

Jussi Pennanen

**VALMIIKSI
VALIKOITUA
UUTISVIRTAA
JOURNALISTISTEN JUTTUJEN
SOSIAALINEN KURATOINTI
REDDIT R/SUOMESSA**

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Toukokuu 2022

TIIVISTELMÄ

Jussi Pennanen: Valmiiksi valikoitua uutisvirtaa: Journalististen juttujen sosiaalinen kuratointi
Reddit r/Suomessa
Kandidaatin tutkielma
Tampereen yliopisto
Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma
Toukokuu 2022

Yleisön saatavilla olevien mediasisältöjen määrä on kasvanut viime vuosina huomattavasti. Samalla sisältöjen viidakoissa suunnistamisesta on tullut haasteellista. Tarjonnan setvimisen avuksi ovat tulleet algoritmit ja sosiaalinen media.

Samalla myös uutisten kuluttaminen on laajalti siirtynyt paperilta verkkoon. Sosiaalisesta mediasta ja keskustelupalstoista on tullut yleisölle välineitä, joiden avulla etsiä kiinnostavia sisältöjä.

Tämän tutkielman tavoitteena on tarkastella ilmiötä tutkimalla verkkoalusta Redditiin suomenkielistä keskustelupalstaa r/Suomi. Tutkimusongelmana on selvittää, millaisia journalistisia sisältöjä sivustolle jaetaan ja miten.

Aineistona on neljän vuorokauden poiminta r/Suomeen jaetuista uutislinkeistä. Menetelmänä on määrällinen sisällön erittely, jonka avulla eritellään, millaisia uutisaiheita ja -lähteitä sivustolla käytetään, sekä millaista suosiota sisällöt saavat. Tuloksia peilataan aiempaan tutkimukseen uutisista sosiaalisessa mediassa sekä sosiaalisen kuratoinnin käsitteeseen.

Tulokset osoittavat, että Reddit r/Suomeen jaetaan yhteiskunnallisiin ja poliittisiin aiheisiin keskittyvää journalismia, jonka lähteenä on usein perinteinen valtamedia. Saman aihepiirin sisällöt saavat myös yleisesti ottaen eniten huomiota. Uutisten aihepiirit muokautuvat valtamediaa. Sivustolla on tuhansia käyttäjiä, mutta linkkejä jakavat usein samat henkilöt.

Avainsanat: Reddit, r/Suomi, verkkokeskustelu, foorumi, keskustelu, sosiaalinen media, julkinen keskustelu, journalistiset sisällöt, jakaminen, diskurssi, analyysi, kehys, uutinen, kolumni, mielipide, ajankohtainen, sosiaalinen kuratointi, mediaympäristö, tiedonhankinta.

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 2 | TUTKIMUSASETELMA JA AIEMPI TUTKIMUS | 4 |
| 2.1 | Tutkimuskysymykset | 4 |
| 2.2 | Uutiset ja sosiaalinen media..... | 4 |
| 2.2.1 | Siirtymä sosiaaliseen mediaan | 4 |
| 2.2.2 | Sisältöjen jakamisen syyt..... | 5 |
| 2.2.3 | Uutissisältöjen tutkimus | 6 |
| 2.3 | Sosiaalinen kuratointi | 7 |
| 2.4 | Tutkimuskohteena Reddit | 9 |
| 2.4.1 | Aliredditit | 11 |
| 2.4.1 | r/Suomi | 12 |
| 3 | AINEISTO JA MENETELMÄ | 14 |
| 3.1 | Aineistona r/Suomeen jaetut sisällöt | 14 |
| 3.2 | Menetelmänä määrällinen erittely | 15 |
| 4 | TUTKIMUSTULOKSET | 18 |
| 4.1 | Uutisaiheet | 18 |
| 4.2 | Uutislähteet | 20 |
| 4.3 | Tykkäykset ja kommentit..... | 22 |
| 4.4 | Kuraattorina usein sama henkilö | 24 |
| 5 | JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA | 25 |
| 5.1 | Päätelmät tuloksista | 25 |
| 5.2 | Tutkielman arviointi ja jatkotutkimuskohteet..... | 27 |
| | LÄHTEET | 29 |

1 JOHDANTO

”Print is dead”, ennustettiin jo Ghostbusters-elokuvassa vuonna 1984¹. Sittemmin käsite *median murros* lienee tullut jo tutuksi toimittajaopiskelijoita laajemmallekin yleisölle. Journalismin tekemisen ja kuluttamisen käytännöt ovat mullistuneet 1900-luvun puolivälistä tähän päivään, mutta varsinkin 2000-luvun aikana muutos on kiihtynyt. Musta- valkoisista tupakantuoksun ja kirjoituskoneiden kilinän täyttämistä toimituksista on siirrytty älypuhelin- väriloiston ja VR-videoiden aikaan. Vaikka muutoksen ajanjakso ei historiallisesti katsoen ole pitkä, lienee teknologisesti kehittyneiden länsimaiden nuorempi sukupolvi jo niin tottunut digiympäristöön, että paperinen sanomalehti tuntuu useimmille enemmän museo- kuin käyttöesineeltä. Paperin vaihtuminen AMOLED-näyttöihin on silti muutoksena pieni, verrattuna siihen, mitä mediaympäristölle on abstraktimmissa mittakaavassa tapahtunut. Digitalisaation ja globalisaation kehityskaaret kiteyttävä internet on räjäyttänyt saatavilla olevien sisältöjen määrän.

Medianympäristön verkottuminen ja digitalisoituminen tarjoaa otollisia tutkimuskoh- teita journalismin tutkimukselle. Vaikka perinteistä valtamediajournalismia pidetään yhä erottamattomana osana demokraattista yhteiskuntaa, ovat mediatilat, toimitukset ja journalismin kuluttajat joutuneet monin tavoin muovautumaan mediaympäristön muutoksessa. Valtavien mediayritysten kasvattaessa asemaansa arkielämässämme tulisi pyrkiä ymmärtämään mekanismeja ilmiöiden taustalla. Tarkastelemalla uusia tapoja ku- luttaa ja tuottaa journalismia, voimme kenties havaita yhteiskunnallisia kehityskulkuja, jotka muuten jäisivät pimentoon. Tieteellisen tiedon tuottaminen mediankulutus- ja tuottamiskäytännöistä palvelee siten niin toimituksia kuin yhteiskuntaa ja yleisöjäkin.

Verkon sosiaalisista mahdollisuuksista ammentavien sivustojen ja sovellusten myötä, raja *kuluttajan* ja *tuottajan* välillä on hämärtynyt. Aiemmin vain passiivinen

¹ Ote Ghostbusters-elokuvasta (Youtube): https://www.youtube.com/watch?v=D3v_ogRaTf4

mediatarjontaa selaava myös yhä useammin tuottaa sisältöä esimerkiksi *sosiaaliseen mediaan*. Mediasisältöjen tarjonta on internetin ja sosiaalisen median vaikutuksesta kasvanut valtavasti. Usein puhutaankin *informaatiotulvasta*, jonka keskellä kahlaamisesta on tullut haastavaa. Niin kuluttajat kuin yrityksetkin ovat paradoksaalisen haasteen edessä: Mikä avuksi, kun mielenkiintoista mediaa on enemmän kuin koskaan, mutta kiinnostavien ja tärkeiden sisältöjen löytäminen on haastavaa?

Valmiiksi valikoitua sisältöä selaamalla tarpominen mediamassojen loppumattomassa suossa helpottuu. Yksi tapa valikointiin on tietokoneavusteinen algoritmi. Niiden toiminta pohjautuu muun muassa dataan, jota jätämme jälkeemme verkossa toimiesamme. Esimerkiksi Google Chromeen integroitu Discover poimii uutisvirrasta artikkelit, joiden se arvelee kiinnostavan selaimen käyttäjää. Toinen tapa valikointiin ovat toisten ihmisten suositukset. Kukapa meistä ei olisi tarttunut kirjaan tai elokuvaan kaverin kannustamana? Kuluttajan ja tuottajan roolin rinnalle onkin muodostunut yhä tärkeämmäksi myös sisältöjen *jakajan* rooli.

Kuten muitakin mediasisältöjä, myös uutisia luetaan ja jaetaan mediayhtiöiden omien verkkosivustojen lisäksi myös laajalti ympäri internetin sosiaalista mediaa ja keskustelupalstoja. Mediasisältöjen jakamista tarkastellut Mikko Villi (2011) käyttää tämäntyyppisestä sisältöjen jakamisesta ja valikoinnista suomenkielistä käsitettä *sosiaalinen kuratointi*. Käsite rinnastaa mediasisällön sosiaaliset jakamistavat taidemaailmaan, jossa kuraattorit valitsevat suuresta määrästä taidetta tarkoin valikoituja teoksia nähtäville gallerioihin. Esimerkiksi uutista jakaessaan ihminen siis kuratoi: toisaalta palvelee yleisöä säästäessään heidät valikoinnin vaivalta, mutta samalla myös luo lisäarvoa valikoimalleen sisällölle.

Tässä kandidaatintutkielmassa analysoin mediasisältöjen sosiaalista kuratointia tutustumalla suomenkieliseen keskustelusivustoon Reddit r/Suomi ja siellä jaettuihin journalistisiin sisältöihin. Tarkastelen, millaisia journalistisia sisältöjä sivustolle jaetaan ja vertailen tuloksia aiempaan tutkimustietoon.

Tutkimusaiheen valinta kumpuaa mielenkiinnostani internetin keskustelusivustojen muodostamiin yhteisöihin ja keskustelukulttuureihin. Olen kiinnostunut myös siitä, miten nykyaikaiset viestintävälineet ja viestinnän tavat vaikuttavat siihen, miten omaksumme tietoa ympäröivästä maailmasta ja levitämme sitä eteenpäin. Aiheen rajaaminen kandidaatin työn laajuiseksi tutkielmaksi vaatii tiukkaa rajausta, joten tällä kertaa käsiteltävänä on yksittäinen verkkokeskustelusivusto eivätkä esimerkiksi koko suomenkielisen internetin kaikki keskustelusivustot.

2 TUTKIMUSASETELMA JA AIEMPI TUTKIMUS

2.1 Tutkimuskysymykset

Tutkielman päätutkimuskysymys on: millaista journalismia verkkosivustolla Reddit r/Suomi jaetaan ja miten? Tutkin aiempaan tutkimukseen ja sosiaalisen kuratoinnin käsitteeseen peilaten, millaisia sivuston journalistiset sisällöt ja jakamisen käytännöt ovat.

Tarkentavina ja konkreettisempina alatutkimuskysymyksinä tarkastelen seuraavia:

1. Mitkä aiheet yhdistävät sivustolle jaettuja uutisia?
2. Mitä lähteitä jutuilla on?
3. Mitkä sisällöt keräävät suosiota?

Koska käsittelen tutkielmassa yksittäiselle verkkosivustolle jaettuja sisältöjä, suhteutan tuloksia aiempaan tutkimukseen. Se on oleellista laajemman yhteiskunnallisen perspektiivin saavuttamiseksi (ks. esim. Seppänen 2005, 144). Ilman tätä vertailevaa otetta tutkielma tuottaisi tietoa ainoastaan siitä, millaista sisältöä Reddit r/Suomeen jaetaan, eikä siitä, mitä väliä sillä on.

Tutkielman keskiössä on journalististen sisältöjen jakaminen verkkokeskustelupalstoilla ja sosiaalisessa mediassa. Seuraavissa luvuissa pureudun verkkokeskustelupalstoja, sosiaalista ja perinteistä mediaa käsittelevään tutkimukseen sekä esittelen tarkemmin sisältöjen jakamiseen liittyvän käsitteen sosiaalinen kuratointi.

2.2 Uutiset ja sosiaalinen media

2.2.1 Siirtymä sosiaaliseen mediaan

Journalismin siirtyessä yhä enemmän verkkoon, tavat lukea ja kuluttaa uutisia ovat muuttuneet. Yksi suurimmista muutoksista on, että sosiaalisesta mediasta on kehkeytynyt yhä merkittävämpi uutislähde (Newman ym. 2021, 9; Walker ja Matsa 2021). Ennustus printin kuolemasta näyttää hiljalleen käyvän toteen, vaikkakin Suomessa Yhdysvaltoja hitaammin. Siinä missä 31 prosenttia suomalaisista lukee yhä paperista lehteä,

Yhdysvalloissa ja Iso-Britanniassa selluloosaisia sivuja selailee enää 15 prosenttia väestöstä (Newman ym. 2021, 14).

Villin ja Matikaisen (2013, 31) mukaan sosiaalisessa mediassa jaettuina sanomalehtijuttuja luki viikoittain 34 prosenttia ja aikakauslehtien sisältöjä 23 prosenttia suomalaisista. Tuoreemman tutkimuksen mukaan noin puolet amerikkalaisista lukee uutisia sosiaalisesta mediasta ajoittain: 19 prosenttia usein ja 29 prosenttia silloin tällöin. 24 prosenttia vastanneista ei lue uutisia sosiaalisen median kautta koskaan ja 19 prosenttia lukee vain harvoin. Peräti 9 prosenttia tutkimukseen osallistuneista ei kuluta uutisia digitaalisessa muodossa ollenkaan. (Walker ja Matsa 2021, 3.)

lällä on yhteys siihen, mistä lähteestä uutisia luetaan. Nuorten pääasiallinen uutislähde on yhä useammin sosiaalinen media (Newman ym. 2021; Alma media 2019, 1; Walker ja Matsa 2021, 6). Suomalaisten nuorten suosituimmat alustat uutisten kuluttamiseen ovat sosiaalisen median sovellukset Instagram, Youtube, Facebook ja Whatsapp (Nuoret ja mediakulutus 2019, 10).

Walkerin ja Matsan (2021, 4) tutkimukseen vastanneista 17 prosenttia oli Reddit-käyttäjiä, ja heistä seitsemän prosenttia vastasi lukevansa sivuston kautta uutisia säännöllisesti. Facebook oli tutkimuksen mukaan suosituin alusta uutisten lukuun. Sitä käytti 66 prosenttia vastanneista, joista 31 prosenttia myös luki säännöllisesti uutisia sivustolta. Naiset lukevat miehiä tyypillisemmin uutisia Facebookista, mutta valtaosa Redditistä säännöllisesti uutisia lukevista on miehiä. (em. 6).

2.2.2 Sisältöjen jakamisen syyt

Tutkielman kannalta kiinnostavaa on myös se, miksi journalistiset sisällöt siirtyvät enemmän ja enemmän sosiaalisen median jakelukanaviin eli miksi ihmiset ylipäättään jakavat uutisia. Asiaa voi lähestyä perustarpeiden näkökulmasta: yksilöllä on tarve itseilmaisuuksiin ja halu tulla kuulluksi. Mitä enemmän jaamme tietynlaista sisältöä, sitä enemmän meidän nähdään osana jotakin, mitä jakamamme sisältö edustaa. Näin ajatellen uutisten jakaminen on siis eräänlainen itseilmaisun muoto ja sosiaalinen media on kätevä kanava saada näkyvyyttä. (Noguera-Vivo 2018, 150–151.)

The New York Timesin tekemässä tutkimuksessa (2011, 22) jakamisen syitä on viisi: 1) haluamme jakaa arvokasta ja viihdyttävää sisältöä muille, 2) haluamme erottua muista, 3) haluamme parantaa ja hoivata ihmissuhteitamme, 4) haluamme toteuttaa itseämme ja 5) haluamme levittää tietoa asioiden laadusta tai syistä. Myös yhteisöllisyyden lisääminen tai yhteisön rakentaminen, johon kolmannen kohdan voi ajatella kytkeytyvän, on todennäköinen syy sisältöjen jakamiselle. Sosiaalinen media perustuu yhteisölliselle toiminnalle, ja perinteisen median sisällöt ovat sen ”elinehto ja käyttövoima” (Villi 2011, 55).

2.2.3 Uutisisältöjen tutkimus

Kun halutaan tietää, millaiset journalistiset jutut ovat suosittuja sosiaalisessa mediassa, on hyvä myös pohtia, millaisia journalistisia sisältöjä ylipäätään on olemassa ja millaista niiden suosio on. Yksi tapa on luokitella juttuja aihealueen mukaan. Tutkimusta, jossa journalistisia sisältöjä on luokiteltu *uutisaiheiden* perusteella, on tehty jonkin verran. Laajin suomalainen uutisaiheisiin paneutunut tutkimusprojekti lienee *Suomalaisen median vuosiseuranta* (Suikkanen, Holma ja Raittila 2012). Projektissa tutkittiin kaikkiaan 18 eri uutismedian sisältöjä vuosina 2008, 2010 ja 2012.

Tutkimuksessa havaittiin suomalaisen uutismedian käsittelemien aiheiden pysyvän suhteellisen vakioina, aiheiden prosenttiosuudet pysyivät koko seurannan ajan lähes tai täysin muuttumattomana. Tutkimuksen perusteella yleisimpiä aiheita suomalaisessa uutismediassa ovat vapaa-ajan aiheet, joiden osuus on noin 20 prosenttia aineistosta. Heti perässä tulevat politiikan ja talouden aihealueet. Myös turvallisuus, johon kuuluu muun muassa rikosuutisointi, on tyypillinen aihealue suomalaisessa mediassa. (emt., 13–14.) Verkossa rikos ja onnettomuusaiheet painottuivat erityisesti (emt., 44).

Uutisaiheisiin perustuvaa määrällistä luokittelua ovat tehneet myös muun muassa Kivioja (2008), tutkiessaan iltapäivälehtien sisältöjen muutosta, sekä pro gradu -tutkielmassaan myös esimerkiksi Vanninen (2009) ja Nykänen (2010). Tulokset ovat aihealueiden osalta yleisesti ottaen samansuuntaisia yllä esitellyn seurantatutkimuksen kanssa. Kiviojan (2008, 63–65) mukaan iltalehdet uutisoivat erityisesti rikosaiheista, mutta myös

viihde sekä talous ja yhteiskunta ovat aihealueina suosittuja. Myös Iltalehden verkkouutisointiin keskittyneen Nykäsen (2010, 26) mukaan rikosaiheiset uutiset olivat suosittuja. Vannisen (2009, 132) tutkimuksessa verkkouutisoinnissa painottuivat rikokset ja urheilu, kun taas sanomalehdissä talous ja politiikka.

2.3 Sosiaalinen kuratointi

Tämän tutkielman keskeisimpänä käsitteenä on jo johdannossa mainittu sosiaalinen kuratointi. Käsite rinnastaa taidemaailmasta tutun kuratointi-termin sosiaalisen median sisältöjen jakamiseen. Suomessa sosiaalisen kuratoinnin käsitteen on esitellyt journalistikan professori ja tutkija Mikko Villi. Villi esittää artikkelissaan *Sosiaalinen kuratointi verkossa*, ettei sisällöntuotanto ei ole hyödyllisin näkökulma ymmärtää yleisön uutta roolia mediaekosysteemissä. Olennaisempaa etenkin perinteisen median näkökulmasta on se, miten ihmiset valitsevat ja jakavat muiden tuottamia sisältöjä eli sosiaalisesti kuratoivat niitä. (Villi 2011.)

Sosiaalinen kuratointi ei Villin mukaan ole varsinaisesti teoreettinen malli, vaan käsitteellinen teema. (Villi 2011, 48). Tulkitsen tämän siten, ettei kukaan yksittäinen tutkija ole ikään kuin lanseerannut käsitettä tieteen käyttöön eikä sen tarkkaa alkuperää ole näin ollen helppo paikallistaa. Kuratointia mediankäytön kontekstissa ovat kuitenkin käsitelleet monet, muun muassa kirjan *Curation Nation: How to Win in a World Where Consumers are Creators* (2011) kirjoittanut Steven Rosenbaum sekä Jessica Clark ja Patricia Aufderheide artikkelissaan *Public Media 2.0: Dynamic, Engaged Publics* (2009).

Taidegallerian kuraattori poimii suuresta määrästä teoksia sellaiset, jotka hänen mielestään ansaitsevat tulla nähdyksi suuremmalle yleisölle. Rosenbaumin (2011, 4) mukaan kuratoinnissa on oleellista se, että ihmisten tekemä laadullinen arviointi luo lisäarvoa heidän kokoamaansa ja järjestelemäänsä sisältöön.

Sosiaalisessa kuratoinnissa lisäarvoa luodaan esimerkiksi sosiaaliseen mediaan linkattuun uutiseen. Käytännössä se tarkoittaa esimerkiksi sitä, että uutinen tavoittaa yleisön, jota se ei olisi tavoittanut ilman ihmisen tekemää jakamista. Toisaalta sosiaalinen kuratointi voi tuottaa lisäarvoa sisällölle myös siten, että uutisen jakaminen tekee sen

kuluttamiskokemuksesta kokonaisvaltaisemman jakajalle (ks. esim. Villi 2011, 55; Noguera-Vivo 2018, 150). Laveasti ajateltuna lisäarvon voinee tulkita olevan mitä vain selaista, mitä uutiselle syntyy sosiaalisessa kuratoinnissa, mutta mikä jäisi syntymättä, jos kuratointia ei tapahtuisi.

Clarkin ja Aufderheiden (2009, 6–7) mukaan mediasisältöjen kuratoinnissa on kyse siitä, että käyttäjät kokoavat, valikoivat, ja arvioivat sisältöjä sekä jakavat niitä erilaisille verkkoalustoille. Koneet ja algoritmit osaavat koota informaatiota, mutta nimenomaan ihmisten toisilleen tekemä sisällön arvioiminen ja valikointi erottaa sosiaalisen kuratoinnin sisällön kokoamisesta, jakelusta tai automatisoidusta valikoinnista (Rosenbaum 2011, 3–4; Villi 2011, 48–50). Jakaessaan uutisen Reddit r/Suomeen, sivuston käyttäjä valikoi yhden jutun isommasta joukosta uutisia ja arvioi sen olevan sellainen, että muidenkin r/Suomen käyttäjien tulisi se nähdä.

Sisältöjen suositteluissa eteenpäin ei ilmiönä ole varsinaisesti mitään uutta. Ihmiset ovat vuosisatoja jakaneet toisilleen tietoa heitä itseään kiinnostavista asioista tai asioista, joiden he arvelevat kiinnostavan muita. Ennen digitaalisia viestintävälineitä, suosituksia kiinnostavista TV- ja radio-ohjelmista tai sanomalehtijutuista jaettiin suullisesti, puhelimitse tai kirjein.

Keskeinen ero aiempaan on kuitenkin se, että digitaaliset viestimet mahdollistavat sisältöjen helpon ja suoran jakamisen, pelkän sanallisen kuvailun sijaan. Suoran jakamisen kentällä sähköposti avasi pelin, mutta digitaalisen sisällön sosiaalisen kuratoinnin alkuketket voisi toisaalta paikallistaa myös 2000-luvun alun bloggareiden toimintaan. (Villi 2011, 46.) Vaikka kaikki edellä mainitut vanhemman teknologian viestintävälineet ovat toki yhä käytössä, lienee oleellista (ja lähes itsestään selvää), että sosiaalinen kuratointi on älypuhelin- ja sosiaalisen median kehittymisen myötä aikana laajentunut ja hajaantunut valtavasti.

2.4 Tutkimuskohteena Reddit

Tutkielman keskiössä oleva verkkosivusto Reddit on hyvin suosittu *verkkofoorumi* tai sosiaalisen median alusta, jonka käyttäjät keskustelevat nimimerkein erilaisista aiheista. Maaliskuussa 2022 Reddit.com oli Alexa internet -data-analyysiyhtiön mukaan maailman neljänneksitoista vierailuin nettisivu ja Yhdysvalloissa kuudenneksi vierailuin. Vuonna 2021 sivustolla vieraili kuukausittain noin 1,7 miljardia käyttäjää (Alexa Internet 2022). Redditissä käsiteltävät aiheet kattavat käytännössä kaiken mahdollisen, mitä kuvitella saattaa – ja enemmänkin.

Vaikka sivusto tarjoaa kaikille kaikkea, käyttäjäkunta painottuu nuoriin (Statista 2021). Suurin osa käyttäjistä on valkoisia miehiä (70 %) sekä keskimääräistä useammin korkeakoulutettuja ja liberaaleja (Straub-Cook 2018, 1316). Säännöllisesti Redditin välityksellä uutisia seuraavista kaksi kolmasosaa on miehiä (Walker ja Matsa 2021, 6).

Suomenkielisen Redditin käyttäjäkunnasta ei ole akateemista tutkimustietoa, mutta r/Suomi aliredditissä järjestetty käyttäjäkysely (Reddit r/Suomi 2021) viittaa sen mukaillevan kansainvälisiä painotuksia. Kyselyn mukaan 43 prosenttia käyttäjistä on 26–35-vuotiaita ja 19 prosenttia 22–25-vuotiaita. Noin 80 prosenttia vastanneista on miehiä ja yli neljäsosa on joko valmistunut korkeakoulusta tai suorittaa korkeakoulututkintoa. Kyselyn otos on 1192 vastausta.

Käyttäjäkyselyssä tiedusteltiin myös puoluekantoja. Noin 19 prosenttia vastaajista ilmoitti äänestäneensä Vihreää liittoa vuoden 2021 kuntavaaleissa. Vasemmistoliittoa äänesti 12 prosenttia, Kansallista Kokoomusta 11 prosenttia, Perussuomalaisia 10 prosenttia ja Suomen Sosiaalidemokraattista puoluetta 8 prosenttia. Suomen Keskustaa äänesti 3 prosenttia. Vastaajista 20 prosenttia ei äänestänyt vaaleissa ollenkaan. (emt.)

Suomenkielistä tutkimusta Redditiä on toistaiseksi vähän. Reddit-keskusteluja tutkimuksissaan on kuitenkin hyödyntänyt esimerkiksi Vaahensalo (2021), joka keräsi aineistoa Redditin lisäksi Ylilaudalta ja Tumblrista. Vaahensalo tarkasteli verkkopalstojen sisältöjä toiseuttavan keskustelun näkökulmasta. Hänen mukaansa verkkokeskustelukulttuureissa toistuivat muun muassa huumoriin, valta-asemaan ja kansallisidentiteettiin

pohjaavat toiseuttavan verkkokeskustelun muodot sekä vertaistuellinen toiseuttaminen. Myös Tapanila (2021) käsitteli Redditiä pro gradu -tutkielmassaan naisoletettujen videopelaajien ja fanien tietokäytännöistä r/gaming ja r/girlgamers aliredditeissä.

Muita suomenkielisiä anonyymejä keskustelupalstoja, kuten Ylilauta, Suomi24 ja erilaiset foorumit, on tutkittu enemmän. Esimerkiksi Harju (2019) tutki anonyymien keskustelupalstojen luonnetta keräämällä aineistoa Ylilaudalta ja Suomi24-foorumilta. Harjun mukaan kummastakin on löydettävissä yhteiskunnallisesta keskustelusta marginalisoitunutta käyttäjäjoukkoa, ja verkkoalustoja yhdistää vertaisuuteen pohjaava keskustelu ja yhteisöllisyys. Vaikuttaa siltä, että suomenkielinen anonyymejä keskustelupalstoja käsittelevä tutkimus onkin kohdistunut erityisesti sivustojen keskustelukulttuureihin ja käytäntöihin.

Pitkälti tätä tutkielmaa muistuttavasta asetelmasta on kuitenkin tehty yhdysvaltalais tutkimus *Source please?* (Straub-Cook 2018), jossa tarkasteltiin millaista aineistoa aliredditiin r/Seattle jaetaan ja millaisia lähteitä r/Seattlen käyttäjät hyödyntävät sisältöjä jakaessaan. Toisin kuin tässä tutkielmassa, Straub-Cookin tutkimuksen rajauksena eivät ole ainoastaan perinteisen median uutisisällöt, vaan kaikki palstalle jaetut yhteisöviestintään liittyvät linkit.

Straub-Cookin (2018) havaintojen perusteella *perinteisen median* lisäksi myös muuntyyppiset tietolähteet ovat suosittuja Redditiin keskustelupalstoilla. Tutkimuksen kahden vuoden ajalta kerätyistä 1781 linkistä noin 80 prosentin lähde oli jokin muu kuin perinteinen media. Vaikka *vaihtoehtoisten medioiden* (blogit, Wikipedia, meemit jne.) osuus aineistosta oli 35 prosenttia, vaihtoehtoisten uutismedioiden osuus oli kuitenkin yhteensä vain 6 prosenttia. Perinteisen median osuus kaikista tietolähteistä oli 21 prosenttia. Loput 39 prosenttia linkeistä olivat jotakin muuta, kuten tutkimusartikkeleita, käyttäjien tekemää alkuperäistä sisältöä, viranomaistiedotteita ja niin edelleen. (Straub-Cook 2018, 1322–1323.)

2.4.1 Aliredditit

Reddit jakautuu erilaisiin yhteisöihin ja niiden keskustelupalstoina toimiviin alafoorumeihin, joita sanotaan *aliredditeiksi* (eng. *subreddit*). Aihe voi olla mikä hyvänsä pieni tai suuri asia. Esimerkiksi kissakuville ja -videoille löytyy kymmeniä eri aliredditejä (Reddit 2022a). Kuka tahansa Redditiin käyttäjä, jolla on yli 30 päivää vanha käyttäjätili, voi perustaa aliredditin tai jakaa sisältöä aliredditiin. Aliredditeillä on omat sääntönsä ja moderaattorinsa, jotka ohjaavat sivustolla käytävää keskustelua ja sinne jaettuun sisältöön.

Aliredditiin lähetetyn aloitusviestin alapuolisten kommenttien muodostamaa viestiketjua kutsutaan joskus myös aiheeksi tai langaksi. Muilla käyttäjillä on mahdollisuus äänestää tykkäyksin eli ylä- ja alapeukin siitä, mistä sisällöstä he pitävät ja mistä eivät. Tykkäysten ja kommenttien määrä säätelee sitä, mitkä sisällöt saavat näkyvyyttä sivustolla. Sisältöjä on kuitenkin myös mahdollista selata siten, että uusimmat postaukset näkyvät ensimmäisenä.

Oleellinen tykkäyksiin ja kommentteihin liittyvä asia on *karma*. Karma on eräänlainen pisteytysjärjestelmä, joka kertoo kuinka aktiivinen tai suosittu kukin Reddit-käyttäjä on. Paljon tykkäyksiä ja kommentteja keräävät postaukset tuottavat käyttäjälleen paljon karmaa. (Reddit 2022b.)

Suosituimmilla aliredditeillä on kymmeniä miljoonia tilaajia. Esimerkiksi aliredditillä *r/funny* on lähes 35 miljoonaa tilaajaa ja *r/worldnews* aliredditillä noin 25,6 miljoonaa tilaajaa (Metrics For Reddit 2022). Tilaaja tai jäsen (englanniksi *subscriber*) tarkoittaa rekisteröitynyttä käyttäjää, joka painanut aliredditin tilausnappia, ja saa aliredditin sisällöt Reddit-etusivulleen.

2.4.1 r/Suomi

Tämä tutkielma käsittelee aliredditiä r/Suomi (<https://www.reddit.com/r/Suomi/>), joka on suurin suomenkielinen alireddit. Toiston ja hieman kömpelön suomennoksen vuoksi saatan tässä tutkielmassa alireddit-termin lisäksi käyttää myös nimityksiä palsta, foorumi tai sivusto. R/Suomi on ollut olemassa vuodesta 2009 ja sillä on tällä hetkellä noin 216500 tilaajaa. Aktiivisten eli yhtäaikaisten käyttäjien määrä pyörii havaintojeni mukaan tyypillisesti noin kahden ja kolmen tuhannen välillä. Laskuri näkyy sivuston oikeassa ylälaudassa.

R/Suomi on anonyymi ja kaikille avoin keskustelufoorumi. Sen käyttäjäkunta ei siis rajoitu mihinkään tiettyyn erityisryhmään, kuten tietyn lajin harrastajat, vaan keskustelualue on tarkoitettu kaikille suomalaisille ja suomen kieltä käyttäville. Kuvausteksti on seuraava: ”Suomenkielinen keskustelualue Redditissä. The Finnish subreddit for natives and proficient users of the language.” (Reddit r/Suomi 2022.)

Kiinnittymättömyys mihinkään erityisryhmään mahdollistaa, että r/Suomeen sosiaalisesti kuratoidut journalistiset sisällöt voivat olla millaisia tahansa. Se tekee sivustosta otollisen kohteen tutkimukselle. Palstalle jaetaan päivittäin jopa kymmeniä linkkejä journalistisiin sisältöihin. Kun mahdollisuudet ovat mihin vain, millaisiin aiheisiin päädytään?

R/Suomessa jaettavaa sisältöä ja keskustelua koskevat yhteisön määrittelemät säännöt, joita moderaattorit valvovat. Sääntöjä on seitsemän (Reddit r/Suomi 2022):

1. Tule toimeen muiden kanssa
2. Pysy aiheessa
3. Puhu totta
4. Vältä nollakommentteja
5. Uudet aiheet: Käytä selkeää otsikkoa
6. Uudet aiheet: Postaa hyvää sisältöä
7. Uudet aiheet: Älä pelkästään mainosta

Tämän tutkielman kannalta 5. sääntö on erityisen oleellinen, sillä sitä on tarkennettu seuraavasti: ”Ketjun aiheen tulee selvitä otsikosta. Älä myöskään editoi uutisotsikoita. Voit tarkentaa huonoa otsikkoa, kuten klikkiotsikkoa, [hakasulkujen] sisään.”

Reddit r/Suomeen jaetut uutisjutut tulee siis jakaa alkuperäisellä otsikolla. Jaettuihin linkkeihin ei ole yleensä tapana lisätä minkäänlaista alustusta, vaan uutisen ja otsikon annetaan ”puhua puolestaan”, ja varsinainen keskustelu aiheesta alkaa vasta aloituspostauksen jälkeen.

Keskustelua ohjaavat myös koko Redditiä koskevat säännöt, joissa muun muassa kannustetaan ihmisiä kunnioittavaan, hyökkäämättömään ja väkivallattomaan keskusteluun (Reddit 2022c). Alustaa moderoidaan myös koulutettujen ammattilaisten toimesta, sekä automatisoidun koneoppimisen keinoin (Vaahensalo 2021, 7). Kaiken kaikkiaan voidetaa todeta, että r/Suomen säännöt sallivat ainakin periaatteessa erittäin vapaan keskustelun aiheesta kuin aiheesta. Käytännössä moderaattorien harjoittamia käytäntöjä on mahdoton tietää tarkoin.

3 AINEISTO JA MENETELMÄ

3.1 Aineistona r/Suomeen jaetut sisällöt

Tutkielman aineistona ovat Reddit r/Suomeen jaetut journalistiset sisällöt. Sivustolle jaetaan päivittäin useita linkkejä perinteisen median tekemiin uutis- ja mielipidejuttuihin. Linkkien jakaminen vaikuttaa olevan yleisin tapa, jolla sivustolle luodaan keskustelua. Jaettujen uutislinkkien suosio vaihtelee huomattavasti: osa linkeistä ei kerää keskustelua tai tykkäyksiä ollenkaan, osa taas kerää satoja tai jopa tuhansia kommentteja ja tykkäyksiä.

Uutissisältöjen lisäksi linkkejä jaetaan myös muihin internetin sisältöihin, kuten meemeihin, Youtube-videoihin, Twitter-viesteihin ja niin edelleen. Näiden lisäksi palstalle jaetaan myös jonkin verran käyttäjien itse tuottamaa, niin sanottua alkuperäistä (UGC, *user generated content*) sisältöä. (kts. esim. Villi 2011, 52). Käyttäjien tuottamalla sisällöllä tarkoitan tässä tapauksessa esimerkiksi käyttäjän itsensä ottamia kuvia tai vaikkapa suoraan sivustolle tehtyjä mielipidekirjoituksia.

Tässä tutkielmassa rajaan aineiston koskemaan ainoastaan Reddit r/Suomeen jaettuja journalistisia sisältöjä. Myös mielipiteelliset journalistiset tekstit, kuten kolumnit ja pääkirjoitukset, ovat mukana tarkastelussa, sillä ne ovat kytköksissä käsitelyihin uutisaiheisiin. Lisäksi mielipiteellisten tekstien sisällyttäminen luo tietoa myös tämällytyyppisten tekstien merkityksestä r/Suomessa.

Keräsin sivustolle jaettuja uutisjuttuja neljän vuorokauden ajalta. Aineistoa kertyi yhteensä 91 jaetun jutun verran (N=91). Myönnettäköön heti alkuun, että otos voisi olla huomattavasti suurempikin. Kandidaatin työn laajuuden ja käsityönä tapahtuneen aineiston poiminnan huomioon ottaen päädyin neljään vuorokauteen. Hajautin nämä neljä vuorokautta ajallisesti, jotta otokseen valikoituisi juttuja suuremmalla hajonnalla. Reddit r/Suomeen jaetut uutisjutut ovat yleensä erittäin ajankohtaisia, joten esimerkiksi yksittäisen viikon ajalta poimitut uutisaiheet todennäköisesti toistuisivat otoksessa huomattavasti. Tämä hämärtäisi tutkielman asetelmaa, jonka tarkoituksena on luoda yleiskuva siitä, millaisia journalistisia sisältöjä Reddit r/Suomeen jaetaan yleisesti, ei millaisia

sisältöjä Reddit r/Suomeen jaetaan esimerkiksi Venäjän aloittaessa sodan Ukrainan kanssa.

Poimin aineiston vuoden 2021 marraskuusta vuoden 2022 helmikuuhun, sisällyttäen jutut jokaisen kuukauden toiselta keskiviikolta eli päiviltä 10.11.2021, 8.12.2021, 12.1.2022 ja 9.2.2022. Tietyn viikonpäivän valintaan ei liity mitään erityisiä kriteerejä, pointtina on lähinnä se, että päivät ovat yhtä kaukana toisistaan. Poimin jutut kultakin päivältä koko vuorokauden ajalta eli väliltä kello 00:00:00 ja 23:59:59.

Käytin aineiston keräämiseen Redditin ulkopuolista palvelua Pushshift Reddit Search². Päädyin valintaan, sillä Redditin omaa hakukonetta käyttämällä r/Suomen sisältöjä voi selata taaksepäin vain noin kuukauden päähän, eikä myöskään sisältöjen hakeminen tietyiltä päiviltä ei ole mahdollista. Sisällöt eivät kuitenkaan katoa mihinkään, ellei niitä poisteta moderaattorin tai postauksen tekijän toimesta, joten vanhemmatkin sisällöt ovat löydettävissä, jos niihin tietää linkin, tai niitä hakee ulkopuolisella hakukoneella. Ulkopuolista sivustoa käytettäessä sisältöjen rajaaminen filtereillä (koskemaan esimerkiksi ainoastaan uutisia) ei ollut mahdollista, joten aineisto oli lajiteltava käsin.

3.2 Menetelmänä määrällinen erittely

Tarkastelin sivustolle sosiaalisesti kuratoituja uutislinkkejä määrällisesti *sisällön erittelyn* keinoin. Metodien pioneeri suomalaisella mediatutkimuskentällä on Veikko Pietilä teoksella *Sisällön erittely* (1973). Sisällön erittelyn keskeinen tavoite on kuvailla aineistoa ja tuoda olennainen esiin, jäsentämällä sisältö siten, että joku toinen tutkija voi toistaa tutkimuksen samalla luokittelurungolla (Hakala ja Vesa 2013, 218). Aineistoksi sisällön erittelyyn kelpaavat mitkä vain inhimillisen toiminnan tuotteet, joita voidaan pitää luonteeltaan esittävinä (Pietilä 1973, 7).

² Pushshift Reddit Search -hakukoneen verkko-osoite: redditsearch.io. Haettu 4.4.2021.

Pietilän (1973) määrittelyn perusteella menetelmä sopii siis hyvin myös verkkokeskusteluihin, jotka hyvin kirjaimellisesti ovat ihmisten tuottamaa kirjallista aineistoa. Metodi sopii keskustelupalstan tutkimiseen myös siksi, että määrällistä sisällön erittelyä hyödyntäen yksittäisen keskustelufoorumien sisältöjä voi tarkastella laajassa yleiskuvassa. Miten erittely sitten käytännössä tapahtuu? Hakalan ja Vesan (2013, 220) mukaan: ”Konkreettisesti määrällisessä erittelyssä luokitellaan ja lasketaan esimerkiksi tekstin sisältämiä aiheita, toimijoita ja mielipiteitä sekä näiden välisiä suhteita”.

Sisällön erittelystä käytetään joskus myös nimityksiä *sisällön luokittelu* tai *sisällönanalyysi*. Käsitteillä voi olla tutkijasta ja tutkimuksesta riippuen määritelmällisiä eroja, mutta peruseriaate on sama. Esimerkiksi Seppänen (2005, 142) kiteyttää asian yksioikoisesti puhuessaan sisällönanalyysistä: se on tekstin tai kuvien muuttamista numeroiksi eli määrällisiksi piirteiksi. Määrällisistä piirteistä puhumisen sijaan kuvaava termi voisi olla myös määrällinen data. Tällöin voisi sanoa, että sisällön erittely on tutkittavan aineiston muuttamista määrälliseksi dataksi, jota voidaan tulkita esimerkiksi tilastotieteen keinoin.

Tässä tutkielmassa luokittelin aineistona olevat uutislinkit aiheiden, lähteinä käytettyjen uutismedioiden sekä linkkien keräämien tykkäysten ja kommenttien mukaan. Lisäksi merkitsin, mitkä jaetuista jutuista olivat mielipiteellistä sisältöä, kuten pääkirjoituksia. Tein luokittelun käsin, muodostamani luokittelurungon mukaan. Uutisaiheluokittelun jälkeen siirsin aineiston tilastomuotoon. Tutkielman määrälliset tulokset, kuten uutisaiheiden jakautuminen prosentteina, on laskettu SPSS-taulukkolaskentaohjelmistolla.

Uutisaiheiden erittelyyn hyödynnän Suikkasen, Holman ja Raittilan (2012, 14) käyttämiä pääkategorioita soveltuvien osin ja yksinkertaistaen. Tämän aineiston otoskoko on huomattavasti heidän käyttämänsä aineistoa pienempi, joten uutisia ei ole järkevää eritellä yhtä moneen spesifiin luokkaan. Tekemääni luokitteluun vaikutti myös käyttämäni pienehkö otos. Välttääkseni luokkia, joihin ei tule yhtään uutista, yhdistelin aiheita saadakseni tuloksista kuvaavampia. Esimerkiksi Suikkasen, Holman ja Raittilan (2012) käyttämän vapaa-aika kategorian sijaan muodostin kategorian kulttuuri ja urheilu. Tein myös kategorian liikenne, sillä aineistossa oli huomattava määrä liikenneaiheisia uutisia.

Lopulliset uutisaiheluokat, joita hyödynnän tutkimuksessa ovat seuraavat:

- 1) Poliitiikka ja yhteiskunta
- 2) Talous ja yritykset
- 3) Rikokset
- 4) Teknologia
- 5) Terveys ja Sairaus
- 6) Kulttuuri ja urheilu
- 7) Liikenne
- 8) Muu

Tein uutisaiheluokista mahdollisimman selkeitä välttääkseni ristiriitatilanteita, joissa ei ole selkeää, millaista aihetta juttu edustaa. Siitä huolimatta rajanveto eri uutisaiheiden on hetkittäin haastavaa, joten luokittelussa on pakko tehdä tulkintoja (emt., 15). Tämän tutkielman tapauksessa niputin esimerkiksi verotusta koskevat uutiset politiikka-aiheen alle, talousuutisten sijaan. Poliitikkojen yksityiselämää käsittelevät uutiset tulkitsin viihdeuutisen sijaan politiikkaa käsitteleväksi uutiseksi. Poliitikko on poliitikko vapaallakin: hänen tekemillään valinnoilla ja niiden uutisoinnilla on poliittisia vaikutuksia. Päädyin ratkaisuihin osin aiempien tutkimusten ja osin oman tulkintani perusteella. Mitään yksiselitteisiä tai valmiita ratkaisuja tämältyyppisten valintojen tekemiseen ei ole, lopullinen vastuu tulkinnoista lankeaa tutkijalle.

Jätin osan r/Suomeen jaetuista uutislinkeistä pois käsiteltävästä aineistosta, sillä ne eivät soveltuneet osaksi tutkielmaa. Esimerkiksi erittäin suosituille tai usein toistuville aiheille on joskus omat keskusteluketjuna, jolloin vaikkapa koronaviruksesta tai Ukrainan sodasta käytävä keskustelu pyritään pitämään sivustolla omissa ketjuissaan. Tällaisia erillisiä keskusteluketjuja ei tämän tutkielman puitteissa ole mahdollista huomioida, sillä linkkien jakaminen sille jo osoitettuun keskusteluun eroaa uuden keskusteluketjun aloittamisesta. Tällaiset yksittäiset laajaa keskustelua herättävät aiheet myös vääristävät jaettujen uutisaiheiden jakautumista, kun tarkastelua halutaan tehdä yleisellä tasolla.

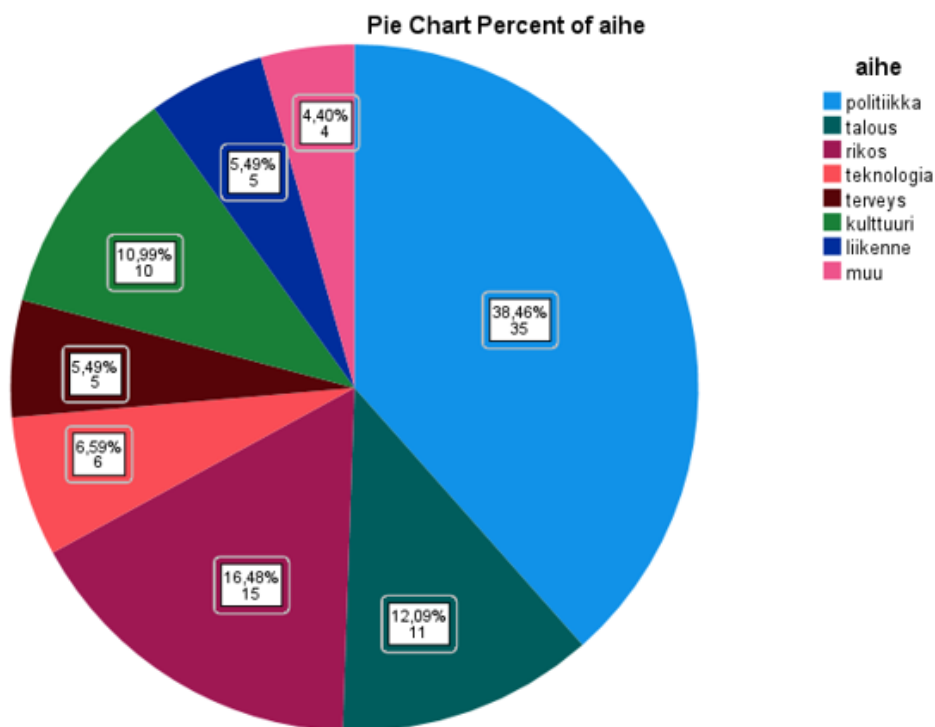
4 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa vastaan aineiston perusteella tutkielmani päätutkimuskysymyksen ”Millaista journalismia verkkosivustolla Reddit r/Suomi jaetaan ja miten?”, sekä tarkentaviin alatutkimuskysymyksiin:

1. Mitkä aiheet yhdistävät sivustolle jaettuja uutisia?
2. Mitä lähteitä jutuilla on?
3. Mitkä sisällöt keräävät suosiota?

4.1 Uutisaiheet

Näyttää siltä, että Reddit r/Suomen käyttäjät kuratoivat sivustolle erityisesti politiikkaa käsitteleviä uutisia, sillä niiden osuus on 35 prosenttia koko aineistosta. Usein jaettuja ovat myös talousuutiset (12 %) ja rikosuutiset (16,5 %). Vähiten jaettuja uutisaihteita ovat liikenne- (5,5 %) ja terveystuutiset (5,5 %) sekä muut uutiset (4,4 %). (ks. Kuva 1.)



Kuva 1. Uutisaiheet prosenttiosuuksina.

Reddit r/Suomeen kuratoiduissa uutisissa ovat siis hyvin yleisiä yhteiskunnalliset aiheet, kuten politiikka ja talous. Aiheiden jakautuminen vastaa pitkälti Suikkasen, Holman ja Raittilan (2012) havaintoja koko suomalaisen mediakentän osalta. Vaikka edellä mainittu mediaseurantatutkimus on tämän tutkielman kirjoitushetkellä jo kymmenen vuotta vanha, esimerkiksi rikosuutisten osuus (16,5 %) koko joukosta on lähes täysin sama kuin edellä mainitun tutkimuksen rikosuutisten osuus (emt., 15). Rikosaiheiden yleisyys varsinkin verkkouutisoinnissa on havaittu myös muissa suomalaisen mediakentän uutisaiheita tarkastelevassa tutkimuksessa (ks. luku 2.2.3).

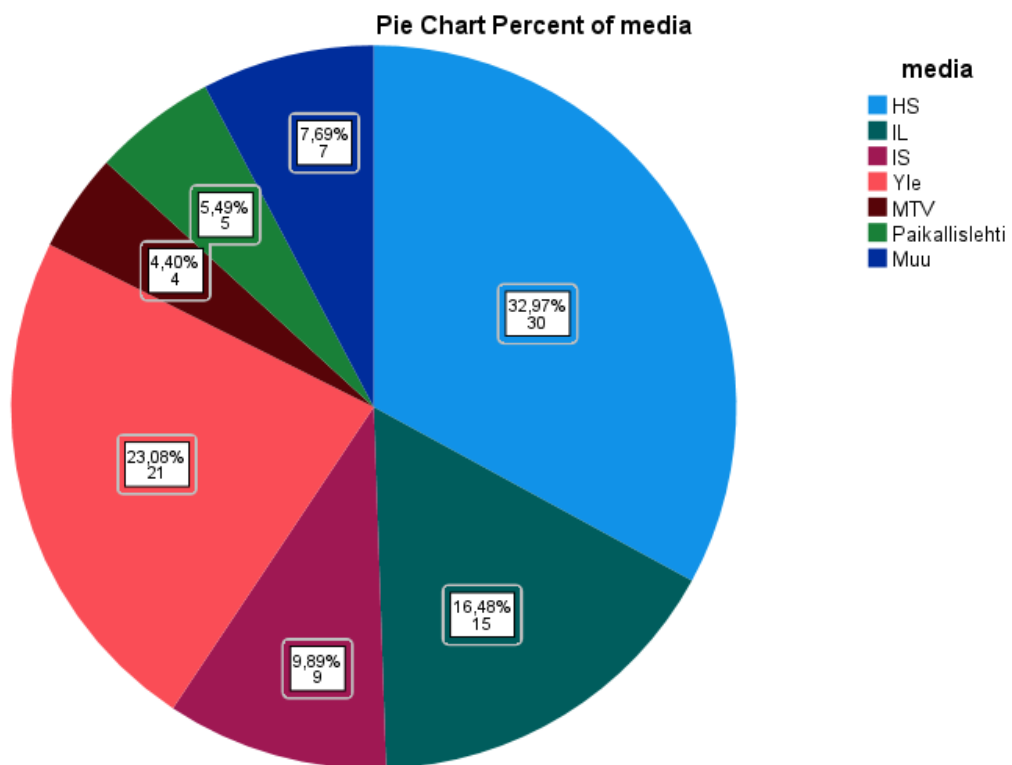
Suurin ero keskustelupalsta r/Suomen ja koko suomalaisen mediakentän välillä lienee vapaa-ajan aiheiden määrässä. Suikkasen ja kumppaneiden media-analyysin tarkastelujaksolla vapaa-aika oli suurin yksittäinen uutisaihepiiri noin 23 prosentin osuudella (emt., 15). Tämän tutkielman aineistossa vapaa-aikaan liittyviä uutisia oli huomattavasti vähemmän. Kulttuuri ja urheilu -kategorian osuus oli 11 prosenttia kaikista uutisista, joten se oli selkeästi yhteiskunnallisia aiheita pienempi (ks. kuva 1).



Kuva 2. Aineiston tykätyn juttu sellaisena kuin se näyttäytyy Reddit.com/r/Suomi -sivulla (luettu 14.5.2022).

4.2 Uutislähteet

Käytetyin R/Suomeen sosiaalisesti kuratoitujen journalististen juttujen lähde on 33 prosentin osuudella otoksesta Helsingin Sanomat. Myös Yle ja iltalehdet ovat usein käytettyjä lähteitä. Paikallislehti osuus kaikista journalistisista jutuista on 5,5 prosenttia. (Ks. Kuva 3.)



Kuva 3. Uutislähteet prosenttiosuuksina.

Palstalle jaettujen uutisten lähteet edustavat siis suurelta osin hyvin perinteistä suomalaista valtamediaa. Helsingien Sanomien ja Ylen iso osuus käytettyinä uutislähteinä on kiinnostavaa, sillä esimerkiksi iltalehdet (Ilta-Sanomat ja Iltalehti) tavoittavat verkossa Finnish Internet Audience Measurementin tekemän seurannan (FIAM 2022) mukaan huomattavasti laajemman joukon suomalaisia kuin Yle ja Helsingin Sanomat.

Merkittävä huomio lähteiden käytöstä on myös se, että linkkejä niin sanottuihin vastatai vaihtoehtoisiin medioihin ei löytynyt aineistosta ollenkaan. Todennäköinen selitys on, että r/Suomen moderaattorit eivät hyväksy linkkejä kuin perinteisiin valtamedian julkaisuihin, mutta moderointikäytäntöjä tämällyyppiselle materiaalille ei kuitenkaan

ilmoiteta sivustolla. Aineistoja kerätessäni havainnoin samalla kuitenkin myös muuta sivustolle jaettua sisältöä ja törmäsin pariin otteeseen vaihtoehtomediasivustoa lähteenään käyttävään keskustelunaloitukseen. Viestit oli poistettu julkisesti näkyvältä r/Suomi-sivustolta, mutta ne olivat nähtävissä käyttämäni ulkopuolisen hakukoneen avulla. Havainnot ja määrällinen erittely tukevat sitä, että r/Suomeen sosiaalisesti kuratoitujen journalististen juttujen lähteenä on useimmiten perinteinen valtamedia.

Sen sijaan esimerkiksi r/Seattle alaredditiin kohdistuneessa tutkimuksessa (Straub-Cook 2018, 1322) vaihtoehtoisia uutislähteitä oli 6 prosenttia koko otannasta. R/Seattlen moderointi pyrkii puuttumaan vain hyökkääviin, aiheeseen liittymättömiin tai mainostaviin kommentteihin (kts. Straub-Cook 2018, 1319). Vaikka on otettava huomioon, että tässä tutkielmassa aineistona olivat nimenomaan uutislähteet eivätkä esimerkiksi käyttäjien tekemät sisällöt, on todettava, että perinteisen valtamedian suosio linkkien lähteenä eroaa merkittävästi r/Seattleen kohdistuneesta tutkimuksesta. Tutkimuksessa nimittäin havaittiin, että peräti 80 prosenttia sivustolle kuratoitujen linkkien lähteistä oli jotakin muuta kuin perinteinen media (Straub-Cook 2018, 1322).

Moderointikäytäntöjen lisäksi valtamedioiden suosio uutislähteinä saattaa selittyä Redditiin käyttäjäkunnan demografisella painotuksella. Redditiin käyttäjät painottuvat valkosiin miehiin ja ovat keskimääräistä useammin korkeakoulutettuja ja liberaaleja (Straub-Cook 2018, 1316; ks. myös luku 2.4). Korkeampi koulutusaste todennäköisesti lisää luottamusta perinteiseen mediaan ja ehkäisee mis- ja disinformaation jakamista (Pop ja Ene, 2019).

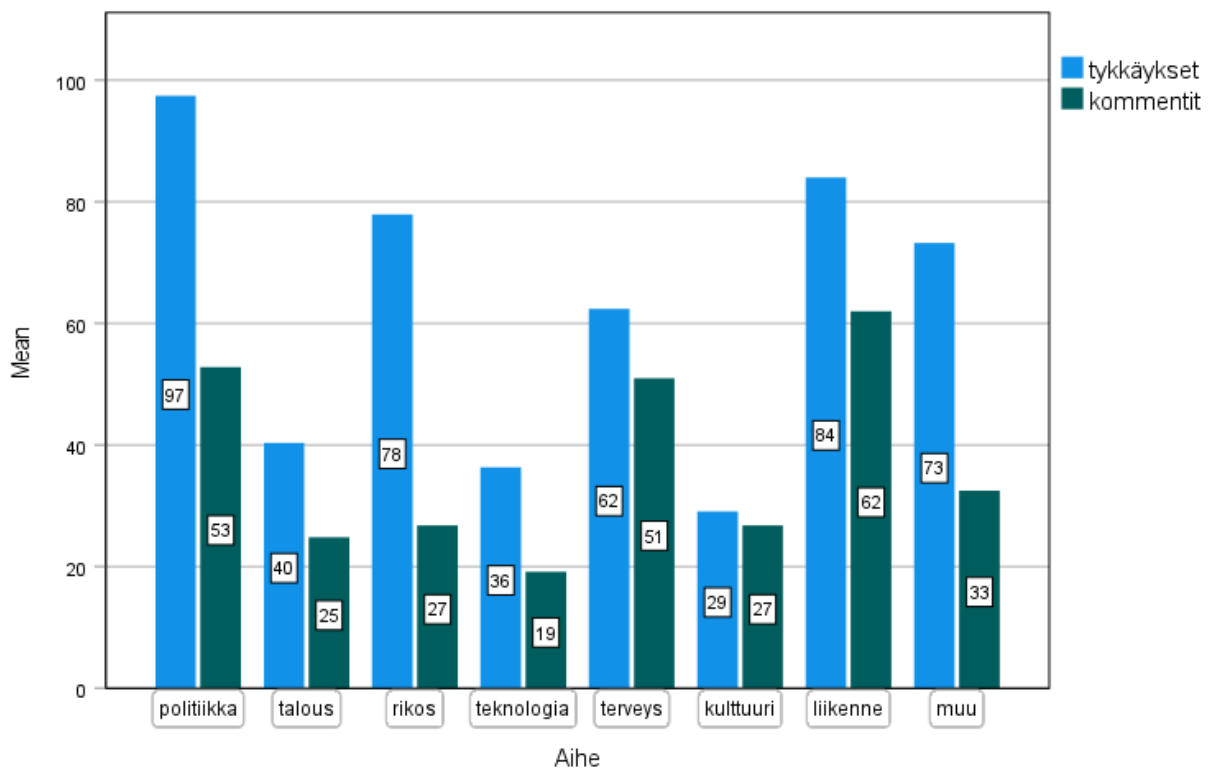
4.3 Tykkäykset ja kommentit

Sosiaalisen kuratoinnin uutisisällölle tuottama lisäarvo on selkeästi nähtävissä, kun Reddit r/Suomeen jaettujen uutisten saamaa huomiota tarkastellaan sivuston omien mittareiden eli tykkäysten ja kommenttien perusteella.

Eniten tykkäyksiä r/Suomessa keräävät politiikkaan liittyvät jutut, jotka ovat siis myös yleisimpiä uutisia aiheittain tarkasteltuna (ks. kuva 1). Tykkäysten keskiarvo politiikka ja yhteiskunta -kategorian linkeille oli 97 kappaletta (ks. kuva 4).

Suosituin uutislinkki oli tarkasteluhetkellä kerännyt 449 tykkäystä. Uutinen käsittelee ministerin korona-altistumista (ks. kuva 2). Toiseksi suosituimmassa niin ikään politiikka-kategoriaan sisältyvässä jutussa ruoditaan koululaisten lukutaidon heikentymistä. Uutinen keräsi yhteensä 345 tykkäystä.

Clustered Bar Mean of tykkäykset, Mean of kommentit by aihe



Kuva 4. Tykkäysten ja kommenttien keskiarvo per aihealueen kaikki jutut.

Juttu lukutaidon heikentymisestä herätti myös aineiston toiseksi suurimman keskustelun 291 kommentilla. Eniten kommentteja (294 kappaletta) keräsi äärioikeiston nousua käsittelevä pääkirjoitus.

Vaikka vaikuttaa siltä, että r/Suomessa ollaan pitkälti vakavien aiheiden äärellä, sekaan mahtuu myös yksittäisiä ”hassuttelu-uutisia”. Esimerkiksi muu-aiheluokan juttu uuden pikaruokaravintolan aukeamista odottavasta telттаilevasta ihmisestä on kerännyt palstalla 175 tykkäystä.

Vähiten kommentteja keräsivät teknologia-aiheisiin liittyvät jutut 19 kappaleen keskiarvolla. Vähiten tykkäyksiä puolestaan keräsivät kulttuuri ja urheilu -aiheiset uutiset 27 kappaleen keskiarvolla. Vähäiseen kommentti- ja tykkäyskeskiarvoon vaikuttanee myös kyseisten aiheiden pieni edustus otoksessa. (ks. kuva 1.)

Yleisin tai eniten tykkäyksiä keräävä aihe ei kuitenkaan välttämättä saa suurinta määrää kommentteja. Kommenttien määrässä keskiarvoltaan suurin kategoria oli nimittäin liikenne 62 kommentin keskiarvolla, vaikka tykkäysten keskiarvoisessa määrässä se jäi toiseksi politiikalle (ks. kuva 4). Liikenne-aiheiset uutiset vaikuttavat herättävän laajalti keskustelua, huolimatta siitä, että aihe on sivustolla verrattain harvinainen vain 5,5 prosentin osuudella koko joukosta (ks. kuva 1).

Vain kahdeksan prosenttia jaetuista uutislinkeistä ei tutkielman tarkasteluhetkellä ollut saanut ainoatakaan (0) tykkäystä eli yläpeukkaa, kun noin neljäsosa (24%) linkeistä oli kerännyt tykkäyksiä yli sata (100) kappaletta. Keskiarvoinen tykkäysten määrä per uutinen oli 72 kappaletta.

Tarkasteluhetkellä vain yksi kappale (1) aineiston uutislinkeistä ei ollut synnyttänyt keskustelua lainkaan. Noin 21 prosenttia linkeistä oli kerännyt 10 kommenttia ja 22 prosenttia yli 50 kommenttia. Koko aineiston keskiarvoinen kommenttien määrä per uutislinkki oli 40 kappaletta. Näyttää siis siltä, että uutislinkin jakaminen synnyttää aiheesta riippumatta suurella todennäköisyydellä ainakin jonkin verran keskustelua.

Mielipiteellisiä tekstejä eli näkökulmia, analyysyjä, pääkirjoituksia ja kolumneja oli aineistossa yhteensä kymmenen (10) kappaletta. Mielipiteelliset tekstit keräsivät keskimääräisesti 60 tykkäystä ja 54 kommenttia. Tämän perusteella voi väittää, että mielipiteellinen teksti kerää uutista todennäköisemmin enemmän kommentteja, mutta vähemmän tykkäyksiä. On kuitenkin otettava huomioon, että otanta ja osajoukko ovat hyvin pienet, joten näyttö mielipiteellisten tekstien suosioista suhteessa uutisiin on korkeintaan suuntaa antavaa.

4.4 Kuraattorina usein sama henkilö

Aineistoa tarkastellessani huomasin joidenkin nimimerkkien toistuvan useasti. Monet aineistoon päätyneistä uutislinkeistä ovat siis samojen Reddit-käyttäjien jakamia. Huolimatta pienehköstä 91 havaintoyksikön otoksesta, 12 käyttäjää oli jakanut useamman kuin yhden uutislinkin.

Kaksi ahkerinta journalistisen sisällön kuratoijaa oli kumpikin tahoillaan jakanut sivustolle kahdeksan (8) uutislinkkiä. Koska kahdeksan juttua on 8,7 prosenttia koko otoksesta, he vastaavat kahdestaan lähes viidesosasta koko aineistoon päätyneestä uutistajonnasta.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

5.1 Päätelmät tuloksista

Tässä kandidaatintutkielmassa perehdyin r/Suomi-sivustolle jaettuun journalismiin. Tutkimustavoitteena oli selvittää, millaista journalismia kyseiselle palstalle jaetaan. Konkreettisempänä tavoitteena oli tarkastella, millaisia uutisaiheita ja -lähteitä r/Suomeen kuratoidaan ja millaista suosiota ne saavat. Tutkimusmetodi oli eritellä määrällisesti keskustelupalstalle linkattuja journalistisia juttuja neljän vuorokauden ajalta.

Keskeiset tulokset kertovat r/Suomi palstalla jaettavan journalismin olevan usein poliittisiin ja yhteiskunnallisiin aiheisiin liittyvää, mutta mukailevan pitkälti valtavirtajournalismin tarjontaa. Käytettävät uutislähteet ovat perinteisiä, suosituimpana Helsingin Sanomat. Linkkejä niin sanottuihin vasta- tai vaihtoehtomediaoihin ei ollut aineistossa ollenkaan. Palstalle kuratoidut journalistiset sisällöt käynnistävät lähes poikkeuksetta vähintään pienimuotoisen keskustelun. Eniten huomiota (eli tykkäyksiä ja kommentteja) saavat politiikka- ja liikenneaiheet, mutta myös rikokset ja terveysaiheet puhuttavat palstalla.

Tutkielman tulokset ovat kiinnostavia siksi, että kun ihmiset seuraavat uutisia sosiaalisesta mediasta, perinteisillä valtamedian toimijoilla on vähemmän vaikutusvaltaa siihen, millaista ja kenen tuottamaa tietoa luemme. Tämä voi altistaa esimerkiksi dis- ja misinformaatiolle tai suoranaistalle propagandalle. Kolikon kääntöpuolella sosiaalisen median palstat voivat kuitenkin tarjota käyttäjälleen jopa valtamediaa laajemmin perspektiivin siihen, mitä maailmalla tapahtuu. On mahdotonta seurata esimerkiksi kymmeniä eri perinteisen median toimijoita yhtä aikaa, mutta verkossa tapahtuva sosiaalinen kuratointi voi hyvin toimiessaan tarjota parhaat palat. Toisaalta myös valtioissa, joissa valtamedia itsessään tuottaa propagandaa, ulkopuolisen kuratoinnin tuoma etu on selkeä.

R/Suomea koskevan aineiston perusteella vaikuttaa kuitenkin siltä, että sosiaalinen kuratointi ohjaa vain vähän, millaisten journalististen sisältöjen pariin päädyimme, kun uutislähteenä on valtamedian sijaan sosiaalinen media. Vaikka r/Suomeen kuratoidut uutisisällöt ovat moninaisia, lähteenä on usein tuttu ja yleinen uutismedia, ja palstalle

valikoituvat uutisaiheet mukailevat yleisesti suosiossa olevia. Tämä havainto koskee kuitenkin lopulta vain r/Suomea ja jollakin toisella sivustolla sisällöt voisivat olla enemmän painottuneita tiettyihin aiheisiin tai lähteisiin.

Sivustolle linkattavaa sisältöä sekä uutisaiheita ja -lähteitä selittää todennäköisesti käyttäjäkunnan demografia, joka vaikuttaa painottuvan nuorehkoihin korkeasti koulutettuihin miehiin (ks. luku 2.4). Esimerkiksi perinteisten valtamedioiden suosion uutislähteenä tai kiinnostuksen yhteiskunnallisiin aiheisiin voi ajatella kytkeytyvän korkeampaan koulutustasoon (Pop ja Ene, 2019). Sopii myös pohtia, selittääkö sukupuoli- tai ikäjakauma verrattain vähäistä kiinnostusta kulttuuri- ja viihdeaiheisiin.

Vaikka moderointikäytännöistä ei tämän tutkimuksen perusteella voi tehdä mitään lopullisia johtopäätöksiä (sillä ne eivät olleet osa tutkielmaa), on moderointi kuitenkin huomioitava vaikuttavana tekijänä, kun pohditaan keskustelupalstojen sisältöjä. Uskoin, että demografian lisäksi nimenomaan moderointi ja sivuston säännöt vaikuttavat laajalti siihen, millaiset journalistiset sisällöt r/Suomeen lopulta päätyvät. Toisin sanoen, esimerkiksi se, ettei r/Suomessa näy vastamedioiden sisältöjä, ei välttämättä johdu siitä, etteikö niitä kuratoitaisi palstalle käyttäjien toimesta, vaan siitä, että ne kuratoidaan moderaattorien toimesta pois.

Siitä huolimatta, että r/Suomella useampi tuhat yhtäaikaista käyttäjää ja yli 200000 tilaajaa, monet jaetuista uutisista olivat samojen, yksittäisten käyttäjien kuratoimia. Tykkäysten ja kommenttien myötä kertyvän karman kerääminen lienee motivaattori, joka kannustaa toistuvaan jakamiseen. Kun iso osa palstan sisällöstä on pienen joukon valikoimaa, herää kysymys, onko Villin (2011) esittämä ajatus yhä enemmän jakajaksi muuttuvasta yleisöstä sittenkään relevantti. Vaikka valtavirtajournalismin portinvartijuus on verkon villissä lännessä yleisöllä, vaikuttaa siltä, että koko kuluttajakunnasta vain harva aktiivisesti osallistuu sisältöjen kuratointiin.

Sosiaalisen kuratoinnin journalistisille sisällöille tuottama lisäarvo (ks. luku 2.3) on nähtävissä r/Suomessa. Sisällön jakaminen mediayrityksen ulkopuolisella verkkoalustalla tuo lisäarvoa uutiselle, sillä se kasvattaa näkyvyyttä. Lisäarvosta hyötyvät

konkreettisimmin mediayritykset, sillä suurempi näkyvyys tuo enemmän klikkauksia ja klikit tuovat rahaa. Useimmat sivustolle kuratoiduista jutuista keräävät ainakin joitakin kommentteja ja tykkäyksiä. Tämä on tavallaan todiste siitä, että r/Suomi palstalle jaettu uutisia todella luetaan – olettaen, että käyttäjät eivät lue pelkkää otsikkoa ja reagoi sen perusteella. Sisältöalgoritmien vuoksi suosion määrä korreloi uutisen saaman lisäarvon kanssa: mitä enemmän tykätään ja kommentoidaan, sitä useampi näkee uutisen.

Abstraktimmassa mielessä sosiaalinen kuratointi tuottaa lisäarvoa uutiselle myös siten, että siitä hyötyvät r/Suomen käyttäjät. Sivustoa selaava näkee journalistisia sisältöjä, joihin ei välttämättä muuten törmäisi. Kuratoija puolestaan pääsee toteuttamaan itseään ja levittämään tärkeäksi kokemaansa sisältöä (ks. luku 2.2). Reddit r/Suomeen kuratoidujen uutisten avulla yleisö voi myös jatkojalostaa uutisten välittämää informaatiota keskusteluja seuraamalla tai niihin osallistumalla.

Yleisellä tasolla tutkielman tulokset kertovat uutisseurannan pirstaloitumisesta ja seurannan siirtymisestä verkon sosiaalisiin medioihin. Keskustelu r/Suomessa on vilkasta: satoja kommentteja kerääviä uutislinkkejä uutisiin jaetaan sivustolle kymmeniä päivittein. Palsta on kuitenkin vain yksittäinen esimerkki monista sivustoista, joille perinteisen median sisältöjä kuratoidaan.

5.2 Tutkielman arviointi ja jatkotutkimuskohteet

Tämän päivän ihminen kaipaa valmiiksi valikoituja sisältöjä. Eikä ihme, sillä mediasisältöjen valtavassa määrässä rämpiminen on muodostunut mahdottomaksi urakaksi yksilölle, joka kuluttaa uutisia pääasiallisesti netistä. Jos kuluttaja ei halua uskoutua vain yhdelle medialle ja luottaa tämän valikoimiin juttuihin, ajautuu väistämättä mediatalojen ulkopuolisten kuraattorien pariin, kuten r/Suomeen.

Tutkielman tavoite oli saavuttaa tietoa siitä, millaista journalistista sisältöä r/Suomeen jaetaan ja miten, sekä pohtia uutisten sosiaalisessa mediassa jakamiseen liittyviä käytäntöjä. Tutkimuksen tavoite täyttyi, joten tutkimusasetelma on yleisesti ottaen toimiva. Sisältöjen erittely määrällisesti oli myös tutkimusmetodina hyvä, sillä se konkretisoi eli toi näkyväksi sitä, millaista sisältöä sivustolla on.

Suurin heikkous tutkielmassa on pienehkö otanta. Tutkimustuloksia ei voi kovin luotettavasti yleistää isompaan mittakaavaan. Pieneen otantaan johti alkuperäinen ajatus tutkimusmetodista, jossa olisi hyödynnetty myös laadullista otetta. Tällöin olisi päästy käsi käsi myös siihen, miten journalistista sisällöistä keskustellaan sivustolla. Tämä näkökulma on edelleen kiinnostava jatkoa ajatellen. Tässä vaiheessa opinnäytetyön suppean laajuuden asettamat realiteetit kuitenkin rajasivat tutkielman lopulliseen muotoonsa. Käytännössä tutkimus on siitä huolimatta helposti skaalattavissa tällaisenaankin isompaan mittakaavaan.

Jälkikäteen ajateltuna, olisin myös voinut tehdä uutisaiheiden luokittelun selkeämmin ja läpinäkyvämmiin, käyttämällä vaikkapa täsmälleen samoja kriteereitä luokitteluun kuin esittelemässäni seurantatutkimuksessa (Suikkanen, Holma ja Raittila 2012). Tässäkin haasteena oli toisaalta otoksen suppeus, joka kannusti luomaan luokista sellaiset, että aineiston uutiset saa mahdollisimman tarkasti jaettua niihin.

Tutkielma herättää pohtimaan moderointikäytäntöjä ja niiden läpinäkymättömyyttä. On hyvin vaikea tietää, millaiset sisällöt ja viestit sosiaalisesta mediasta siivotaan pois. Moderattoreilla on paljon valtaa siinä, millaista keskustelua sivustoilla käydään, millaisista aiheista puhutaan ja millaiset uutislähteet ovat hyväksyttäviä keskustelunaloituksille.

Tällainen kevyt läpileikkaus yhden keskustelupalstan journalistisiin sisältöihin ja niiden sosiaaliseen kuratointiin ei kerro kovin laajasti siitä, miten kulutamme uutisia. Siitä huolimatta tutkielma luo lisää tietoa, valottamalla asiaa yhdestä pienestä näkökulmasta. Informaation kuluttaminen verkossa on ilmiö, joka kaipaa lisää tutkimusta niin teorian kuin käytäntöjen tasolla. Voinee väittää, että mediaympäristön muuttumisen vaikutus siihen, miten sisäistämme tietoa ympäröivästä maailmasta, koskettaa meitä jokaista. Nykyiseen mediaympäristöön peilaten tiedonhankinnan keskiössä tulisikin olla uutisten kuluttaminen ja jakaminen sosiaalisessa mediassa.

LÄHTEET

- Alexa Internet. 2022. reddit.com Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic. Luettu 13.5.2022. <https://web.archive.org/web/20220426060456/https://www.alexacom/siteinfo/reddit.com>.
- Alma Media. 2019. Nuoret ja mediankulutus. Luettu 12.5.2022. https://akerlundinsaatio.fi/wp-content/uploads/2019/11/NUORET-JA-MEDIAKULUTUS_TUTKIMUS_ARTIKKELI_edit.pdf.
- Clark, Jessica ja Aufderheide, Patricia. 2021. "Public media 2.0: Dynamic, engaged publics. Center for Social Media." Luettu 7.5.2022. <https://archive.cmsim-pact.org/sites/default/files/documents/pages/publicmedia2.0.pdf>.
- Dalelio, Corinne, ja Wendy M. Weinhold. 2020. "'I Know from Personal Experience': Citizen News Discussions and Knowledge Sharing on Reddit". *International Journal of Technology, Knowledge & Society: Annual Review* 16: 13–34. <https://doi.org/10.18848/1832-3669/CGP/v16i01/13-34>
- FIAM Finnish Internet Audience Measurement. 2022. Public Media Site Toplist. Luettu 4.4.2022. <https://datastudio.google.com/reporting/445ac769-037b-408e-b383-9014d561cee5/page/QCkcB>.
- Hakala, Salli ja Juho Vesa. 2013. "Verkkokeskustelut ja sisällön erittely." Teoksessa *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*, toimittaneet Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen ja Minttu Tikka. 216–245 Tampere: Vastapaino.
- Kivioja, Pasi. 2008. "Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa", Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/65312>
- Metrics for Reddit. 2022. Top Subreddits. Luettu 13.5.2022. <https://frontpagemetrics.com/top>
- Newman Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andi, Craig T. Robertson ja Rasmus Kleis Nielsen. 2021. "Reuters Institute Digital News Report 2021". University of Oxford.

- Noguera-Vivo, José. 2018. "You get what you give: Sharing as a new radical challenge for journalism". *Communication and Society* 31: 147–58.
<https://doi.org/10.15581/003.31.4.147-158>.
- Nykänen, Maarit. 2010. "Joko klikkasit? Iltalehti.fi:n suosituimmat uutisaiheet vuonna 2009". *Opinnäytetyö*, Haaga-helia ammattikorkeakoulu.
- Pietilä, Veikko. 1973. *Sisällön erittely*. Gaudeamus. Helsinki.
- Pop, Mihai-Ionuț ja Irina Ene. 2019. "Influence of the educational level on the spreading of Fake News regarding the energy field in the online environment". *Proceedings of the International Conference on Business Excellence* 13: 1108–17.
<https://doi.org/10.2478/picbe-2019-0097>.
- Reddit. 2022a. Catsubs. Luettu 13.5.2022. <https://www.reddit.com/r/Catsubs/wiki/index/>.
- Reddit. 2022b. What is karma?. Luettu 13.5.2022. <https://reddit.zendesk.com/hc/en-us/articles/204511829-What-is-karma->.
- Reddit 2022c. Reddit Content Policy. Luettu 13.5.2022. <https://www.redditinc.com/policies/content-policy>.
- Reddit r/Suomi. 2021. R/Suomen mielipidekysely 2021. Luettu 13.5.2022.
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeRivSfmp-QItIzZV3pXHGG1Y9KqII6EoHNxRlb2Qr-Q6K6YQ/closedform>.
- Reddit r/Suomi. 2022. Etusivu. Luettu 13.5.2022. <https://www.reddit.com/r/Suomi/>.
- Rosenbaum, Steven (2011). *Curation nation: How to win in a world where consumers are creators*. New York: McGraw-Hill.
- Seppänen, Janne. 2005. *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Vastapaino. Tampere. <https://www.ellibslibrary.com/book/951-768-135-6/visuaalinen-kulttuuri-teoriaa-ja-metodeja-mediakuvan-tulkitsijalle>.
- Statista. 2021. Distribution of Reddit app users in the United States as of March 2021, by age group. Luettu 13.5.2022. <https://www.statista.com/statistics/1125159/reddit-us-app-users-age/>.
- Straub-Cook, Polly. 2018. "Source, Please?" *Digital Journalism* 6, nro 10 (26. marras-kuuta): 1314–32. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1412801>.

- Suikkanen, Risto, Aino Holma, ja Pentti Raittila. 2012. "Muuttumaton uutinen? Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta 2007-2012, loppuraportti". Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/66386>.
- Tapanila, Laura. 2021. "Naisoletettujen pelaajien ja fanien tietokäytännöt videopelien digitaalisissa faniyhteisöissä: Katsaus myös yleisesti pelaajien ja fanien tietokäytäntöihin faniyhteisöissä". Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/131500>.
- The New York Times (2011). The psychology of sharing: Why do people share online? Luettu 11.5.2022. <https://templatelab.com/the-psychology-of-sharing/>.
- Vaahensalo, Elina. 2021. "Samanlaista Toiseuttamista, Erilaisia toisia: Toiseuttavan verkkokeskustelun muodot anonyymeissä suomenkielisissä keskustelukulttuureissa." *Media & viestintä* 44 (3): 1–29. <https://doi.org/10.23983/mv.111507>.
- Vainikka, Eliisa, ja Auli Harju. 2019. "Anonyymien keskustelupalstojen julkisuus: Marginaaliin jääneiden vertaistukea ja yhteiskuntakritiikkiä." *Media & viestintä* 42 (2): 99–121.
- Vanninen, Sari. 2009. "Rikoksesta kriisiin. Digitaalisen ajan uutisagenda julkisuustilaa määrittävänä tekijänä". Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/80942>.
- Villi, Mikko. 2011. "Sosiaalinen kuratointi verkossa: Mediasisältöjen sosiaalinen kulutus ja osallistava yleisöys". *Media & viestintä* 34 (4). <https://doi.org/10.23983/mv.62899>.
- Westlund, Oscar ja Mats Ekstrom. 2018. "News and Participation through and beyond Proprietary Platforms in an Age of Social Media". *Media and Communication* (Lisboa) 6 (4): 1–10. <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1775>.