa perinteisen ja uuden median toimintalogiikat vahvistavat kohun tai skandaalin leviämistä.

Tässä tutkimuksessa nähdään poliittisten kohujen ilmenevän hybridissä mediatilassa (ks. Chadwick 2017). Poliittiset kohut ja skandaalit leviävät eri välineissä, leviämiseen vaikuttavat eri medioiden toimintalogiikat, skandaalia levittävät eri toimijat ja kohusta keskustellaan yhdistelemällä erilaista sisältöä. Tässä tutkimuksessa tarkastelu rajataan koskemaan vain Twitterissä käytyä keskustelua pääministerin ateriakohusta. Vaikka kohun leviämiseen vaikuttivat myös uutismedia ja muilla sosiaalisen median alustoilla käytävä keskustelu, niissä jaetut materiaalit, niillä toimivat käyttäjät ja niiden toimintalogiikat, ne on otettu mukaan tähän tutkimukseen ainoastaan siltä osin, kuin ne näkyvät Twitter-käyttäjien retoriikassa. Seuraavassa osiossa perehdyn retoriikkaan ja retorisiin keinoihin digitaalisessa kontekstissa.

2.3 Retoriikka digitaalisessa ympäristössä

Klassinen retoriikka juontaa juurensa Aristoteleen puheoppiin. Aristoteleen mukaan retoriikka on taito löytää kustakin argumentista se, mikä niiden yhteydessä on suostuttelevaa (1997). Klassinen retoriikka rakentuu kolmen vaikutuskeinon pohjalle. *Logos* tarkoittaa väitteen asiapitoista puolta eli itse argumenttia, sen loogisuutta ja rationaalisuutta. *Ethos* puolestaan keskittyy puhujaan tai tämän yleisösuhteeseen; siihen, kuinka uskottavalta puhuja vaikuttaa. Viimeisenä *pathos* tarkoittaa yleisön vastaanottokykyä, tunnetta tai mielentilaa, jotka vaikuttavat yleisön arvioon asiasta. (Kakkuri-Knuuttila 1998, 233.)

1900-luvun puolivälissä retoriikka nousi uudelleen tieteellisen tarkastelun piiriin ja syntyi niin kutsuttu uusi retoriikka. Kun klassinen retoriikka keskittyy pikemminkin puheen tyylikeinoihin, moderni retoriikka pyrki tarkastelemaan puheiden ja tekstien retoriikkaa nimenomaan vaikuttamisen näkökulmasta. (Mäntynen & Säaskilahti 2012, 194–195.) Alan uranuurtajia ovat esimerkiksi Kenneth Burke, Stephen Toulmin ja Chaïm Perelman.

Yksi tapa tarkastella retoriikkaa on tutkia erilaisia retorisia keinoja eli sellaisia kielellisiä keinoja, joilla pyritään argumenttien vahvistamiseen (Jokinen 1999, 130). Argumentaatio voi olla toisaalta hyökkäävää retoriikkaa, joka pyrkii vahingoittamaan toisen osapuolen argumenttia tai puolustavaa retoriikkaa, joka tähtää oman argumentin vahvistamiseen (Potter 1996, 107; Jokinen 1999, 130). Esimerkiksi Perelman (1996) listaa useita argumentaation tekniikoita, jotka hän luokittelee viiteen eri pääluokkaan: käsite-erotteeluihin, analogioiden ja metaforien käyttöön, todellisuuden rakenteeseen pohjautuviin argumentteihin, todellisuuden rakennetta luoviin argumentteihin ja kvasiiloogisiin argumentteihin. Puolestaan Jokinen (1999, 133–149) tarkastelee retorisia keinoja diskurssi-analyttisestä näkökulmasta ja jaottelee retoriset keinot argumenttiin itseensä liittyviin keinoihin ja argumentin esittäjään liittyviin keinoihin. Näitä keinoja avataan lisää tutkimuksen analyysiosiossa.

Retoriikan perinteessä merkittäviä käsitteitä ovat puhuja, yleisö ja foorumi. Foorumi tarkoittaa niitä puitteita ja sitä pelikenttää, jossa puhuja ja yleisö kohtaavat (Kakkuri-Knuutila 1998, 235–236). Nykyään sosiaalinen media on merkittävä alusta vaikuttamiselle ja suostuttelulle (Lanham 2010). Se on ympäristö, jolla on omanlaisensa toimintatavat, kieli ja vaikuttamisen keinot. Sosiaalisessa mediassa on mahdollista jakaa esimerkiksi uutisjuttuja, yhdistää videota, kuvaa ja tekstiä sekä käyttää ainutlaatuista kieltä, kuten Herringin ja Dainasin (2017) mainitsemia animoituja tarroja, gif-animaatioita ja emojiä. Koska sosiaalinen media viestintäympäristönä on niin erityinen, osa tutkijoista kyseenalaistaa perinteisten retoriikan teorioiden täyden soveltuvuuden digitaalisessa kontekstissa. Eymänin (2015, 17–18) mukaan digitaalisessa ympäristössä on katsottava laajemmalla kuin uuden retoriikan perinteessä tehdään. Tarkastelussa on hänen mukaansa huomioitava muutakin kuin puheen ja tekstin vaikuttamiskeinot.

Digitaalisen retoriikan käsitteen esitteli ensi kertaa Richard Lanham luennollaan vuonna 1989, jolloin hän yhdisti tietokonevälitteisen viestinnän retoriikan tutkimukseen (ks. Lanham 2010). Alan varhaiset teoreetikot pitäytyivät digitaalisten tekstien ja hypertextien tarkastelussa suhteessa printtitekstiin, mutta teknologian kehittyessä huomioon nousi myös digitaalisen median visuaalinen retoriikka (Eyman 2015). Douglas Eymanin määrittelyn mukaan (2015, 43) digitaalinen retoriikka on retoriikan teorian soveltamista digitaalisiin teksteihin ja performansseihin. Se on monitieteinen lähestymistapa, joka sivuaa useita eri aloja, kuten uuden median tutkimusta, visuaalista retoriikkaa, ihmis-tietokoneviestintää ja digitaalista lukutaitoa, joka on ennakoedellytys, jotta voi ymmärtää ja hyödyntää digitaalista retoriikkaa (Eyman 2015, 45).

Digitaalinen retoriikka ei ole pelkkää vaikuttamista, vaan se myös kannustaa itseilmaisuuksiin, osallistumiseen ja luovaan yhteistyöhön (Zappen 2005, 320). Tämä on nähtävissä myös sosiaalisen median retoriikassa: se on luovaa itseilmaisua ja yhteistyötä, jossa käyttäjät voivat hybridillä tavalla yhdistellä eri aineistoa retoriikkansa tueksi. Digitaalisen retoriikan käsite sopii tämän tutkimuksen kontekstiin, sillä tarkastelussa on retoriikan käyttö digitaalisessa ympäristössä, sosiaalisen median alustalla. Digitaalisen retoriikan näkökulma huomioi erilaiset digitaaliset tekstit, visuaalisen materiaalin sekä hypertextin ja linkitysmahdollisuuden, ja tarjoaa siten työkaluja analysoida retoriikkaa sosiaalisessa mediassa.

Käytän tutkimuksessani myös termiä *hybridi retoriikka*, joka olen johtanut Chadwickin (2017) hybridin mediatilan näkökulmasta soveltamalla sitä digitaalisessa ympäristössä tapahtuvaan retoriikkaan. Määrittelen termin retoriikaksi, jossa hyödynnetään ja/tai yhdistellään eri lähteistä kerättyä aineistoa vaikuttamisen tueksi. Tämä aineisto voi olla esimerkiksi uutisjuttuja, populaarikulttuurin kuvastoja tai mielipideaineistoja. Hybridi retoriikka voi hyödyntää eri mediatyyppien toimintalogiikoita, kuten elokuvien narratiivisuutta tai tunnesävyiltään erilaisia aineistoja, kuten huumoria, parodiaa ja vakavia ajankohtaisia tapahtumia. Hybridin retoriikan kautta voidaan yhdistää toimijoita verkostoiksi, esimerkiksi Twitterissä merkitsemällä tviittiin toisia käyttäjiä.

2.4 Yhteenveto ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaista hybridiä retoriikkaa Twitter-käyttäjät hyödyntävät keskustellessaan pääministerin ateriakohusta. Näen ateriakohun tyyppillisenä poliittisena kohuna tai skandaalina, joka vastaa Thompsonin (2000) näkemystä siitä, että skandaali on medioitu tapahtuma. Lisäksi esitän, että kohu tai skandaali tapahtuu Chadwickin (2017) määrittelemässä hybridissä mediatilassa: siihen osallistuu perinteinen ja sosiaalinen media, medioiden toimintalogiikat vaikuttavat kohun leviämiseen ja kohusta jaetaan hybridejä sisältöjä. Väitän, että sosiaalisen median käyttäjät hyödyntävät hybridiä retoriikkaa keskustellessaan kohusta. Koska tämä retoriikka tapahtuu täysin digitaalisessa ympäristössä, sitä voidaan tarkastella Eymanin (2015) digitaalisen retoriikan käsitteen avulla: soveltamalla retoriikan teoriaa digitaalisiin teksteihin ja toimintaan – tässä tapauksessa Twitter-keskusteluun. Tutkimukseni vastaa seuraaviin kysymyksiin:

1.) Mitä retorisia keinoja Twitter-käyttäjät hyödyntävät hybridissä retoriikassaan?

2.) Mitä hybridisyyden ulottuvuuksia Twitter-käyttäjien retoriikassa on?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tarkoitus on tunnistaa retorisia keinoja sellaisista tviiteistä, joissa käytetään hybridiä retoriikkaa. Hybridi retoriikka tulee esiin tviiteissä esimerkiksi siten, että niissä yhdistellään tekstiä ja kuvaa retorisiin tarkoituksiin (ks. hybridin retoriikan määritelmä edellä). Tämän tutkimuskysymyksen avulla voidaan siis selvittää, mitä retorisia keinoja aineiston tviiteistä löytyy ja miten hybridi retoriikka ilmenee retoristen keinojen tasolla. Toisen tutkimuskysymyksen tarkoitus on ymmärtää syvemmin hybridiä retoriikkaa: tunnistaa ja nimetä aineistosta hybridin retoriikan ulottuvuuksia.

Seuraavaksi esittelen tutkimuksessa käytetyn aineiston ja menetelmänä hyödynnetyn retorisen analyysin. Tämän jälkeen erittelen, miten hyödynnän menetelmää omassa aineistossani.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Esittelen seuraavaksi tutkimusaineiston ja tutkimusmenetelmän. Aineiston analyysissä hyödynsin retorista analyysia.

3.1 Pääministerin ateriakohu Twitterissä

Tutkimusaineisto koostuu tviiteistä, jotka käsittelevät pääministerin ateriakohua. Tutkimusaineisto on haettu Twitterin ”Tarkennettu haku” -toiminnolla käyttämällä seuraavia hashtagia: #aamiaiskohu, #aamiaisgate, #ateriakohu, #ateriagate tai #SannaMarin ja aikaväliä 25.5.–30.6.2021. Jotta aineisto pysyisi kohtuullisena kandidaatintutkielman rajoitukset huomioiden, tarkasteluun valittiin tviitit Twitterin osioista ”Suositut”, ”Kuvat” ja ”Videot”. Tällöin haku tuotti yhteensä 180 tviittiä. Aineiston aikarajaus alkaa 25. toukokuuta, jolloin ilmestyi ensimmäinen juttu, jossa ateriaetu tuli julki. Aikarajaus päättyy kesäkuun lopussa, sillä poliisi tiedotti 24.6., ettei se aloita esitutkintaa ateriaedusta. Näin saatiin mukaan myös tätä koskeva keskustelu. Aineistosta rajattiin pois tviitit, jotka eivät käsitelleet ateriakohua, vaan esimerkiksi Sanna Marinin politiikkaa yleisellä tasolla.

Twitter on sosiaalisen median sovellus, vuonna 2006 julkaistu yhteisö- ja mikroblogipalvelu, joka perustuu merkkimäärältään rajattuun, napakkaan viestintään. Twitterin kieliopin tyypillisiä piirteitä ovat hashtagit eli aihe-tunnisteet, uudelleentwiittaukset, toisten tilien merkitseminen @-symbolilla, kommentointi ja tykkääminen. (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018.) Muiden tviittien lisäksi käyttäjät voivat jakaa Twitterissä muun muassa uutisjuttuja, YouTube-videoita, meemejä, gif-animaatioita ja kuvia tavalla, jota voidaan kuvata hybridiksi. Isotaluksen ym. (2018) mukaan Twitterin merkitys on suuri skandaalien yhteydessä. Koska tutkimuskysymyksessä tarkastellaan hybridiä retoriikkaa poliittisessa kohussa, Twitterin kielioppi ja rooli poliittisissa skandaaleissa teki siitä hyvän alustan, josta kerätä aineisto.

Twitter-käyttäjissä ovat aktiivisia tietyt ihmisryhmät, kuten toimittajat ja poliitikot. Tässä tutkimuksessa ei tarkasteltu käyttäjien profiilitietoja tai ammatteja, vaan huomio kiinnittyi erityisesti tviittien retorisiin keinoihin. On kuitenkin huomioitava, että tietyn

twiittaajan tunnettu asema esimerkiksi poliitikkona voi jo sinänsä tuoda tälle *ethoksen* mukaista uskottavuutta, mikä tässä tapauksessa jää tutkimuksen ulkopuolelle.

Ellei käyttäjä ole tehnyt profiilistaan yksityistä, tämän julkaistut tviitit ovat nähtävissä kaikille, jopa niille, joilla ei ole Twitter-tiliä. Tämä aineisto on kerätty niistä tviitauksista, jotka näkyvät julkisesti kaikille. Aineisto on tallennettu Word-dokumenttiin siten, että siinä ei ole käyttäjien nimiä, nimimerkkejä eikä profiilikuvia. Koska yksittäinen käyttäjä on tunnistettavissa tämän kirjoittaman tviitin perusteella, tulkitaan, että tutkimuksen aineistosta muodostuu henkilörekisteri. Henkilötietojen käsittelystä on täytetty tietosuojailmoitus, ja aineiston sisältävä Word-dokumentti tuhoetaan vuoden kuluttua kandidaatintutkielman hyväksymisestä.

3.2 Retorinen analyysi

Hyödynnän tutkimuksessani retorista analyysia. Lähtökohtana Twitter-keskustelun tarkastelulle on konstrukttiivinen lähestymistapa, jossa keskustelu on tapa rakentaa todellisuutta jostakin näkökulmasta. Tämän ajattelutavan mukaan kielenkäytöllä ei vain kuvata maailmaa, vaan sillä myös konstruoidaan, muokataan ja merkityksellistetään sosiaalista todellisuutta ja rakennetaan kohteita, joista keskustelua käydään (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 26–29). Samalla kun Twitter-käyttäjät keskustelevat poliittisesta kohusta ja kohun kohteesta, retoriikallaan he rakentavat poliittista kohua.

Metodologisena lähestymistapana käytän Eymanin (2015) esittelemän digitaalisen retoriikan teoriaa, jonka etuna on se, että se lähtökohtaisesti huomioi tekstin, kuvat ja digitaaliseen viestinnälle tyypillisen merkitsemisen, hyperlinkit ja jakamisen retoriikan kanalta. Digitaalinen retoriikka näkee retoriikan vaikuttamisena, luovana itseilmaisuna ja yhteisöön osallistumisena (Zappen 2005, 320). Omassa analyysissäni hyödynnän Arja Jokisen (1999) esittämiä retorisia keinoja. Hän on jakanut keinot argumenttiin liittyviin keinoihin ja esittäjään liittyviin keinoihin.

Jokisen (1999) mukaan argumenttiin liittyvät keinot ovat: *Tosiasiapuhe*, jossa pyritään luomaan vaikutelma kuin tosiasiat vain puhuvat puolestaan, eivätkä riippuisi tulkitsijasta tai väitteen esittäjästä (Potter 1996, 150–158; Jokinen 1999, 140). Tällainen

argumentaatiotyyli on tyypillistä esimerkiksi tieteellisessä diskurssissa, jossa vaikkapa passiivin käytöllä pyritään luomaan mielikuva, että aineisto tuottaa tulokset.

Yksityiskohdilla ja narratiiveilla vakuuttaminen tarkoittaa sitä, että asioita kuvataan ”autenttisesti” yksityiskohdilla ja osana jotakin tapahtumakulkua. Tällöin yleisöstä tulee tapahtumien todistaja, joka päätyy itse väitteen tekijän haluamaan tulkintaan, sillä tuo tulkinta vaikuttaa loogiselta (Jokinen 1999, 144–145).

Kategorioilla vakuuttaminen on sitä, että asioille, tapahtumille ja ihmisille luodaan erilaisia kategorioita, joihin voi liittyä joitakin määreitä, kuten hyvä tai paha. Kategorioita voidaan jakaa myös alakategorioihin. (Potter 1996, 111; Jokinen 1999, 142–143.)

Numeerinen määrällistäminen tarkoittaa erilaisten lukujen, prosenttien tai osuuksien käyttöä argumentoinnin tueksi. *Ei-numeerinen määrällistäminen* on asioiden sanallista kuvailua määrällisesti, kuten kutsumalla jotakin ”marginaaliseksi” tai ”jättimäiseksi”. (Jokinen 1999, 146–147.)

Ääri-ilmaisujen käyttö voi olla yksi keino määrällistää asioita. Muita ääri-ilmauksia ovat esimerkiksi sellaiset sanat kuin ”ei koskaan”, ”ikuisesti”, ”ei todellakaan”. (Jokinen 1999, 150.)

Metaforien käytöllä jotakin asiaa kuvaillaan tavalla, joka ei vastaa niiden konkreettista merkitystä. Metaforat voivat olla tehokkaita ja ilmaisuvoimaisia argumentaation lähteitä, sillä niiden kautta voi muutamalla sanalla luoda haluttuja mielleyhtymiä. (Jokinen 1999, 148–149.)

Esittäjään liittyvät keinot ovat Jokisen (1999) mukaan seuraavat: *Väitteen vahvistaminen konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla*. Konsensukseen vetoaminen voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että puhuja vetoaa joihinkin kulttuurissa itsestään selvinä pidettyihin ”totuuksiin” esimerkiksi sanomalla: ”lapsikin sen tietää, että...”. Asiantuntijan lausuntoon vetoaminen tarkoittaa väitteen puolustamista asiantuntijan mielipiteellä. (ks. Jokinen 1999, 138–139.)

Väitteen etäännyttäminen puhujan omista intresseistä. Tämä tarkoittaa sitä, että argumentin esittäjä pyrkii vaikuttamaan mahdollisimman objektiiviselta ja siltä, ettei hän väitteellä aja omaa etuaan tai jonkin edustamansa tahon, kuten työnantajansa, intressejä. (Potter 1996, 123, 128; Jokinen 1999, 133.)

Väitteen oikeuttaminen puhujakategoriolla tarkoittaa sitä, että tietyillä kategorioilla ajatellaan olevan pääsy tietynlaiseen tietoon (Jokinen 1999, 135). Väitteen esittäjä voi perustella väitettään esimerkiksi äitinä tai lääkärinä. Tämä eroaa asiantuntijan lausuntoon vetoamisesta siinä, että väitteen lausuja itse kuuluu viittaamaansa puhujakategoriaan.

Liittoutumisasteen säätely tarkoittaa sitä, sitoutuuko väitteen esittäjä väitteeseen: esitetäänkö väite henkilön omissa nimissä vai onko hän vain viestin välittäjä, ja siten ”neutraali” (Jokinen 1999, 136–137).

Toteutin analyysini seuraavasti. Keräsin aineistona käytetyt 180 tviittiä (sisältäen tviittien kuvat, videolinkit ja uutisjaot ym.) Word-dokumenttiin ja numeroin tviitit. Aivan ensimmäiseksi kävin läpi koko aineiston ja pyrin tunnistamaan sellaiset tviitit, joissa käytettiin hybridiä retoriikkaa. Tässä alkuvaiheessa keskityin vain tviitteihin, joiden retorikassa oli käytetty tekstin lisäksi muuta materiaalia, kuten kuvia tai linkitettyjä uutisjuttuja. Nämä tviitit oli helppo erottaa aineistosta, ja merkitsin näiden tviittien numerot korostusvärillä Word-dokumenttiin.

Tämän jälkeen tarkastelin vain niitä tviittejä kuvineen ym. materiaaleineen, jotka olin merkinnyt edeltävässä vaiheessa. Pyrin tunnistamaan, millaisia Jokisen (1999) esittämiä retorisia keinoja niissä oli käytetty. Kokosin tämän analyysin tulokset Excel-tiedostoksi (Liite 1). Vaakariveille laitoin Jokisen luettelemat retoriset keinot. Pystyivän ensimmäisen sarakkeen nimesin ”hybridisyydeksi” ja merkitsin tuon sarakkeen solun vihreäksi, mikäli olin tunnistanut Jokisen nimeämän keinon jostakin sellaisesta tviitistä, jossa käytettiin hybridiä retoriikkaa. ”Muistiinpano”-sarakkeeseen tein muistiinpanoja siitä, miten kyseinen retorinen keino ilmeni hybridiä retoriikkaa sisältävissä tviiteissä. ”Sisältö”-sarakkeeseen kirjasin yksinkertaisesti, mitä mediasisältöjä kyseiset tviitit sisälsivät

(valokuvia, meemejä, uutisjuttuja, blogitekstejä, videoita ym.). Laitoin taulukkoon ylös tviittien numerot.

Tämän jälkeen palasin takaisin aineiston pariin (Word-dokumentti) ja tarkastelin, ilmenikö hybridi retoriikka myös muilla tavoilla kuin yhdistelemällä tekstiä ja kuvia tai muuta materiaalia. Mukana analyysissa oli jälleen koko 180 tviitin aineisto. Tämä vaihe oli haastavampi, mutta käymällä läpi aineistoa moneen kertaan tunnistin, että hybridisyys näkyi retoriikassa myös tunnesävyissä (esimerkiksi yhdistämällä huumoria vakaviin aiheisiin), viittauksilla muihin käyttäjiin ja hyödyntämällä eri medialogiikoita (esimerkiksi elokuvan narratiivisuutta). Lisäsin nämä sarakkeiksi Excel-tiedostoon nimillä ”sävy”, ”käyttäjät” ja ”logiikka” ja merkitsin myös näiden tviittien numerot korostusvärillä Word-dokumenttiin. Medialogiikkojen tunnistamisessa auttoi jonkin verran Chadwickin (2017) hybridin mediatilan teoria. Chadwickin (2017, 24–25) mukaan hybridissä mediatilassa eri medioiden toimintalogiikat yhdistyvät. Tämä suuntasi tarkastelemaan, miten medioiden toimintalogiikkojen yhdistyminen näkyi aineistossa retoriikan tasolla.

Tarkastelin uudelleen hybridiä retoriikkaa sisältäviä tviittejä Arja Jokisen (1999) nimeämien retoristen keinojen valossa. Onnistuin nyt tunnistamaan aineistosta lisää retorisia keinoja. Täydensin Excel-analyysitaulukkoa uusien keinojen ja uusien sarakkeiden osalta. Tunnistin, että aineistossa oli muitakin kuin Jokisen listaamia retorisia keinoja, joten lisäsin nämä Excel-taulukkoon. Huomasin myös aineistosta tviittejä, jotka eivät tuntuneet sopivan joukkoon: en löytänyt niistä vaikuttamista. Tarkastelin lähemmin näitä tviittejä ja tein niistä muistiinpanoja. Niiden avulla pystyin tunnistamaan vielä yhden tavan, jolla hybridisyys ilmeni. Nimesin sen osallistumisen motiiviksi.

Jälkeenpäin tarkasteltuna olisi ollut selkeämpää keskittyä ensin koko aineistoon ja pyrkiä tunnistamaan tviiteistä kaikki tavat, joilla hybridi retoriikka ilmenee. Vasta tämän jälkeen olisi kannattanut selvittää, mitkä Jokisen (1999) listaamista keinoista löytyivät niistä tviiteistä, joissa oli käytetty hybridiä retoriikkaa. Monivaiheinen analyysi toimi kuitenkin itselleni oppimisprosessina. Kun liikuin aineiston (Word-dokumentti) ja analyysitaulukon (Excel) välillä useamman kerran, aineisto tuli minulle tutuksi ja pystyin tekemään tulkintoja siitä, miten hybridi retoriikka ilmeni aineistossa.

4 TULOKSET

Esittelen seuraavaksi analyysini tulokset. Ensiksi esittelen retoriset keinot, jotka tunnistiin sellaisista aineiston tviiteistä, joissa käytettiin hybridiä retoriikkaa. Tämä osio pyrkii havainnollistamaan sitä, miten hybridi retoriikka tulee ilmi retoristen keinojen tasolla. Sen jälkeen esittelen viisi hybridisyyden ulottuvuutta, jotka tunnistiin Twitter-käyttäjien retoriikasta. Tämän osion tarkoitus on osoittaa, mitä kaikkea hybridi retoriikka pitää sisällään tämän tutkimuksen aineiston perusteella.

4.1 Retoriset keinot hybridissä retoriikassa

4.1.1 Argumenttiin liittyvät keinot

Hybridiä retoriikkaa sisältävistä tviiteistä löytyi kaikkia Jokisen (1999) luettelemia argumenttiin liittyviä keinoja. Näiden lisäksi aineistosta pystyi erottamaan *kontrastiparien luomisen* sekä *kolmen listan* käytön. Retoriikkaa rakennettiin tekstin, kuvien, videoiden, hashtagien, merkitsemisten ja linkitettyjen materiaalien kautta Eymanin (2015) digitaalisen retoriikan näkemyksen mukaisesti. Kaikki seuraavaksi esitetyt esimerkit ilmentävät hybridiä retoriikkaa: niissä on tviitin tekstin lisäksi hyödynnetty kuvia, toisen käyttäjän tviittejä tai uutisjuttuja vaikuttamisen tukena.

Aineistossa oli yleistä, että erilaisia retorisia keinoja yhdisteltiin tviitissä ja siten vahvistettiin argumentin vaikuttavuutta. Esimerkiksi eräässä tviitissä näkyi yhtä aikaa *narratiivilla vakuuttamista*, *kolmen listan* käyttöä, *ääri-ilmaisun* hyödyntämistä ja *tosiasiapuhetta*. Narratiivisuus näkyi tapahtumien kuvailuna: kohu esitettiin alkaneeksi Iltalehden jutusta, sitä jatkoi muu media ja sosiaalinen media, ja lopuksi todettiin lopputuloksen näkyneen kuntavaalien tuloksissa. Kolmen lista ilmeni siten, että Iltalehti, muu media ja sosiaalinen media esitettiin tviitissä samassa ryppäessä syyllisinä kohun lietsontaan. Tviitissä käytettiin kirosanaa, jota voidaan pitää ääri-ilmaisuna (Tviitti 1).

Hybridi retoriikka näkyi esimerkkinä käytetyssä tviitissä siten, että siinä oli hyödynnetty toisesta lähteestä kerättyä aineistoa, kuvaa poliisin tviitistä (kuva 1). Tulkintani mukaan tämä kuva oli *tosiasiapuhetta*. Sen tehtävä oli antaa tosiasioiden puhua puolestaan ja

todistaa, että pääministerin ateriakohu oli käyttäjän mukaan median valeuutisen synnyttämää. Aineistossa tosiasiapuhe ilmeni eri tavoin: linkitettyinä uutisjuttuina, tiedotteina, valokuvina tai kuvankaappauksina. Linkitetty materiaali toimi tviiteissä esitettyä argumenttia vahvistavana elementtinä. Twitter-käyttäjä saattoi käyttää viittauksia faktapohjaiseen aineistoon tai lainata journalististen juttujen ”objektiivisuutta” oman vaikuttamisensa keinona. Spinuzia mukaillen (2003, 3) he istuttivat toisen viestintäympäristön toimintatapoja ja rutiineja Twitter-viestintään.



Kuva 1. Twitter-käyttäjä hyödynsi poliisin tviittiä tosiasiapuheena

Myös *metaforat* näkyivät aineistossa mielikuvituksellisella, rikkaalla tavalla erityisesti meemien muodossa. Metaforien käytössä ilmeni selvästi Chadwickin (2015, 24–25) kuvailema medioiden toimintalogiikkojen yhdistyminen, ja esimerkiksi meemeissä yhdistettiin uutismedian aineistoa populaarikulttuuriin, kuvataiteeseen, elokuvaan, musiikkiin tai historialliseen kuvastoon tavalla, jolla käyttäjät pystyivät vaikuttamaan poliittisesta kohusta käytävään keskusteluun. Tällä tavoin käyttäjät pystyivät rakentamaan kohtua käsitteleviä narratiiveja (ks. Vorberg ja Zeitler 2019, 423). Aineistossa oli esimerkiksi video, jossa yhdistettiin *Kun maailma ei riitä* -elokuvan musiikkia kuvastoon Kesärannasta, sodasta ja notkuvista ruokapöydistä (Tviitti 2).

Kuva 2 on esimerkki meemin metaforisesta voimasta. Kuva esittää yhtä tviittiä, jossa käytetään *numeerista määrällistämistä*, toisin sanoen faktapohjaista tietoa, että ateriaetu olikin noin 850 euroa kuukaudessa 300 euron sijasta. Tämä on yhdistetty meemiin, joka hyödyntää Tolkienin kirjoihin perustuvaa elokuvaa. Tarinan mukaan hyvää

ruokaa rakastavilla hobeilla on kaksi aamiaista. Meemi toimii *metaforan* tavoin ja luo tapahtuneeseen uusia merkitysyhteyksiä ja toimii vaikuttamisen keinona. Kuvassa näkyy myös, miten faktapohjainen aineisto yhdistyy huumoriin ja viihteelliseen sisältöön (ks. Williams & Delli Carpini 2020).

Tämä mun muutama päivä sitten tekemä meemuli olikin sitten osuvasti aikaansa edellä! Ei siis pelkästään 300 vaan 850 egee [#ToinenAamupala](#) [#aamiaisgate](#) [#aamupalagate](#) [#ateriaetu850euroa](#) [#sannamarin](#) [#humori](#) [#politiikka](#) [#hobitit](#)



Kuva 2. Meemien käyttö metaforana (Tviitti 3, lupa julkaisuun saatu tviitin tekijältä)

Aineistossa esiintyi myös runsaasti *kategorioilla vakuuttamista*. Tyypillisin esimerkki oli tilanne, jossa Sanna Marin yhdistettiin sosiaalidemokraattien tai vasemmiston kategoriaan, johon liitettiin määreitä esimerkiksi valehtelusta ja ahneudesta. Kategoriat tulivat ilmi suoraan tekstistä, meemikuvien kautta tai hashtag-tunnisteilla. Kategorioista saatiin luoda myös *kontrastipareja*, jolloin Marinia vertailtiin esimerkiksi Sauli Niinistöön tai Angela Merkeliin, jotka edustivat oikeistokategorioita. Kontrastipareissa se näkemys, jota argumentin esittäjä kannattaa, ladataan positiivisilla merkityksillä ja vastakkainen näkemys kyllästetään negatiivisilla merkityksillä (Jokinen 1999, 153). Tämä näkyy kuvassa 3.

Kummasti "Mutti" eli maailman vaikutusvaltaisin nainen, liittokansleri Angela Merkel ehtii kaupassa käymään ja omat ostoksensa jopa itse maksamaan. Pikkuisen Suomea isompi maa johdettavana. Ero Märiiniin? Merkel edustaa oikeistoa! [#onmuutoksenaika](#) [#demaroinninloppu](#) [#aamiaisgate](#)



Kuva 3. Kategorioiden ja kontrastiparien luonti (Tviitti 4, lupa julkaisuun saatu tviitin tekijältä)

Myös tviittiin liitettyllä kuvalla on tulkintani mukaan retorinen merkitys. Se on todiste siitä, miten "tosiasiat puhuvat puolestaan" ja että tekstin argumentti perustuu aitoon tapahtumaan, Merkeliin kauppareissulla. Vastaavaa kuvan todistusvoimaa käytetään myös journalismissa vahvistamaan uutisen totuudellisuutta. Tämä taas perustuu näkemykselle valokuvan indeksisyydestä, ja sen tuomasta autenttisuudesta ja läsnäolon illuusiosta. Tällä tavoin retoriikassa hyödynnetään eri medioiden toimintalogiikkaa Chadwickin (2017) määrittelemällä hybridillä tavalla.

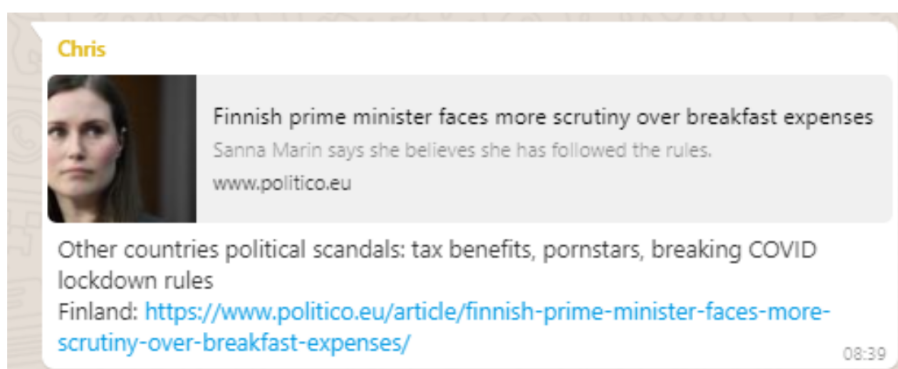
4.1.2 Esittäjään liittyvät keinot

Hybridiä retoriikkaa sisältävistä tviiteistä tunnistettiin kolme esittäjään liittyvää keinoa: konsensukseen tai asiantuntijaan vetoaminen, puhujakategorian käyttö ja liittoutumiseen säätely (ks. Jokinen 1999). Aineistosta ei tunnistettu etäännyttämistä omista intresseistä. Aineiston mukaan *asiantuntijaan vetoaminen* saattoi olla esimerkiksi sitä, että tviitissä mainittiin professorin näkemys, joka todistettiin vielä kuvakaappauksella lakiesityksen käsittelystä, jossa professori oli antanut lausuntonsa (Tviitti 5). Tulkintani mukaan Twitterin kontekstissa asiantuntijaan vetoamista voivat kuitenkin olla myös tilanteet, joissa asiantuntijan tviitti jaetaan oman tviitin yhteydessä tai tviittiin linkitetään

video, jossa on äänessä asiantuntija (Tviitti 6). Näitä tapauksia aineistossa oli sen verran vähän, että tämän aineiston perusteella ei voida tehdä tästä pitkälle meneviä päätelmiä.

Väitteen oikeuttamista puhujakategoriolla esiintyi aineistossa sangen vähän. Kuitenkin seuraavassa esimerkissä puhuja puhuu itsestään suomalaisena korruptiontutkijana tai aktivistina, mikä korostaa hänen puhujakategoriaansa ja asiantuntijuuttaan. Samassa tviitissä hän käyttää liittoutumisasteen säätelyä kertomalla, ettei hän ota kantaa kokuun ja että hän saa rutiininomaisesti pilkkaa siitä, miten suomalainen korruptio on mittakaavassaan hyvin vähäistä kansainvälisellä tasolla. Tällä tavoin hän asettuu viestinviejän asemaan ja jakaa viestin, joka tulee esiin uutisjutusta (kuva 4).

Sen enempää ottamatta [#aamiaisgate](#)'en kantaa, suomalaisena korruptiontutkijana/aktivistina saan osakseni säännöllistä vittuilua suomalaisten korruptiokriisien mittakaavastoista, mikä alkaa tuntua lähinnä rutiinilta



Kuva 4. Puhujakategorian käyttö ja liittoutumisasteen säätely (Tviitti 7, lupa julkaisuun saatu tviitin tekijältä)

Yhteenvetona aineiston perusteella pystyttiin tunnistamaan kaikkia Jokisen (1999) luettelemia retorisia keinoja, lukuun ottamatta etäännytyistä omista intresseistä. Lisäksi tunnistettiin kaksi muuta keinoa: kolmen lista ja kontrastiparit. Tällä vastattiin ensimmäiseen tutkimuskysymykseen siitä, retorisia keinoja hybridiä retoriikkaa hyödyntävistä tviiteistä löytyi. Tulosten perusteella uutisjuttuja, kuvia, videoita, musiikkia, hashtagia ja toisten käyttäjien tviittejä käytettiin luovalla tavalla omassa argumentoinnissa. Tämän hybridin materiaalin lisäksi retoriikasta tunnistin myös muita ulottuvuuksia, joilla hybridisyys toteutui.

4.2 Hybridin retoriikan ulottuvuudet

Tunnistin hybridistä retoriikasta viisi ulottuvuutta, jotka nimesin seuraavasti: *hybridi materiaali, verkostojen rakentaminen, tunnesävyjen kirjo, hybridit medialogiikat ja osallistumisen motiivit*.

Hybridin materiaalin käyttö oli selkeimmin aineistosta nähtävä hybridisyyden ulottuvuus. Tällä tarkoitan tekstin, kuvien, gif-animaatioiden, linkitettyjen materiaalien (kuten journalististen juttujen), muiden käyttäjien tviittien, blogitekstien ja videoiden yhdistämistä tviitissä retorisiin tarkoituksiin. Tämä mukailee sitä, mitä Eymanin (2015) digitaalisen retoriikan näkemyksessä tulisi huomioida, kun tarkastellaan retoriikkaa digitaalisessa ympäristössä. Kuten edellä todettiin, esimerkiksi tviitin tekstiosa ja tviittiin linkitetty kuva voivat hyödyntää erilaisia retorisia keinoja (ks. Kuva 2). Huomasin myös, että suuressa osassa kaikista suosituimpia tviittejä yhdisteltiin eri materiaaleja itse tekstipohjaiseen tviittiin. Suosio tarkoittaa sitä, miten paljon tviitistä on tykätty tai sitä on kommentoitu tai jaettu. Erityisen suosittuja olivat tviitit, joissa teksti yhdistettiin kuvaan; tämän jälkeen suosituimpia olivat tviitit, joihin oli linkitetty uutisjuttu.

Verkostojen rakentaminen. Twitter on jo itsessään verkottunut sosiaalinen areena, mutta Chadwickin (2017) hybridin mediatilan näkemys vie ajatusta vielä pidemmälle. Sen mukaan massamedia on linkittynyt yhteen sosiaalisen median kanssa, ja some-keskustelujen tyyli muokkaa uutisten jakoa (Harder, Paulussen & Aelts 2016, 934). Tviittien retoriikassa verkostoja rakennettiin esimerkiksi linkittämällä perinteisen median juttuja tviitteihin, merkitsemällä muita käyttäjiä @-merkillä, kommentoimalla tai uudelleenjakamalla toisen käyttäjän tviittejä tai muodostamalla ”verkostojen verkostoja” eri hashtagia käyttämällä. Kuvassa 5 verkostoja on rakennettu kolmella tavalla: hashtagien kautta liittämällä ateriakohu osaksi muita kohuja, merkitsemällä tviittiin toimittaja Jarno Liski ja jakamalla uutisjuttu Tytti Yli-Viikariin liittyvästä kohusta.

Kevät 2021 on osoittanut journalismin voiman vallan vahtikoirona. IS, IL, SK, HS. Miten kukaan enää kehtaa valittaa siitä, että asioita pengotaan olipa sitten #vtvgate #aamiaisgate #kulmunigate. Hattu päästä @jliski :lle ja hänen kollegoilleen. 👍👍



is.fi

Tytti Yli-Viikarin tilaama ”coaching” maksoi lähes 20 000 euroa, apula...

Kuva 5. Verkostojen rakentaminen (Tviitti 8, lupa julkaisuun saatu tviitin tekijältä)

Tunnesävyjen kirjo. Laaksosen ja Pöyryn (2018, 5) mukaan hybridi mediatila on hybridiä myös siinä mielessä, että siellä faktasisältö yhdistyy tunteisiin. Aineiston perusteella pääministerin ateriakohu oli ennen kaikkea negatiivisten tunteiden sävyttämä kohu, jossa keskityttiin Marinin paheksumiseen. Erityisesti jos tviitin retoriikassa oli käytetty kuvaa tai videota metaforan tavoin, tviitti oli usein sävyllään humoristinen (ks. Kuva 2). Jos tviittiin oli linkattu uutisjuttu, joka toimi retorisesti tosiasiapuheen tavoin, tviitin sävy oli useimmiten asiallinen tai Marina paheksuva. Teksteissä esiintyi myös sarkasmia, joka Laaksosen ja Pöyryn mukaan (2018, 26) kulkee käsi kädessä paheksunnan kanssa ja mahdollistaa toisaalta kohun kohteen arvottamisen ja toisaalta käyttäjän itsereflektion sarkastisen etäisyyden päästä. Aineistossa parodia ja sarkastinen etäisyys näkyi esimerkiksi tviitissä, jossa oli liitteenä parodinen rahoitushakemus Suomen Akatemialle. Hakemuksessa anottiin rahoitusta ”tutkimukselle”, joka tarkasteli, miten aamiaisiin ja korruptioon liittyvä häpeä on esteenä Suomen pääsulle vaikutusvaltaisiin pöytiin Euroopan unionissa

(Tviitti 9). Tviitissä parodioitiin tulkintani mukaan ateriakohua, korruptiota sekä tieteellistä jargonia ja tieteen rahoitusta.

Hybridillä medialogiikalla tarkoitetaan Chadwickin (2017, 24–25) näkemystä siitä, että eri mediat ovat keskinäisriippuvaisessa suhteessa ja niiden toimintalogiikat kilpailevat, yhdistyvät ja limittyvät toisiinsa. Tämä ulottuvuus on laaja, eikä sitä tarkasteltu koko laajuudessa tässä tutkimuksessa. Kuitenkin ulottuvuus näkyi aineistossa hybridin retoriikan tasolla. Eri medioiden logiikkaa yhdisteltiin siten, että sillä pyrittiin vahvistamaan tai havainnollistamaan argumenttia. Esimerkiksi eräässä tviitissä käytettiin yksityiskohdilla ja narratiivilla vakuuttamista meemissä, joka oli rakennettu hyödyntämällä sarjakuvan logiikkaa (Tviitti 10). Sarjakuvameemissä esiintyi Paavo Pesusieni, joka paljasti kuva kuvalta yhä suurempia kasoja piilotettuja löyhkääviä nyyttikätköjä. Tämä oli yhdistetty metaforisesti Juha Sipilään, joka oli argumentoijan mukaan käyttänyt Marinia runsaammin valtion varoja itseensä. Sarjakuvan lukutapa ylhäältä alas ja vasemmalta oikealle vahvisti retorista keinoa: lukijalle tuotiin eteen uusia, alati paisuvampia yksityiskohtia Sipilän varojen käytöstä. Argumenttia vahvisti vielä se, että sarjakuvan teksteissä on käytetty perinteisen median uutisotsikoita, joita voidaan tulkintani mukaan pitää tosiasiapuheen kaltaisena retorisenä keinona. Näin eri medioiden toimintalogiikat yhdistyivät hybridillä tavalla argumentoinnin välineeksi.

Osallistumisen motiivi oli viimeisenä tunnistettu ulottuvuus. Se tarkoittaa sitä, mikä funktio tviitillä on; mihin retoriikkaa tviitissä käytetään. Yleisimmin tviiteissä funktio oli vaikuttaminen. Retoriikka oli sekä hyökkäävää että puolustavaa (ks. Potter 1996, 107). Hyökkäävässä retoriikassa tviittiin linkattiin usein esimerkiksi uutisjuttu tai toisen käyttäjän tviitti, jota vastaan argumentoitiin. Vastaavasti puolustavassa retoriikassa käytettiin linkitettyä materiaalia vahvistamaan omaa argumenttia. Aineistosta tunnistettiin myös sarkastinen osallistuminen, mikä ilmeni tviitteinä, joissa ei näkynyt vaikuttamista. Niissä motiivina oli pikemminkin halu osallistua medioituun tapahtumaan (ks. Thompson 2000), joka toteutettiin esimerkiksi jakamalla kuvapäiväkirjamaisia otteita omista aamupaloista (kuva 6).

Tein itse oman aamupalani 🍳 En syö juuri ikinä arkena aamupalaa, kun ei ehdi. Yleensä vaan smoothie ja kahvi. Mutta rakastan aamupalaa! Tässä yksi lemppari eli kahvi, croissant, tuoremehu ja eilisen mansikat 🍓 Olen huono arvioimaan hintaa, 4e ehkä. #aamupalagate #aamiaisgate



Kuva 6. Sarkastinen osallistuminen (Tviitti 11, lupa julkaisuun saatu tviitin tekijältä)

Kuten edeltävistä esimerkeistä ilmenee, hybridin retoriikan ulottuvuudet lomittuvat keskenään. Tviitissä voidaan esimerkiksi hyödyntää *hybridiä materiaalia*, jossa on käytetty eri medioiden *toimintalogiikoita* (sarjakuvaesimerkki, ks. Tviitti 10). On todettava, että osallistumisen motiivi -ulottuvuus on hieman eri tasolla suhteessa muihin ulottuvuuksiin. Sisällytin sen viiden ulottuvuuden joukkoon sen perusteella, mitä Zappen (2005, 320) sanoo digitaalisesta retoriikasta: se ei ole pelkkää vaikuttamista, vaan myös itseilmaisua, osallistumista ja luovaa yhteistyötä. Tämä kuvaa mielestäni sitä, mitä hybridi retoriikka oli aineiston perusteella. Suoran vaikuttamisen lisäksi sitä saatettiin tulkitani mukaan käyttää myös itseilmaisuuksiin tai vain sarkastiseen osallistumiseen poliittiseen kokuun, kuten Tviitti 11 osoittaa.

Yhteenvetona aineistosta tunnistettiin viisi hybridin retoriikan ulottuvuutta, joiden kautta vastattiin toiseen tutkimuskysymykseen. Seuraavaksi esittelen tutkimuksen johdopäätökset, rajoitukset ja jatkotutkimusmahdollisuudet.

5 POHDINTA

Tässä tutkimuksessa analysoitiin retoriikkaa Twitter-keskustelussa, joka syntyi pääministerin ateriakohun ympärille. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, millaista hybridiä retoriikkaa Twitter-käyttäjät hyödynsivät keskustellessaan poliittisesta kohusta. Hybridi retoriikka on termi, jonka johdin Chadwickin (2017) hybridin mediatilan teoriasta soveltamalla sitä digitaalisessa ympäristössä tapahtuvaan retoriikkaan.

Määritelmäni mukaan hybridissä retoriikassa hyödynnetään ja/tai yhdistellään erilaista materiaalia vaikuttamisen tueksi. Tämä materiaali saattoi olla esimerkiksi uutisjuttuja, populaarikulttuurin kuvastoja tai toisen käyttäjän tviittejä. Lisäksi määrittelin, että hybridi retoriikka voi hyödyntää eri mediatyyppien toimintalogiikoita tai tunnesävyiltään erilaisia aineistoja, kuten huumoria, parodiaa ja vakavia ajankohtaisia tapahtumia, ja tuon retoriikan kautta voidaan yhdistää toimijoita verkostoiksi. Analyysissa käytin retorista analyysia, jonka avulla vastasin seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- 1.) Mitä retorisia keinoja Twitter-käyttäjät hyödyntävät hybridissä retoriikassaan?
- 2.) Mitä hybridisyyden ulottuvuuksia Twitter-käyttäjien retoriikassa on?

Seuraavaksi esittelen tutkimuksen johtopäätökset. Tämän jälkeen käyn läpi, millaisia rajoituksia tutkimuksella on ja esittelen ehdotuksia jatkotutkimukselle.

5.1 Johtopäätökset ja tutkimuskysymyksiin vastaaminen

Tulosten perusteella Twitter-käyttäjät hyödyntävät lukuisia erilaisia retorisia keinoja, kun he osallistuivat poliittisesta kohusta käytävään keskusteluun. Hybridiä retoriikkaa sisältävistä tviiteistä tunnistettiin kaikkia Arja Jokisen (1999) luettelemia retorisia keinoja, paitsi etäännytyistä omista intresseistä. Näiden keinojen lisäksi tunnistettiin kontrastiparien luonti sekä kolmen listan käyttö.

Suurin osa käyttäjistä yhdisteli toisiinsa eri retorisia keinoja, joilla voitiin kasvattaa argumentin vaikuttavuutta. Tämän lisäksi hybridiä materiaalia hyödynnettiin retorisissa keinoissa. Linkattu uutisjuttu saattoi tulkintani mukaan toimia aineistossa retorisesti

tosiasiapuheena, meemi metaforana tai narratiivina ja hashtag-merkinnät kategorioina tai kontrastipareina. Eymania (2015, 17–18) mukailleen, kun tarkastellaan retoriikkaa digitaalisessa ympäristössä, on tärkeä ottaa tarkasteluun kaikki digitaalisen viestinnän mahdollisuudet, kuten tekstit, kuvat, videot tai Herringin ja Dainasin (2017) mainitsemat animoidut tarrat, gif-animaatiot ja emojiit, jotta voidaan täysin ymmärtää, miten erityislaatuinen retoriikka tuossa ympäristössä on. Taulukko 1 esittää tiivistelmän tuloksista ensimmäiseen tutkimuskysymykseen.

Taulukko 1. Tulokset ensimmäiseen tutkimuskysymykseen (mukailleen Jokinen 1999)

Retorinen keino	Miten keino näkyi hybridiä retoriikkaa sisältävässä aineistossa
Tosiasiapuhe	Tviittiin linkattiin uutisjuttuja, tiedotteita, kuvakaappauksia tai valokuvia, jotka toimivat tosiasiapuheen tavoin.
Yksityiskohdat ja narratiivit	Tviittiin linkattiin sarjakuva tai videoita, joka toimivat narratiivina. Narratiiveja ja yksityiskohtia tuotiin esiin myös tekstissä.
Kategoriat / kontrastiparit	Kategorioita ja kontrastipareja luotiin usein hashtag-merkinnöillä. Kategorioiden arvottamista vahvistettiin sekä kuvilla että tekstillä.
Numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen	Määrällistämistä ilmeni pääasiassa tekstin tasolla. Tätä saatettiin vahvistaa myös kuvilla (esimerkiksi notkuvista ruokapöydistä).
Ääri-ilmaisut	Aineistossa kiroilua ja kärjistäviä meemikuvia käytettiin usein ääri-ilmaisun tapaan.
Metaforat	Metaforisuutta rakennettiin erityisesti käyttämällä tviitin yhteydessä meemejä.
Kolmen lista	Tämä ilmeni aineistossa tekstin tasolla sekä hashtageja käyttämällä.
Konsensus / asiantuntija	Asiantuntijaan viittaamista tapahtui itse tekstissä, jakamalla asiantuntijan tviitti tai @-merkinnällä, lisätutkimusta tarvitaan.
Puhujakategorian käyttö	Näkyi tässä aineistossa vain vähän, lisätutkimusta tarvitaan.
Liittoutumisasteen säätely	Näkyi aineistossa vain vähän, lisätutkimusta tarvitaan.

Aineistossa retoristen keinojen käyttö yhdistyi poliittisen kohun konstruointiin ja leivittämiseen. Esimerkiksi kun käyttäjät jakoivat ateriakohuun liittyviä meemejä käyttäen niitä metaforan tavoin, he samalla rakensivat kohuun liittyviä narratiiveja (ks. Vorberg ja Zeitler 2019, 422–423). Kun käyttäjät loivat kategorioita hashtageja käyttämällä, he

samalla liittivät ateriakohun osaksi muita keskusteluja, jolloin kohu levisi yhä laajemmalle yleisölle.

Lisäksi tunnistin aineiston hybridistä retoriikasta viisi ulottuvuutta, jotka omalta osaltaan vaikuttavat poliittisen kohun leviämiseen digitaalisessa ympäristössä. Ensimmäinen ulottuvuus oli hybridi materiaali. Tulosten perusteella Twitterin hakutuloksissa kaikkein suosituimpia olivat sellaiset tviitit, joissa tviitin sisältämään tekstiin oli yhdistetty jotakin muuta materiaalia. Erityisesti kuvan tai uutisjutun yhdistäminen tekstiin vaikutti lisäävän tviitin suosiota. Tällöin ainakin tämän aineiston perusteella voidaan päätellä, että mikäli tviitissä on käytetty hybridiä materiaalia, sitä enemmän siitä tykätään, sitä jaetaan, siihen kommentoidaan ja sitä korkeammalle se nousee Twitterin Suositut-kategoriassa – sitä suurempi on sen voima levittää ja konstruoida poliittista kohua.

Toinen tunnistettu hybridin retoriikan ulottuvuus oli käyttäjien rakentamat verkostot, joita Twitter-käyttäjät loivat esimerkiksi merkitsemällä muita käyttäjiä tai käyttämällä aihetunnisteita. Muun muassa Laaksonen ja Pöyry (2018) ovat tarkastelleet eri kohujen ympärille muodostuneita verkostoja. Heidän mukaansa aihetunnisteista voi muodostua klustereita, joiden välillä on sosiaalisen median käyttäjien vuorovaikutusta. Myös tämän aineiston perusteella näyttää siltä, että käyttäessään aihetunnisteita tai merkitsemistä käyttäjät jakoivat kohua laajemmalle yleisölle sekä yhdistivät poliittisen kohun muihin keskusteluihin. Tässä aineistossa ateriakohu yhdistettiin muun muassa keskusteluihin korruptiosta, sosiaalidemokraateista ja muista ajankohtaisista poliittisista kohuista. Osa käyttäjistä liitti kohun myös etäisiin aiheisiin, kuten koronakeskusteluun, kun he argumentoivat, että ateriakohu oli merkitykseltään pieni suurempien ongelmien keskellä. Tällä tavoin ateriakohu sai uusia narratiivisia käännteitä (vrt. Vorberg ja Zeitler 2019, 422–423) ja se levisi entistä laajemmalle yleisölle.

Kolmas tunnistettu hybridisyyden ulottuvuus oli tunnesävyjen kirjo. Thompsonin (2000, 13–14) mukaan poliittiselle skandaalille on ominaista paheksunnan tunteet, joita tuodaan ilmi nimenomaan mediassa. Myös tämän aineiston tunteista ilmeni paheksuntaa. Tunnesävyjen kirjo näkyi sekä käyttäjien tunteina että materiaaleissa, joissa yhdisteltiin vakavia aiheita viihteellisempiin sisältöihin. Tämä erisävyisten sisältöjen yhdistely vastaa

Williamsin ja Delli Carpinin (2020) näkemystä nykyajan mediasta, jossa viihteen ja faktan yhdistäminen on yleistä. Aineistosta erotettiin myös eri tunnesävyjä, kuten huumoria, paheksuntaa ja sarkasmia. Verkkokeskusteluissa on tavallista, että tunteet roihahtavat tavalla, joka tekee kohukeskusteluista ”tahmeaa”. Paasosen (2014, 25) mukaan tahmea sisältö on sellaista, joka on viihdyttävää, kiinnostavaa, hauskaa tai törkeää, ja sitä kierretään ja jaetaan ahkerasti. Myös Laaksonen ja Pöyry (2018, 27) esittävät, että sarkasmi voi toimia kohuissa kierrättävänä voimana, jota käytetään tuottamaan kohu politiikan ja viestinnän performanssina. Tällä tavoin tviittien sisältämät paheksunnan ja sarkasmin tunteet ja niitä ilmentävä hybridi retoriikka voivat voimistaa poliittisen kohun leviämistä.

Neljäs tunnistettu ulottuvuus oli hybridit medialogiikat. Hybridi mediatila rakentuu uuden ja vanhan median logiikkojen vuorovaikutukselle. Logiikoilla Chadwick tarkoittaa muun muassa teknologioiden, normien, genrejen, toiminnan ja organisaatiomuotojen ”nippuja”, yhteenliittymiä. (Chadwick 2017, 4.) Esimerkiksi sosiaalisen median toimintalogiikka on tullut osaksi uutismedian toimintalogiikkaa. Tämä näkyy muun muassa siinä, miten uutisotsikoista pyritään tekemään sellaisia, että ne saavat mahdollisimman paljon klikkauksia sekä jakoja ja kommentteja sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisesta mediasta on myös tullut uutismedialle merkittävä väline jakaa juttuja ja saada lukijoita omalle sivustolleen.

Hybridi medialogiikkaa voi lisätä poliittisten kohujen leviämistä. Perinteisen median ansaintalogiikka lisää kamppailua klikkauksista (Pollack ym. 2018, 3090), jolloin medially on paine ruokkia kohuja luomalla skandaalinomaisia juttuja ja otsikoita (ks. Herkman 2009). Tällaiset uutisjutut ovat materiaalia, joka herättää tunteita ja mielipiteitä ja jota jaetaan aktiivisesti sosiaalisessa mediassa. Kun käyttäjät jakavat näitä juttuja, sosiaalisen median algoritmit reagoivat antamalla kohulle laajempaa näkyvyyttä (ks. Sumiala ym. 2018, 2). Tässä tutkimuksessa keskityttiin rajatusti tarkastelemaan, miten medialogiikkojen hybridi yhdistely näkyi retoriikan tasolla. Se tuli ilmi esimerkiksi siten, että käyttäjät hyödynsivät sarjakuvien logiikkaa narratiivien rakentamisessa tai käyttivät valokuvien indeksisyyttä osoittamaan sitä, miten tosiasiat puhuvat puolestaan.

Viides ulottuvuus käsitteli motiiveja ottaa osaa mediatapahtuman luontiin. Suurimassa osassa tviiteistä näkyi vaikuttamista hyökkäävää tai puolustavaa retoriikkaa hyödyntäen. Osa osallistui kohukeskusteluun sarkastisilla päiväkirjamaisilla jaoilla omista aamiaisistaan. Tämä vastaa sitä, mitä Zappen (2005, 320) toteaa digitaalisesta retoriikasta: vaikuttamisen ohella se on luovaa itseilmaisua, yhdessä luomista ja osallistumista. Koska poliittisista kohuista on tullut kiinnostusta ja paheksuntaa herättäviä medioituja tapahtumia (Thompson 2000), ei ole yllättävää, että pelkkä halu osallistua sosiaalisen median kohukeskusteluun näkyi aineistossa. Taulukossa 2 esitetään tiivistettynä tulokset toiseen tutkimuskysymykseen. Taulukon kolmannessa sarakkeessa esitän ajatuksia siitä, miten hybridin retoriikan ulottuvuudet ovat mahdollisesti yhteydessä poliittisten kohujen leviämiseen.

Taulukko 2. Tulokset toiseen tutkimuskysymykseen

Hybridisyyden ulottuvuudet	Ilmeneminen aineistossa	Vaikutus poliittisiin kohuihin
Hybridi materiaali	Tviiteissä yhdisteltiin laajasti eri materiaalia, kuten kuvia, uutisjuttuja, videoita ja toisen käyttäjien tviittejä	Hybridi materiaali oli Twitterissä suosituinta. Tällöin ko. materiaali leviää laajemmalle ja sen voima rakentaa kohua on suurin.
Verkostojen rakentaminen	Verkostoja rakennettiin aihetunnisteilla, merkitsemisellä ja esimerkiksi perinteisen median juttuja jakamalla.	Aihetunnisteet ja merkitseminen liittävät kohun muihin keskusteluihin ja levittävät sitä laajemmalle yleisölle.
Tunnesävyjen kirjo	Tviiteissä yhdistettiin vakavaa ja huumoripitoista sisältöä. Tviiteissä esiintyi mm. paheksunnan ja sarkasmin tunteita.	Affektiivinen sisältö on tahmeaa, ja sitä kierrätetään ja jaetaan ahkerasti. Tämä lisää kohujen leviämistä.
Hybridi medialogiikka	Hybridiä medialogiikkaa hyödynnettiin retoriikassa esimerkiksi rakentamalla narratiiveja sarjakuvan avulla.	Perinteisen median ansaintalogiikka ja sosiaalisen median algoritmit edistävät kohujen leviämistä.
Osallistumisen motiivit	Tviiteissä esiintyi eri syitä ottaa osaa keskusteluun, kuten vaikuttaminen ja sarkastinen osallistuminen.	Eri syyt yhdessä toimivat kimmokkeina osallistua kohusta käytävään keskusteluun. Kohut saattavat levitä osittain juuri siksi, että ihmisillä on useita eri motiiveja osallistua kohun rakentamiseen.

Tämä tutkimus on tarttunut ajankohtaiseen yhteiskunnalliseen ilmiöön, kohuihin osallistumiseen Twitterissä, ja tarkastellut sitä uudesta näkökulmasta. Aihetta on tärkeä tutkia, sillä erilaiset politiikan kohut ja skandaalit lisääntyvät jatkuvasti. Kohut eivät synny enää pelkästään rahaan, julkisen vallan käyttöön tai yksityiselämään liittyvien rikkomusten vuoksi, vaan ne kytkeytyvät yhä enemmän politiikkoihin mediapersoonina tai jopa -brändeinä. Tämä tulee esiin myös tämän tutkimuksen aineistossa, jossa kohu kulminoitui Mariniin, vaikka ateriaetu oli ollut aiempien pääministereiden käytettävissä. Sanna Mariniin keskittyvät kohut eivät loppuneet ateriakohuun, vaan niitä tuntuu syntyvän kiihtyvään tahtiin. Vaikuttaa siltä, että nykyisessä mediaympäristössä on tarve tuottaa jatkuvasti uusia kohuja, uutta klikattavaa, uutta kierrätettävää materiaalia.

Tässä tutkimuksessa esitelty hybridin retoriikan käsite voi osaltaan selittää sitä, miten kohut rakentuvat ja leviävät nyky-yhteiskunnassa. Suuri yleisö osallistuu poliittiseen kokuun ennen kaikkea sosiaalisessa mediassa, usein hybridiä retoriikkaa hyödyntämällä. Hybridi retoriikka voi tähdätä vaikuttamiseen, mutta se voi tarjota myös luovan itseilmaisun tai leikkimisen mahdollisuuksia, kuten silloin, kun Twitter-käyttäjät luovat ja jakavat kokuun liittyviä meemejä. Hybridiä retoriikkaa hyödyntämällä yleisö käyttää valtaansa konstruoida ja levittää poliittisia kohuja, mikä kytkeytyy sananvapauteen, demokratiakehitykseen ja nykyajan poliittiseen osallistumiseen – joka usein on muuta kuin äänestämistä tai puolueen jäsenkirjan omistamista. Toisaalta vastaavasti kohun kohteena olevalle yksilölle myllytys voi olla henkisesti kuormittavaa, eikä tämä välttämättä pysty juurikaan vaikuttamaan kohun leviämiseen.

Tässä tutkimuksessa olen myös pyrkinyt osoittamaan, miten hybridin retoriikan eri ulottuvuudet ovat kiinteässä yhteydessä poliittisten kohujen leviämiseen digitaalisessa ympäristössä. Kaiken kaikkiaan uskon, että hybridin retoriikan käsite tarjoaa kiinnostavan näkökulman, jonka kautta voi tarkastella poliittisten kohujen ilmenemistä medioituna tapahtumana 2020-luvun yhteiskunnassa (ks. Thompson 2000).

5.2 Arviointi ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Kun hyödyntää tutkimuksessa sosiaalisesta mediasta kerättyä dataa, tutkimuseettinen arviointi on tärkeää. Aineiston keräämisessä ja tallentamisessa pohdin, miten parhaiten suojaan käyttäjien yksityisyyden. Aineiston suojaamisen keinoja ovat keräämisvaiheen rajoittaminen, turvallinen tallentaminen ja säilytys sekä anonymisointi (etiikka.fi). Aineistoa kerätessä jätin pois käyttäjien profiilitiedot, sillä ne eivät olleet mielestäni välttämättömiä tutkimuksen toteuttamiseksi. Olin huolellinen aineiston tallentamisesta salasalla suojatulle tietokoneelle ja Word-dokumenttiin, jonka suojasin toisella salasanalla. Aineistossa ei näkynyt käyttäjien nimiä, profiilikuvia tai käyttäjätunnuksia, vaan numeroin yksittäiset tviitit tunnistustarkoituksessa.

Aineiston keräämisessä ei ole pyydetty Twitter-käyttäjiltä suostumusta, sillä aineisto koostuu 180 tviitistä, jotka ovat olleet julkisia useiden kuukausien ajan. Käyttäjien määrä on sen verran suuri, että suostumuksen pyytäminen olisi ollut erittäin vaikeaa. On huomioitava, että tutkimuksesta tiedottaminen olisi voinut antaa käyttäjille mahdollisuuden kieltäytyä luomansa aineiston käytöstä. Valitsin koota aineistoon vain tviittejä, jotka ovat nähtävissä kaikille ilman rekisteröitymistä Twitteriin. Voidaan olettaa, että käyttäjät ovat tarkoituksellisesti tuoneet tviittinsä julkisiksi. Lisäksi tutkimuskohteena eivät ole haavoittuneet ryhmät, eikä tutkimusaihe ollut mielestäni erityisen sensitiivinen, vaikka osa käyttäjistä tuo ilmi poliittisia mielipiteitä (ks. Ahteensuu 2019). Päädyin kuitenkin siihen, että en lainannut tässä tutkimuksessa suoraan tviittejä, ellen saanut suostumusta kyseisen tviitin julkaisuun. Lähdeluettelossa on suorat linkit niihin tviitteihin, joihin olen saanut julkaisuluvan. Muiden osalta olen päätenyt kuvailemaan tviittien sisällöt.

Myös tekijänoikeuksien kunnioittaminen on tärkeää. Tekijänoikeuksien osalta teoskynnys ylittyy, mikäli kyse on omaperäinen, itsenäisen luomistyön tulos (Ahteensuu 2019). Näitä ovat esimerkiksi Twitter-käyttäjien tekemät meemit ja ottamat kuvat. Kaikki tässä tutkimuksessa julkaistut meemit ja kuvat ovat sellaisia, joihin on saatu tekijän lupa. Muissa tapauksissa olen päätenyt vain kuvailemaan tviitin sisällön.

Seuraavaksi arvioin tutkimuksen tuloksia ja valitsemiani analyysimenetelmiä. Käytin tutkimuksen metodina retorista analyysia. Tekemäni analyysitaulukko (Liite 1) osoittautui toimivaksi, kun tein siihen parannuksia aineiston analyysin edetessä. Sen avulla pystyin jäsentämään mielestäni hyvin kohtuullisen laajan 180 tviitin aineiston, joka sisälsi runsaasti myös kuvia ja videoita. Analyysin edetessä huomasin, että uusia havaintoja ei enää tullut, eli aineisto tuntui kylläntyvän. Kun laadullinen aineisto alkaa niin sanotusti toistaa itseään, se on merkki siitä, että aineiston määrä on riittävä (Eskola & Suoranta 1998, 62–63).

Hyödynsin analyysissa Jokisen (1999) listaamia retorisia keinoja. Analyysia varten olisi voitu valita myös muita retoristen keinojen listauksia, kuten Perelmanin (1996) nimieämät keinot, mutta koin Jokisen listaamat keinot selkeiksi tämän tutkimuksen aineiston tarkastelussa. On huomioitava, että toisen listauksen valinta olisi todennäköisesti tuottanut erilaisia tuloksia.

Tunnistin aineistosta Jokisen (1999) listauksen lisäksi muitakin retorisia keinoja, kuten kontrastiparit, mikä viestii sitä, että Jokisen lista ei ole tyhjentävä. Aineiston laajuuden vuoksi kuvien ja videoiden retoristen keinojen analyysi jäi pintapuoliseksi. On myös huomioitava, että Jokisen listaamat keinot pohjautuvat diskurssianalyttiseen näkökulmaan, jolloin niiden soveltaminen kuvien retoriikan tarkasteluun ei välttämättä tuota tyhjentäviä tuloksia. Jatkotutkimuksessa pelkästään kuvien ja videoiden tarkempi visuaalisuuden analyysi voi tuottaa syvempää ymmärrystä hybridistä retoriikasta sosiaalisessa mediassa. Erityisesti meemien tarkastelu metaforana voi avata uudenlaisia näkökulmia retoristen keinojen ilmenemiseen digitaalisessa ympäristössä.

Tutkimuksen heikkoutena näen myös sen, että aineiston analyysissa ei tarkasteltu käyttäjien profiilitietoja, vaan ainoastaan tviiteissä ilmenevää hybridiä retoriikkaa. Tämän vuoksi väitteen esittäjään liittyviä retorisia keinoja tunnistettiin vain vähän, ja kuten taulukko 1 osoittaa, tulokset niiden osalta jäivät suppeiksi. Jatkotutkimuksessa käyttäjätietojen huomioiminen voi auttaa tunnistamaan, miten profiiliteksteillä luodaan puhujakategorioita tai miten asiantuntijaviittauksia käytetään. Erityisesti Twitterin käyttäjäkunnan painottuminen yhteiskunnan eliittiin vaikuttaa viestinnän tapoihin ja kohuaiheisiin

(Laaksonen & Pöyry 2018, 1), ja retoristen keinojen käyttöön. Tästä syystä käyttäjätietojen tarkastelu voi syventää ymmärrystä retoriikasta Twitterissä. Koska Twitterin käyttäjäkunnassa yhteiskunnan eliitti on painottunut, tämän tutkimuksen tuloksia ei voi yleistää keskusteluihin muilla sosiaalisen median alustoilla tai lehtien kommenttiosioissa.

Tässä tutkimuksessa ei myöskään tarkasteltu pääministerin ateriakohuun liittyvää uutisointia perinteisessä mediassa, vaikka perinteisen ja uuden median vuorovaikutus on oleellista Chadwickin (2017) hybridin mediatilan näkemyksessä. Jatkotutkimuksessa tämän vuorovaikutuksen huomioiminen voi tuoda syvempiä huomioita poliittisten kohujen leviämisestä.

Merkittävin haaste itselleni oli se, että aiemmissa tutkimuksissa ei ainakaan tietääkseni ole hyödynnetty hybridisyyden käsitettä retoriikan kontekstissa siinä merkityksessä kuin tässä tutkimuksessa tehtiin. Niinpä pyrin itse määrittelemään hybridin retoriikan termin ja soveltamaan sitä tässä tutkimuksessa. Termi vaatii kuitenkin vielä jäsentämistä. Kaiken kaikkiaan hybridisyyden tarkastelu retoriikassa on aihe, jota kannattaa tutkia lisää. Se voi avata uudenlaisia näkökulmia olemassa oleviin retoriikan teorioihin. Lisäksi aihe voi auttaa ymmärtämään, miten retoriikkaa hyödynnetään sosiaalisen median kontekstissa silloin, kun keskustellaan poliittisista kohuista ja miten hybridin retoriikan käyttö voi vaikuttaa poliittisten kohujen leviämiseen.

LÄHTEET

Allern, Sigurd, Anu Kantola, Ester Pollack ja Mark Blach-Ørsten. 2012. "Increased scandalization: Nordic political scandals 1980–2010." Teoksessa *Scandalous! The mediated construction of political scandals in four Nordic countries*, toimittaneet Allern, Sigurd ja Ester Pollack, 29–50. Göteborg: Nordicom.

Aristoteles. 1997. *Retoriikka*. Suomentanut Paavo Hohti ja Päivi Myllykoski. Helsinki: Gaudeamus.

Chadwick, Andrew. 2017. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press.

Crosbie, Thomas ja Jensen Sass. 2017. "Governance by Scandal? Eradicating Sexual Assault in the US Military." *Politics (Manchester, England)* 37 (2), 117–133. <https://doi.org/10.1177/0263395716661342>.

Dahlgren, Susanne, Sari Kivistö ja Susanna Paasonen. 2011. *Skandaali! Suomalaisen taiteen ja politiikan mediakohut*. Helsinki: Helsinki-kirjat.

Dziuda, Wioletta ja William Howell. 2021. "Political Scandal: A Theory." *American journal of political science* 65 (1), 197–209. <https://doi.org/10.1111/ajps.12568>.

Eskola, Jari ja Juha Suoranta. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Eyman, Douglas. 2015. *Digital Rhetoric Theory, Method, Practice*. Michigan: University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/dh.13030181.0001.001>.

Harder, Raymond, Steve Paulussen ja Peter Van Aelst. 2016. "Making Sense of Twitter Buzz: The Cross-Media Construction of News Stories in Election Time." *Digital journalism* 4 (7), 933–943. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1160790>.

Herkman, Juha. 2009. "The structural transformation of the democratic corporatist model: The case of Finland." *Javnost–The Public* 16(4), 73–90. <https://doi.org/10.1080/13183222.2009.11009015>.

Herkman, Juha. 2016. "Populistiskandaalit uutena poliittisen skandaalin muotona: Esimerkkeinä Halla-ahon ja Immosen tapaukset." *Sosiologia* 53(4), 358–376.

Herring, Susan ja Ashley Dainas. 2017. "Nice Picture Comment!" Graphicons in Facebook Comment Threads. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences, Hilton Waikoloa Village, Hawaii. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2017.264>.

Isotalus, Pekka, Jari Jussila ja Janne Matikainen. 2018. *Twitter viestintänä: ilmiöt ja verkostot*. Tampere: Vastapaino.

Isotalus, Pekka ja Merja Almonkari. 2014. "Political scandal tests trust in politicians: The case of the Finnish minister who resigned because of his text messages." *Nordicom Review* 35(2), 3–16.

Jokinen, Arja. 1999. "Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen." Teoksessa *Diskurssianalyysi liikkeessä*, toimittaneet Jokinen, Arja, Kirsi Juhila ja Eero Suoninen, 126–159. Tampere: Vastapaino.

Jokinen, Arja, Kirsi Juhila ja Eero Suoninen. 2016. *Diskurssianalyysi: teorias, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino.

Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa. 1998. *Argumentti ja kritiikki: lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. Helsinki: Gaudeamus.

Kantola, Anu. 2011. *Hetken hallitsijat: julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Laaksonen, Salla-Maaria ja Essi Pöyry. 2018. "Pahastumista vai politiikkaa: Sosiaalisen median kohut affektiivisessä keskustelukulttuurissa." *WiderScreen* 3/2018: *Inhokki – The Dislikey*. Noudettu 20.10.2021 osoitteesta <http://widerscreen.fi/assets/Laaksonen-Pöyry-3-2018.pdf>

Lanham, Richard. 2010. *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago: University of Chicago Press.

Lee, Francis. 2018. "The Spillover Effects of Political Scandals: The Moderating Role of Cynicism and Social Media Communications." *Journalism & mass communication quarterly* 95 (3), 714–733. <https://doi.org/10.1177/1077699017723604>.

Markovits, Andrei ja Mark Silverstein. 1988. *The Politics of Scandal: Power and Process in Liberal Democracies*. New York: Holmes & Meier.

Midtbo, Tor. 2012. "Do Mediated Political Scandals Affect Party Popularity in Norway?" Teoksessa *Scandalous! The mediated construction of political scandals in four Nordic countries*, toimittaneet Allern, Sigurd ja Ester Pollack, 29–50. Göteborg: Nordicom.

Mäntynen, Anne ja Minna Sääsilahti. 2012. "Uusi retoriikka genrejen tutkimuksessa." Teoksessa *Genreanalyysi: tekstilajitutkimuksen käsikirja*, toimittanut Heikkinen, Vesa, 194–207. Helsinki: Gaudeamus.

Paasonen, Susanna. 2014. "Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit." *Media & Viestintä* 37(4), 22–39.

<https://doi.org/10.23983/mv.62836>.

Perelman, Chaïm. 1996. *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino.

Pollack, Ester, Sigurd Allern, Anu Kantola ja Mark Ørsten. 2018. "The New Normal: Scandals as a Standard Feature of Political Life in Nordic Countries." *International journal of communication* 12, 3087–3108.

Potter, Jonathan. 1996. *Representing reality: Discourse, rhetoric and social construction*. Lontoo: Sage.

Saarikoski, Petri. 2016. "Laita natsi asialle ja mene itse perässä!" Hitler-videomeemien historia ja anatomia." *WiderScreen 1-2/2016: Doomilaakson kevät*. Noudettu 20.9.2021 osoitteesta: <http://widerscreen.fi/assets/Petri-Saarikoski2-1-2-2016.pdf>.

Spinuzzi, Clay. 2003. *Tracing Genres through Organizations: A Sociocultural Approach to Information Design*. Cambridge: MIT Press.

Sumiala, Johanna, Katja Valaskivi, Minttu Tikka ja Jukka Huhtamäki. 2018. *Hybrid Media Events: The Charlie Hebdo Attacks and Global Circulation of Terrorist Violence*. Bingley: Emerald Publishing.

Thompson, John. 2000. *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity.

Vaccari, Cristian, Andrew Chadwick ja Ben O'Loughlin. 2015. "Dual Screening the Political: Media Events, Social Media, and Citizen Engagement." *Journal of communication* 65 (6), 1041–1061. <https://doi.org/10.1111/jcom.12187>.

Vorberg, Laura ja Anna Zeitler. 2019. "'This Is (not) Entertainment!': Media Constructions of Political Scandal Discourses in the 2016 US Presidential Election." *Media, culture & society* 41 (4), 417–432. <https://doi.org/10.1177/0163443719833288>.

Williams, Bruce ja Michael Delli Carpini. 2020. "The eroding boundaries between news and entertainment and what they mean for democratic politics." Teoksessa *The Routledge Handbook of Mass Media Ethics*, toimittaneet Wilkins, Lee ja Clifford Christians, 177–188. Florence: Routledge.

Zappen, James. 2005. "Digital Rhetoric: Toward an Integrated Theory". *Technical Communication Quarterly* 14 (3), 319–325. https://doi.org/10.1207/s15427625tcq1403_10.

Medialähteet

Ahteensuu, Marko. 2019. Käytätkö somedataa tutkimuksessasi?, haettu 27.10.2021 <https://vastuullinentiede.fi/fi/tutkimustyo/kaytatko-somedataa-tutkimuksessasi>.

Etiikka 2018. Sosiaalinen media ja tutkijan etiikka, etiikka.fi, haettu 28.10.2021 <https://etiikka.fi/tutkimusetiikka/sosiaalinen-media-ja-tutkijan-etiikka/>.

Iltalehden Facebook-sivu. Pääministeri Sanna Marinin (sd) ja tämän perheen yksityiskäyttöön hankitaan elintarvikkeita valtion varoista. Hankintojen laillisuus on kyseenalainen, facebook.com/iltalehti 25.5.2021, haettu 9.9.2021 <https://www.facebook.com/iltalehti.fi/posts/10159435515182430>.

Iltalehti. Näin Marinin aamiaiskohu syntyi – sekoilu pääministerin kansliassa jatkuu, iltalehti.fi 28.5.2021, haettu 9.9.2021 <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/fad3591c-2891-49c9-b69a-85c5f814c9e2>.

Iltalehti. Sanna Marinin perhe maksattaa perheensä aamiaiset verovaroista – kuitit salataan yksityisasiana, iltalehti.fi 25.5.2021, haettu 9.9.2021 <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/6454bc8a-f9ef-478e-9f42-74da97687153>.

Viitattu aineisto

Tviitti 1. Tviitti, jossa argumentoitiin aamiaiskohun olevan median luoma kohu, joka ei perustunut tosiasioihin. Tosiasiapuheena käytettiin kuvaa poliisin tviitistä.

Tviitti 2. Tviitti, jossa oli linkki videoon. Videossa oli yhdistetty musiikkia ja kuvastoa James Bond -elokuvasta, Kesärannasta, sodasta ja notkuvista ruokapöydistä.

Tviitti 3. Tviitti, jossa oli hobittimeemi. Lupa julkaisuun saatu. <https://twitter.com/WoodyW00dlegger/status/1399017022739132424>

Tviitti 4. Tviitti, jossa oli kuva Angela Merkelistä ruokaostoksilla. Lupa julkaisuun saatu. <https://twitter.com/KreusHarri/status/1400202513501016064>

Tviitti 5. Tviitti, jossa tuotiin esiin professorin näkemys ministeripalkkiolaista.

Tviitti 6. Tviitti, jossa oli linkki videoon. Videolla kuultiin dosentin näkemyksiä kohusta.

Tviitti 7. Tviitti, jossa käyttäjä toi ilmi asemansa aktivistina ja korruptiontutkijana. Lupa julkaisuun saatu. <https://twitter.com/penaolli/status/1399692654150041606>

Tviitti 8. Tviitti, jossa argumentoitiin, että kevät oli osoittanut journalismin voiman vallan vaihtokoirana. Lupa julkaisuun saatu. <https://twitter.com/taistoj/status/1401955754899353601>

Tviitti 9. Tviitti, jossa tuotiin esiin parodinen rahoitushakemus Suomen akatemialle.

Tviitti 10. Tviitti, jossa käytettiin Paavo Pesusieni -sarjakuvaa meeminä kuvaamaan tapoja, joilla Sipilä oli hyödyntänyt valtion varoja itseensä.

Tviitti 11. Tviitti erilaisista tavoista, joilla ateriakohuun osallistuttiin. Lupa julkaisuun saatu. <https://twitter.com/mamarkisti/status/1401115310221152259>

LIITTEET

Liite 1. Analyysityökalun pohja (mukaillen Jokinen 1999)

Keino	Hybridisyys	Muistiinpanot	Sisällöt	Sävy	Käyttäjät	Logiikka	Tviitin nro
<i>Tosiasiapuhe</i>							
<i>Yksityiskohdat/ narratiivit</i>							
<i>Kategoriat</i>							
<i>Määrällistäminen</i>							
<i>Ääri-ilmaisut</i>							
<i>Metaforat</i>							
<i>Konsensus/ asiantuntija</i>							
<i>Etäännytyt</i>							
<i>Puhujakategoria</i>							
<i>Liittoutumisaste</i>							
<i>Kontrastiparit</i>							
<i>Kolmen lista</i>							