

Juuso Lindberg

## **MIKÄ NAURATTAA?**

Facebook-käyttäjien reaktiot Helsingin Sanomien  
Kabulin valtausta käsittelevissä uutisjaoissa

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

2022

# TIIVISTELMÄ

Juuso Lindberg: "Mikä naurattaa?" – Facebook-käyttäjien reaktiot Helsingin Sanomien Kabulin valtausta käsittelevissä uutisjaoissa.

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma

2022

---

Tässä kandidaatintutkielmassa tarkastelen Facebook-käyttäjien reaktioita Helsingin Sanomien Kabulin valtausta käsitteleviin uutisjakoihin. Aineisto on ajalta 16.-23.8.2021, jolloin terroristijärjestö Taliban valtasi Afganistanin pääkaupunki Kabulin ja tapaus pysyi uutistalojen pääaiheena parin viikon ajan.

Tutkielmani ytimessä on havainto siitä, että inhimillistä kärsimystä käsittelevät uutiset saavuttivat tässä tapausesimerkissä paljon sekä huvittuneita että vihastuneita reaktioita Facebookin käyttäjiltä. Aineistoksi tutkielmaani valikoitui kuusi suurta huomiota saavuttanutta Helsingin Sanomien Facebookiin tekemää Kabulin valtausta käsittelevää uutisjakoa.

Jakojen kommenttiosioita tarkastelemalla tein laadullisen sisällönanalyysin, jolla vastaan tutkielmani tutkimuskysymyksiin. Selvitin, millaisia reaktioita jaoissa käytettiin, miksi juuri niitä käytettiin ja millaisia strategioita Facebook-käyttäjien käytöksestä voi havaita. Tutkielman teoreettista viitekehystä ohjaavat sosiaalisen median tutkimus sekä merkityksellistämisen ja klikktivismin käsitteet. Esittelen tutkimusalan ja termit, ja käytän erityisesti niitä käsittelevää aineistoa analyysissäni.

Analyysin perusteella voin perustella, että Facebook-käyttäjät levittävät joko tietoisesti tai tietämättään viestinnällisiä strategioita, joita ovat havainneet sosiaalisessa mediassa. Reaktioita jaot keräävät paljon, koska reaktion jättäminen on alhaisin julkiseen keskusteluun osallistumiseksi laskettava teko. Samasta syystä esimerkiksi populistiset puolueet ovat löytäneet reaktioiden voiman ja hyödyntäneet niitä viestinnässään.

Avainsanat: sosiaalisen median tutkimus, medioitu vuorovaikutus, klikktivismi

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

# SISÄLLYSLUETTELO

<b><u>1</u></b>	<b><u>JOHDANTO</u></b> .....	<b><u>1</u></b>
1.1	TUTKIMUSKYSYMYKSET .....	4
<b><u>2</u></b>	<b><u>TEOREETTINEN VIITEKEHYS</u></b> .....	<b><u>6</u></b>
2.1	SOSIAALISEN MEDIAN TUTKIMUS .....	6
2.2	MERKITYKSELLISTÄMINEN .....	7
2.3	KLIKTIVISMI .....	8
<b><u>3</u></b>	<b><u>AINEISTO JA METODI</u></b> .....	<b><u>9</u></b>
3.1	AINEISTO.....	9
3.2	METODI.....	10
<b><u>4</u></b>	<b><u>ANALYYSI</u></b> .....	<b><u>15</u></b>
4.1	REAKTIOT VAIKUTUSKEINONA.....	16
4.2	REAKTIOT VIHAMIELISYYKSIEN LIETSOJANA .....	17
4.3	REAKTIOIDEN MERKITYS VAIHTELEE UUTISAIHEESTA RIIPPUEN .....	18
<b><u>5</u></b>	<b><u>POHDINTA</u></b> .....	<b><u>20</u></b>
5.1	FACEBOOK-VIESTINNÄN KOMPASTUSKIVET .....	20
5.2	MITÄ MEIDÄN PITÄISI TEHDÄ KLIKTIVISMILLE? .....	21
5.3	POTENTIAALINEN JATKOTUTKIMUS .....	22
<b><u>LÄHTEET</u></b>	<b><u>.....</u></b>	<b><u>24</u></b>

# 1 JOHDANTO

Tutkielmani tulee käsittelemään Facebook-käyttäjien reaktioita Helsingin Sanomien Kabulin valtausta käsitelleisiin uutisjakoihin. Elokuun puolivälissä vuonna 2021 Taliban marssi Afganistanin pääkaupunkiin, ja tapaus pysyi seuraavien viikkojen ajan tiedotusvälineissä ympäri Suomea ja maailmaa pääuutisena. Tutkielmaani olen valikoinut kuusi Helsingin Sanomien Facebook-seinälle jakamaa, paljon huomiota saavuttanutta uutisartikkelia.

Uutisten sisällön sijasta tutkimuskohteenani ovat Facebookin käyttäjien reaktiot HS:n uutisjakoihin. Huomionarvoista reaktioissa nimittäin on, että ne ovat uutisjaosta toiseen laajalti vihamielisiä afganistanilaisia ja heitä tukevia suomalaisia kohtaan.

Facebook esitteli vuonna 2016 sovellukseensa reaktiot, jonka seurauksena tavallisen tykkäyksen sijasta käyttäjälle aukeni mahdollisuus osoittaa reagoineensa Facebook-julkaisuun aiempaa laajemmalla tunneskaalalla. Julkaisuun voi reagoida ihastumalla, suremalla, osoittamalla läheisyyttä, vihalla, naurulla tai yllättyneesti. Kabulin valtausta koskevat uutisjaot keräsivät paljon erityisesti vihastumista ja naurua tarkastelijoiltaan. Keskustelut jakojen kommenttiosioissa olivat kiivaita ja polveilevia, mutta kylmät asenteet sodan runteleman maan asukkeja kohtaan olivat myös monien kommentteissa ihmettelyn kohteena. Myös monet kommentit saivat osakseen niin ikään nauru- ja vihareaktioita, sillä vuodesta 2017 lähtien Facebookissa on voinut reagoida itse julkaisujen lisäksi myös niiden kommentteihin.

Tutkielmassani selvitän, millainen on viha- ja naurureaktioiden merkitys kaikkein suosituimmissa aihetta käsittelevissä uutisjaoissa. Reaktiot eivät vielä itsessään kerro juuri mitään, mutta syitä ihmisten reaktioille voi löytää jakojen kommenttiosioista. Kommenteista tutkin, mitä toistuvia teemoja Facebookin käyttäjät haluavat tuoda ilmi, kun aiheena on pakolaisuus, ja miten käyttäjät vuorovaikuttavat keskenään aiheeseen liittyen. Pohdin myös syitä sille, miksi vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa epäonnistuu niin herkästi.

Aihe on olennaisen ajankohtainen, koska digitaalisena aikana yhteiskunnallisen keskustelun polarisaatiota on saatu todistaa varsinkin maahanmuuttoon ja pakolaisuuteen liittyvissä teemoissa (Tuomola 2018). Eurooppa on nähnyt äärioikeistolaisen retoriikan kasvua varsinkin vuoden 2015 pakolaiskriisin jälkeen, jolloin monikulttuurisuutta ja internationalismia kohtaan suunnattu vihapuhe on lisääntynyt (Sakib & Ishraque Osman 2020, 10). Näiden ilmiöiden seurauksena rasismi pysyy merkittävänä aiheena julkisessa keskustelussa.

Koska globalisoituneessa maailmassa Suomikin kansainvälistyy kiihtyvällä tahdilla, on aihe ajankohtainen myös meillä. Niin ikään sosiaalinen media on vakiintunut merkittäväksi viestinnän muodoksi, joka toisaalta uhkaa perinteisten tiedotusvälineiden asemaa, mutta jolla on myös täysin oma roolinsa tavallisten ihmisten vuorovaikutuksen välineenä. Lisäksi Afganistanin kriisi jatkuu edelleen, mutta media on jo tapauksen unohtanut ja siirtynyt tyystin muihin aiheisiin.

Tutkimusaiheessani kaksi ajankohtaista aihetta, ennakkoasenteiden vahvistaminen ja sosiaalisen median kautta viestiminen, kietoutuvat yhdeksi. Niinpä aiheen tutkimus on tärkeää. Sosiaalisen median viestinnän yksi suurimmista eduista on nopeus, mutta sen seurauksena myös väärinkäsityksille jää paljon tilaa. Anonyymiydellä sosiaalisen median keskusteluun liittyviä ongelmia sen sijaan ei voi selittää, koska ihmiset osallistuvat keskusteluun omalla nimellään ja kuvallaan.

Sosiaalinen media antaa meille uusia mahdollisuuksia vuorovaikuttamiseen, mutta toistaiseksi teoreettista potentiaalia on pystytty valjastamaan käytäntöön tehokkaasti melko harvoin. #MeToo- liikkeen kaltaiset kampanjat ovat onnistuneesti riisuneet sädekehiä väärintekijöiltä, mutta konkreettisia positiivisia tuloksia tuottava sosiaalisen median käyttö liian usein edelleen hautautuu laadullisesti arvottoman keskustelun ja suoranaisten trollaamisen jalkoihin.

Facebook on toistaiseksi ainoa merkittävä sosiaalisen median kanava, jossa on mahdollista tavanomaisen julkaisusta tykkäämisen lisäksi reagoida julkaisuun

tunnetiloja osoittavilla reaktioilla. Julkaisuun reagoimisen lisäksi julkaisun voi jakaa tai sitä voi kommentoida. Reaktioilla vastaaminen merkitsee käyttäjän alhaisinta julkaisuun sitoutumisen tasoa ja somejaosta tykkääminen onkin tästä syystä kaikkein suosituin tapa kerryttää julkaisulle näkyvyyttä (Salgado & Bobba 2019, 6).

Reaktioilla on vähäisestä sisällöstään huolimatta merkittävä tehtävä Facebookissa varsinkin silloin, kun kiistanalainen aihe saa paljon käyttäjien huomiota osakseen. Reaktioiden käyttö kasvattaa kommenttiosion tunneintensiteettiä ja jotkin poliittiset, pääasiassa populistiset ryhmät ovatkin keksineet käyttää reaktioita äänestysnappuloina (Matamoros-Fernández 2018, 5). Reaktioilla onkin kyky esimerkiksi vahvistaa ennakkoluuloja, koska ne eivät sano Facebook-käyttäjille reaktiota painaneen maailmankuvasta mitään konkreettista, mutta tarpeeksi monen painaessa esimerkiksi vihaista reaktiota syntyy kuva laajalle levinneestä yleisestä mielipiteestä, jonka jokainen Facebook-käyttäjä omalla tavallaan tulkitsee.

Reaktioiden tähän tapaan käyttämistä on kutsuttu muun muassa klikktivismiksi (Salgado & Bobba 2019) ja sen on väitetty laiskistavan Facebook-käyttäjä perehtymään asioihin syvällisemmin. Tämän takia klikktivismi käsitetään usein yhtenä slacktivismin muotona. Jälkimmäisenä mainittu tarkoittaa näennäisvaikuttamista, jossa voimainponnistukset on helppo saavuttaa, niihin liittyy vain vähän tai ei ollenkaan riskiä, ja ne itse asiassa heikentävät niiden tavoitteiden saavuttamista, joita asiaa ajava liike pyrkii pitkällä tähtäimellä saavuttamaan (Butler 2011). Esimerkiksi Facebook-profiilikuvan muuttaminen ei muuta vielä mitään käytännössä, vaikka periaatteessa sekin on tapa levittää tietoisuutta. Kyseessä on kuitenkin minimaalinen tapa vaikuttaa asioihin, ja tietoisuuden levittäminen ei hyödytä mitään, jos se ei johda konkreettisiin tekoihin.

Suurin julkaisuun sitoutumisen muoto on kommentoida sen sisältöä, sillä huomiota herättävän kommentin muodostaakseen on Facebook-käyttäjän hetkeksi pysähdyttävä ja pohdittava, mitä oikein haluaa kirjoittaa. Kommenteilla on voima vaikuttaa siihen, miten muut käyttäjät lopulta esimerkiksi uutisjakoon reagoivat (Salgado & Bobba 2019).

Kommenttien ja reaktioiden välinen suhde on asia, jota tarkastelen läpi koko tutkielmani, ja itse jaettujen uutisten sisältö ei ole tarkasteluni kohteena. Facebookin kommenttikenttiä toistuvasti vaivaa se, että edes kaikki kommentoijat eivät aina vaivaudu lukemaan artikkelia, vaan muodostavat mielipiteensä joko otsikon perusteella tai sitten kertovat jo aiemmin aiheesta muodostamansa mielipiteen. Kaikki tämä liittyy viestinnän nopeuteen, joka on samaan aikaan sosiaalisen median etu ja merkittävin ongelma.

## 1.1 Tutkimuskysymykset

Tutkielmassani mielenkiintoni on sekä Facebook-reaktioiden määrässä, että ajatuksissa joita reaktiot ovat toisissa Facebookin käyttäjissä herättäneet. Vastauksia lähden etsimään jakojen kommentteista, koska uutisen kirjoittanut toimittaja tai sen jakanut organisaatio ei asiaan Facebookissa kantaa ota. Koska reaktiot tulevat lukijoilta, on odotettavaa, että osa nauramalla reagoineista haluaa jatkaa näkemyksiään myös kommentoimalla.

Tutkimuskysymyksiä on kaksi:

1. Millä Facebook-reaktioilla käyttäjät reagoivat Helsingin Sanomien Kabulin valtausta koskeviin uutisjakoihin?
2. Millaisia tarkoituksperiä reaktioille voi tunnistaa uutisten kommentteista?
3. Millaisia viestintästrategioita voi erottaa Facebook-käyttäjien kommentteista?

Hypoteesini on, että vihaiset ja nauravat reaktiot ovat seurausta ennakkoluuloista mediaa, poliitikkoja sekä vieraita kulttuureita kohtaan ja huolesta siitä, miten kriisi maailmalla saattaa vaikuttaa myös Suomeen negatiivisesti. Lähdin tekemään tutkimusta sillä oletuksella, että ainakin osasy s löytyy myös kasvokkaisen ja välittömän viestinnän puutteesta, sekä puutteellisista argumentaatiotaidoista.

Aineistoani tarkastelemalla selvitän uutisjaosta toiseen toistuvia Facebook-käyttäjien tapoja ilmaista itseään ja mielipiteitään. Pidän näkökulmaa mielenkiintoisena, koska

keskusteluissa toistuvat useasti samat teemat, ihmetyksen aiheet ja argumentaatiovirheet. Kommenttiketjuja lukiessa huomaa lukeneensa samat riidat jo aiemminkin, vaikka henkilöt ja uutisjaot vaihtuvat.

## 2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Sosiaalisen median tutkimus

Sosiaalisen median tutkimus on suhteellisen tuore mediatutkimuksen haara, ja sen historia alkaa vasta uuden vuosituhannen alusta. Tutkimusala kuitenkin lainaa paljon vanhemmasta mediatutkimuksesta, ja siihen on vaikuttanut myös esimerkiksi sosiaalipsykologia, erityisesti behaviorismi (Ngai, Tao & Moon 2015).

Sosiaalisen median tutkimuksessa ollaankin lisäksi samaan aikaan yhtä kiinnostuneita niin mediajärjestelmistä, kuin niitä käyttävistä yhteisöistäkin. Lisäksi tutkimusala tarkastelee sitä, miten yhteisöt mukautuvat toimimaan niissä raameissa, jotka mediajärjestelmien ominaisuudet niille antavat. Tutkimuksen avulla pystyy jopa jonkin verran oppimaan sen ennustamista, miten ihmiset sosiaalisessa mediassa todennäköisesti käyttäytyvät (Graziani, Melacci & Gori 2019).

Sosiaalisen median tutkimus on jatkuvasti kehittyvä tutkimusala, ja se edelleen on vasta hakemassa omaa identiteettiään. Sen lisäksi, että ala on nuori, se myös käsittelee aihetta, jossa muutos tapahtuu kovaa vauhtia (Carr & Hayes, 2015). Tutkimuksessa usein otetaan näkökulmaksi joko viestintä tai väline, jota käytetään viestimiseen. Sosiaalisen median parissa työskentelevien tutkijoiden keskuudessa kuitenkin vallitsee ymmärrys siitä, että alustan tarjoamat mahdollisuudet vaikuttavat siihen millaista viestinnästä tulee eikä näitä kahta teemaa tulisi erkaannuttaa toisistaan.

Sosiaalisen median tutkimus onkin poikkeuksetta myös medioidun vuorovaikutuksen tutkimusta. Termi on kattokäsite kaikelle sellaiselle vuorovaikutukselle, joka ei ole kasvokkaista vaan käydään jonkin laisen välineen avustuksella. Termi kattaa siis kaiken kirjeestä Zoom-puheluun. Medioidun vuorovaikutuksen etu on siinä, että sen ansiosta ajan ja paikan merkitys on vähentynyt, ja medioitu vuorovaikutus mahdollistaa ihmisten välisen yhteydenpidon silloinkin, kun esimerkiksi viestijöiden välinen etäisyys saattaisi yhteydenpidon muuten estää.

Medioidun vuorovaikutuksen merkittävä ongelma kuitenkin ilmenee siitä, että se jättää liikaa viestinnästä tulkinnanvaraiseksi. Kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa ihminen viestii tarkoituksellisesti useilla eri vihjeillä, kuten äänenpainolla, sisällöllä, kehonkielellä ja paikalla jossa vuorovaikutus tapahtuu, mutta digitaalisessa tilassa kaikki paitsi sisältö on riisuttu pois (Halupka 2018).

Oman viestinsä tulkintaa helpottaakseen monet käyttävätkin hymiöitä (Derks, Bos, & Von Grumbkow 2008). Pahimmassa tapauksessa hymiöt voivat kuitenkin tehdä viestistä entistä sekavamman. Käyttämästäni tutkimusaineistosta selviää, että hymiöiden käyttämisellä on keskustelua syvästi hämmentävä vaikutus.

## **2.2 Merkityksellistäminen**

Asioille merkitysten luominen eli merkityksellistäminen on olennainen osa julkista keskustelua, koska niiden kautta asioita voidaan pitää varsinkin polarisoituneessa keskusteluilmapiiirissä joko positiivisina tai negatiivisina, toivottavina tai välteltävinä. Pakolaiskeskusteluun liittyy vahva me vastaan he -tyylisen asetelman luominen, jossa pakolaisuus nähdään yhteiskunnalle painolastina. Aineistoni perusteella esittelen, millaisilla sanavalinnoilla pakolaisten asemaa yhteiskunnassa merkityksellistetään. Tätä kautta voi myös ymmärtää, miksi pakolaisuus saa monet julkisesti ilmaisemaan joko suuttumusta tai huvittuneisuutta.

Niin ikään Afganistania koskevien uutisjakojen kommenttiosioissa tavalliset käyttäjät luovat tämän suuntaisia merkityksiä. Salla Tuomola on artikkelissaan Pakolaiskeskustelu MV-lehdessä: Merkityksellistämisen mekanismit ideologisissa puhuttelutavoissa käsitellyt yleisiä kommentteissa esiintyviä diskursseja. Niissä toistuu muun muassa viittaaminen sotiemme aikaan, jonka seurauksena syntyy kuva suomalaisista kansana, jotka elää sopusoinnussa keskenään vailla keskinäisiä valtaristiriitoja (Tuomola 2018). Samalla keskustelijat kuitenkin unohtavat joko aktiivisesti tai tahattomasti esimerkiksi karjalaisten evakkojen herättämät katkeruudet ja sen, kuinka esimerkiksi sotienjälkeisen massamuuttoliikkeen seurauksena Ruotsiin lähteneitä pidettiin usein lähestulkoon maanpettureina.

## 2.3 Kliktivismi

Kliktivismiksi kutsutaan matalan kynnyksen aktivismia sosiaalisessa mediassa, joka perustuu somejakojen tykkäämiselle ja jakamiselle. Jaosta tykkäämistä pidetään kevyenä tapana osallistua keskusteluun (Salgado & Bobba 2019) muttei todennäköisesti anna erityisen hyvää kuvaa julkisesta mielipiteestä tai siitä, mikä olisi oikea menettelytapa. ”Like & share” -mentaliteetti voi vetää mukaansa ihmisiä, jotka eivät juuri kliktivismin aiheita tunne, mutta haluavat olla keskustelussa mukana. Vaihtoehtoisesti henkilö saattaa tuntea aiheen, muttei läheskään tarpeeksi syvällisesti.

Kliktivismin mahdollistaa niin ikään medioitu vuorovaikutus ja sosiaalisen median läpitunkeva pinnallisuus. Vaikka termiin suhtaudutaan varsinkin tutkijapiireissä ennen kaikkea negatiivisesti, on kliktivismi pystynyt saavuttamaan jonkinlaisen legitimitetin yhteiskunnassa, koska se on vakiintunut laajalti osaksi sosiaalisen median käyttäjien rutiinia (Halupka 2018).

Facebook-reaktiot toimivat merkityksiä luodessa yhteisöä rakentavana voimana, mutta myös yhteisön jäsenien särmiä tylsistyttävänä tekijänä. Yhteisössä toimivaan henkilöön vaikuttaa niin kutsuttu *social loafing*, jonka mukaan yhteisön jäsen ei ponnistele yhtä paljoa tavoitteidensa eteen, kuin tämä tekisi yksin toimiessaan (Ngai, Tao & Moon 2015). Ilmiön seurauksena esimerkiksi merkitysten luominen jää puolitiehen, ja reaktioiden kautta mielipiteeseen vaikuttaminen palveleekin erityisesti tunteisiin ja puolittotuuksiin luottavien populistien tarkoitusperiä.

## 3 AINEISTO JA METODI

### 3.1 Aineisto

Aineistoni koostuu kuudesta Helsingin Sanomien Kabulin valtausta ja sen seurauksia käsittelevän uutisen somejakoihin jätetyistä reaktioista ja kommentteista. Uutiset ovat peräisin seitsemän päivän ajanjaksolta 16.–23. elokuuta 2021, jolloin aihe oli käytännössä kaikissa niin suomalaisissa kuin kansainvälisissäkin tiedotusvälineissä etusivun juttu. Jutut jotka valitsin tarkasteluun olivat:

1. Kun Taleban eteni, Najia tajusi olevansa ammattinsa takia hengenvaarassa – Peitetarinan turvin hän pakeni kotikaupungistaan Kabuliin 26 tunnin ajan (HS 16.8.2021)
2. Kuva näyttää Kabulista lähteneen ääriään myöten täyden lentokoneen – Yhdysvaltain ilmavoimien koneen kyydissä noin 640 afganistanilaista (HS 17.8.2021)
3. Oikeusministeri Henriksson vaatii pakolaiskiintiön nostamista Afganistanin tilanteen takia (HS 18.8.2021)
4. Ohisalo Ylelle: Sisäministeriö ehdottaa pakolaiskiintiön kaksinkertaistamista (HS 19.8.2021)
5. Kaupunkien palveluissa on havaittu Suomen afganistanilaisten kasvanut ahdistus: ”Sellaista henkistä tukea ihmiset tarvitsevat tällä hetkellä” (HS 23.8.2021)
6. ”He kysyivät, olenko menossa lentokentälle, ja valehtelin, että en” – Evakuoitu kabulilaismies kertoo HS:lle sekasorrosta ja väkivallasta, jota kohtasi matkallaan Suomeen (HS 23.8.2021)

Merkittävä osa niin Helsingin Sanomien Kabulin valtausta koskeneista uutisista keräsivät paljon huomiota sosiaalisessa mediassa, mutta aineistokseni valitsin kaikkein eniten reaktioita keränneet jaot. Näitä eniten huomiota keränneistä jaoista voidaan huomata, että nauru- ja vihareaktiot muodostavat kaikissa jaoissa merkittävän

osuuden reaktioista, monissa ne ovat jopa käytetyimpien reaktioiden joukossa. Artikkelit ovat tavanomaista uutisjournalismia, ja niissä käsitellään niin suomalaispoliitikkojen kannanottoja kuin raportteja paikan päältä Afganistanistakin. Kommenteista sellaisenaan kun ne on jätetty uutisjakoon esittelen jokaisen jaon suosituimman kommentin.

Aineistoksi valikoituneiden uutisjakojeni kommenttiosiot ovat julkisia, ja ne ovat kaikkien nähtävillä Helsingin Sanomien Facebook-seinällä. Tutkimuksessani käytän niiden kommenttiosioden suosituimpia kommentteja, suosituimmuus määräytyy sen perusteella, mitkä kommentit ovat saaneet eniten reaktioita toisilta Facebookin käyttäjiltä. Käsitelen kommentteja kuitenkin anonymisti, enkä viittaa niiden kirjoittajien taustaan yhtä poikkeusta lukuun ottamatta, sillä tuon kommentin jättänyt on yhteiskunnallisesti merkittävä hahmo ja hänen kommenttinsa on saanut näkyvyyttä pitkälti hänen statuksensa edesauttamana.

Tutkimuksessani tarkastelen sitä, millaisia somejakojen reaktiot ovat ja miten nuo reaktiot noteerataan kommenttiosioissa. reaktioissa ja kommenteissa keskitytään. Helsingin Sanomia Facebookissa seuraavaan somen käyttäjän reaktioon vaikuttaa se, mistä uutisessa puhutaan, koska eri uutisaiheet synnyttävät erilaisia reaktioita. Suomalaispolitiikan jäykältä vaikuttavaan kannanottoon saatetaan reagoida huvituksella, mutta jos puhutaankin pakolaiskiintiön nostamisesta, koetaan se ongelmien tuomisena Suomeen ja siten vihareaktion arvoisena. Vihan ja naurun määrä vaihtelee roimasti riippuen siitä, mikä on uutisaiheena ollut, mutta molempia reaktioita löytyy aineiston jokaisesta somejaosta.

### **3.2 Metodi**

Tutkielmassani käsitelen aineistoani kvalitatiivisen sisällönanalyysin metodin keinoin. Tapani lähestyä tätä metodologia on sille yksi tyypillisimmistä, eli havainnoiva. Tieteellistä tutkimusta tehtäessä havainnointia suositaan silloin, kun aiheesta tiedetään vähän ja siitä on muuten vaikeaa kerätä tietoa (Tuomi & Sarajärvi, 2018).

Metodin käyttöön päädyin, koska oma aiheeni on juuri tällainen. Lisäksi kommenttien ja reaktioiden suuresta määrästä huolimatta on vain määrää tarkastelemalla mahdotonta päätellä syy-seuraussuhteita sille, miksi ihmisten reaktiot olivat sellaisia kuin olivat ja miksi ne synnyttivät sellaista keskustelua kuin synnyttivät. Voin hyödyntää analyysissäni kommenttien sisältöä siten, että reflektoin niistä ilmeneviä asenteita esimerkiksi huvittuneiden ja vihastuneiden reaktioiden määrään.

Tällä pohjalla pystyy luomaan käsityksen siitä, mistä reaktiot johtuvat. Sisällönanalyysiä käytetään myös lähdekirjallisuudessa paljon, ja se on mediatutkimuksessa laajalti käytetty tapa tehdä tutkimusta. On kuitenkin tärkeää muistaa, että laadullisen sisällönanalyysi on aina riippuvainen yksittäisen tutkijan henkilökohtaisesta tulkinnasta. Analyysia tehdessä työskentelee sellaisten kysymysten parissa, jotka tutkivat yksilöllisiä kokemuksia yhteiskunnallisten ilmiöiden merkityksistä (Schreier 2012).

Sisällönanalyysin käyttäminen suosii myös tutkijan tekijää tekemään omia tulkintojaan. Pääsenkin siis aineistoni kommentteja tulkitsemalla tekemään myös omaa pohdintaa lähteisiini pohjaten siitä, miksi inhimillinen kärsimys voidaan kokea esimerkiksi huvittavana.

Aineiston laadullinen analyysini teen näin keskittymällä kommentteihin ja reaktioihin enemmän kuin itse somejaossa olevaan uutiseen. Mielenkiintoni onkin siis käyttäjien keskinäisessä vuorovaikutuksessa. Myös kommentteihin voi reagoida hymiöillä, joten suurin analysoinnin kohde tulee olemaan kommenttien sisältö.

Taulukko 1: Helsingin Sanomien Facebook-jakojen kommenttiosioden tarkastelua

Somejako:	Reaktioiden määrä	Joista viha- tai naurureaktioita	Kommenttien määrä	Suosituin kommentti	Reaktiot suosituimmassa kommentissa	Oma tulkinta suosituimmasta kommentista
jako 1	1029	15	99	"Naiskysymys ei ole ainoastaan naiskysymys vaan ihmiskunnan kysymys." -Minna Canth	176	Uutisen tarinan keskiössä oli työssäkäyvä nainen, ja tämän takia henkilö sopi "hyvän pakolaisen" narratiiviin eikä siksi herättänyt porua. Suomalaisen feministin siteeraamista ei koettu tämän takia uhkaavaksi miltään taholta, vaan hienoksi sitaatiksi.
jako 2	1655	79	736	Avuntarvitsijat eli naiset ja lapset jätetty oman onnen nojaan.	445	Jutun pääkuvana toimi hätkähdyttävä kuva, jossa amerikkalainen sotilaskone oli ääriään täynnä pakolaisia. Heistä enemmistö oli miehiä. Suosituin kommentti sivuutti jutun aiheen itsessään ja oli kiinnostunut vain kuvituksesta.
jako 3	828	206	257	Ranska ja Saksa ilmoitti ei toisteta vuoden 2015 virheitä. Odotellaan, nyt kuinka moni Suomen ministeri lupaa asuntonsa käyttöön.	131	Kommentoija sidosti meneillään olevan uutistarinan vuoden 2015 pakolaiskriisiin, jonka aikana pääministeri Juha Sipilä antoi turvapaikanhakijoille sijan kotoaan. Poleeminen kommentti antoi ymmärtää, että

						Suomen pitäisi toimia toisin koska muutkin toimivat.
jako 4	1183	446	411	<p>Kun pakolaiskiintiön nostaminen yhdistetään retuperällä olevaan kotouttamisjärjestelmään, jäykkään työmarkkinaan ja poliisin budjetin leikkauksiin, niin tulos on sisäisen turvallisuuden heikkeneminen.</p> <p>Sisäministerin toivoisi ajavan toisenlaista kehitystä.</p> <p>Laitetaan ensin tämä meidän järjestelmä kuntoon, sitten voidaan harkita pakolaiskiintiöiden rukkaamista. Toistaiseksi paras ja tehokkain tapa auttaa on mahdollisimman lähellä lähtömaata.</p>	373	Kommentin jättäjä on aktiivisesti sosiaalisen median keskusteluun osallistuva oppositiopuolueen edustaja. Henkilön auktoriteetti näkyy reaktioiden merkittävässä määrässä, ja kommentin analyttisyys ja mitta on tulkittavissa myös eräänlaiseksi kampanjoinniksi.
jako 5	281	82	81	Mikä toisten ahdingossa naurattaa? Saatteko energiaa toisten tuskasta? Vai nauratteko sen takia, että voitte sivuuttaa asian eikä tarvitse ajatella tilannetta?	124	Jutun reaktioista yli neljännes oli vihaa tai naurua, ja vastareaktiona kommentoija kommentoi itse jutun sisällön sijasta tätä havaintoa. Juttu käsitteli Suomen sisällä tapahtuvia asioita, ja negatiiviset kommentit antoivat ymmärtää, että pakolaisten asiat ovat Suomessa kantaväestöä paremmin.

jako 6	624	189	480	<p>Kabulissa on ilmeisesti jonkin verran Suomen kansalaisuuden jo saaneita turvapaikanhakijoita. Mitä he siellä tekevät, jos ovat hakeneet ja saaneet turvapaikan Suomesta ja Suomen kansalaisuuden? Kuinka monta kertaa samat ihmiset pitää pelastaa?</p>	152	<p>Kommentoija sivuutti jutun aiheen, ja halusi päivitellä turvapaikanhakijoiden oletettua vastuuttomuutta ja passiivisuutta. Sanavalinnoilla kommentoijan taustatiedot aiheeseen voidaan todeta puutteellisiksi.</p>
--------	-----	-----	-----	--	-----	---

## 4 ANALYYSI

Laskin uutisjakojen keräämien viha- ja naurureaktioiden prosenttiosuudet laskemalla ensin kaikkien reaktioiden määrän yhdessä jaossa, sitten laskemalla yhteen viha- ja naurureaktioiden määrän tuossa jaossa ja lopulta laskin tuon summan osuuden jaon kaikkien reaktioiden määrästä. Eniten negatiivisia reaktioita keräsivät jaot, joissa oli haastateltu suomalaisia poliitikkoja. Oikeusministeri Henrikssonin lausuntoa käsitelleen jutun reaktioista vihaa tai naurua oli 24,88% reaktioista, ja sisäministeri Ohisaloon lausuntoa käsitelleen jutun reaktioista peräti 37,70% reaktioista olivat negatiivisia.

Vähiten vihaa herätti afganistanilaisen, koulutetun naisen tarina, koska kouluttautuminen, tai pikemmin sen puute on yksi suurimmista argumenteista joita maahanmuuttovastaiset piirit Euroopassa toistelevat (Breazu & Machin 2019).

Tämän tarinan kanssa resonoiva miehen tarina ei kuitenkaan herättänyt samanlaista sympatiaa. Usein islamilaisista maista tulevista pakolaisista keskusteltaessa toistuva teema on nostaa esille sukupuoli. Lähi-Idän sukupuoliroolit nähdään stereotyyppisesti ja yksipuolisesti naisia sortavana, joten nainen nähdään ”hyvänä pakolaisena” (Fiddian-Qasmiyeh 2014, 77). Tämä näkyy uutisjaon 2 suosituimmasta kommentista, jossa toistetaan suosittua narratiivia jonka mukaan naiset ja lapset on jätetty oman onnensa nojaan.

Jaosta ainoa Suomen oloihin keskittyvä uutinen sai reagoijissa paljon soraääniä aikaan. Vaikka reaktioista 29,18 prosenttia oli vihaa tai naurua, niin kommentteissa korostui tämän suuren negatiivisuusryöpyn ihmettely.

Aineistosta voi huomata, että pakolaiset esitetään yhteiskunnalle yksinomaan painolastina niin pakolaisia vastustavien kuin puolustavienkin tahojen riveissä. Ero on siinä, että pakolaisten puolella olevat näkevät heidän auttamisensa vaativana mutta välttämättömänä vastuullisuuden muotona. Myös pakolaisten asiaa ajavatkin siis usein hairahtavat yksinkertaistettuun ja uuskolonialistista sanastoa mallintavaan

kielenkäyttöön, jota voi hyvällä syyllä pitää alentavana (Holohan 2019), joskin tarkoitusperiltään he tarkoittavat hyvää. Vastustajat taas liittävät poikkeuksetta narratiiviinsa negatiivisia merkityksiä, kuten rikollisuuden lisääntymisen, olkoonkin että rikollisuutta ei vaikkapa vuoden 2015 pakolaiskriisi merkityksellisesti lisännyt (Sakib & Ishraque Osman 2020).

Kommentoijat eivät aina olleet erityisen kiinnostuneita faktoista, tai ainakaan tarkastelemaan uutista pintapuolista tietoa tai ensireaktiota syvällisemmin. Tämän osoittaa varsinkin uutisjako 6:n suosituin kommentti, jossa kommentoija kertoo Kabulissa ”ilmeisesti” edelleen olevan paljon jo Suomesta turvapaikan saaneita. Sen enempää lähdettä tai tarkempaa faktatietoa tarjoamatta hän on kuitenkin onnistunut saamaan viestinsä kommenttiosion näkyvimmäksi. Tätä voi selittää Facebookin informaatioarkkitehtuurilla, joka rakenteensa puolesta rohkaisee käyttäjiäänä lukemaan kommentteja hyppien ja pintapuolisesti (Paasonen 2014)

#### **4.1 Reaktiot vaikutuskeinona**

Varsinkin maahanmuuttovastaiset Facebookin käyttäjät toivat yksilöinä reaktiovaikuttamisen mukanaan kommenttiosioon. He pystyvät samaistumaan toisiinsa uutisten kommenttipalstoilla liittämällä turhautumista ja huumoria kommentteihinsa (Brezu & Machin 2019). Näin yksittäiset kommentoijat osallistuivat tahattomasti vihaa lietsovaan viestintästrategiaan, jota aiemmin mainitut äärioikeistolaiset organisaatiot ovat systemaattisesti omassa someviestinnässään hyödyntäneet.

Reaktiovaikuttamisen tausta löytyy kuitenkin tarkemmin harkitusta lähestymistavasta, jota muun muassa äärioikeistolaiset järjestöt käyttävät omassa Facebook-viestinnässään (Matamoros-Fernández 2018). Strategiaa ovat esimerkiksi äänestysten järjestäminen, joihin vastataan yleensä joko viha- tai sydänreaktiolla. Äärioikeisto on valjastanut sosiaalisen median tehokkaasti oman identiteettinsä rakennusvälineeksi, koska valtamediasta poiketen somealustat mahdollistavat niistä aiheista puhumisen, joista perinteisten tiedotusvälineiden ajatellaan vaikenavan (Tuomola 2018).

Suomessa ainakin perussuomalaiset poliitikot ovat käyttäneet juuri esimerkiksi someäänestyksiä strategianaan. Monilla puolueen jäsenillä onkin merkittävä somepreesens, esimerkkeinä mainittakoon Jani Mäkelä ja Veikko Vallin. Esimerkki löytyy myös hyödyntämästäni aineistosta, sillä somejaon 4 suosituin kommentti oli kokoomuslaisen poliitikon kirjoittama. Kommentti oli pitkä, jäsenelty ja argumentaatioltaan huolellisesti rakennettu. Kommentin jättäjä on aktiivisesti kommentoimassa ajankohtaisia aiheita useilla eri sosiaalisen median kanavilla, ja on sisällyttänyt Facebookissa nimeensä niin puolueensa kuin vaalipiirinsäkin. Kommentoija pyrkiikin someaktiivisuudellaan saavuttamaan kansanomaisen ja helposti lähestyttävän imagon.

Organisaatiot, kuten puolueet tai kansalaisjärjestöt eivät kuitenkaan ole Suomessa ottaneet käyttöön someaktiivisuuteen yllyttäviä keinoja, ja siksi syntyykin helposti illuusio sosiaalisessa mediassa vaikuttavista poliitikoista itsenäisinä kansalaisina. Keskiuerto Facebook-käyttäjä voikin tajuamattaan levittää edellä mainittuja vaikutusstrategioita eteenpäin, vaikkei olekaan suoraan esimerkiksi Facebook-reaktioilla käytäviin mielipidemittauksiin törmännyt.

## **4.2 Reaktiot vihamielisyyksien lietsojana**

Aineistossani merkillepantavaa oli, kuinka kaikissa jaoissa löytyi kommentteja jotka vertasivat Afganistanin tilannetta Suomen tilanteeseen toisessa maailmansodassa. Niin ikään kommentteissa huomautettiin sosiaalisista ongelmista kantasuomalaisten keskuudessa. Kylmäkiskoinen asenne afganistanilaisia kohtaan ja eurosentriset, afganistanilaista kulttuuria vähättelevät puheet nousivat odotusteni mukaisesti melko kuumaksi aiheeksi.

Kommentoijat ovat herkkiä reagoimaan toistensa kommentteihin, sillä uutisen kirjoittaneen toimittajan kanssa Facebookin käyttäjä ei voi enää keskustella. Kommenttiosiossa korostuu tunnepohjaisuus, ja Facebookin vajavaisuus

viestintäalustana mahdollistaa nopeat muiden keskustelijoiden tunteita, arvoja ja tavoitteita koskevat yleistyksset (Paasonen 2014).

Kuten itse julkaisuun, myös kommentteihin voi vastata reaktiolla. Pakolaisia demonisoivat kommentit keräsivät paljon vihareaktioita, kun taas heitä puolustaviin kommentteihin reagoitiin naurulla. Naurureaktioiden käyttöä voidaan käsitellä kutsuna nauramaan alempiarvoisena nähdylle ihmisryhmälle (Breazu & Machin 2019). Alempiarvoiseen ryhmään kuuluvaksi nähdään tässä kontekstissa pakolaiset, mutta myös heidän puolustajansa. Medioidussa ja polarisoituneessa ilmapiirissä keskustelijoille syntyvät hahmotyypit, kuten ”suvakki” tai ”persu”, ja keskustelijat olettavat toisten keskustelijoiden seuraavan orjallisesti hahmotyyppiensä karikatyyrisiä piirteitä. (Paasonen 2014).

### **4.3 Reaktioiden merkitys vaihtelee uutisaiheesta riippuen**

Huomattavia olivat myös erot siinä, mihin kommentoijat huomionsa uutisissa kiinnittivät. Pakolaiskiintiötä käsittelevissä uutisissa negatiivinen kommentointi keskittyi Suomen sisäisiin asioihin, kuten kantasuomalaisten ahdingon ilmi tuomiseen tai poliitikkojen haukkumiseen. Pakolaiskiintiötä käsittelevissä uutisissa kuvitus oli pääasiassa poliitikkojohtoista, joten kommentit saattoivat kohdistua suoraan esimerkiksi sisäministeri Ohisaloon tai oikeusministeri Henrikssonin edustamaan RKP:hen. Kotimaan uutiset keräsivät vihaisia reaktioita enemmän suhteessa naurureaktioihin. Reagoiminen muuntautuikin tässä tapauksessa tavaksi ottaa kantaa sisäpolitiikkaan pakolaiskysymyksen varjolla ratsastaen.

Naurua sen sijaan uutinen keräsi enemmän silloin, kun aihe muuttui tarpeeksi kaukaiseksi. Kabulilentoaseman kaaosta käsittelevän jutun kommentteissa vitsailtiin koronarajoituksista ja afganistanilaisten koulutustasosta. Niin ikään naurureaktioita kummastelleet kommentit keräsivät ketjureaktion omaisesti lisää naurureaktioita.

Ei ole sattumaa, että juuri maahanmuuttoa ja pakolaisuutta käsittelevä aihe kerää paljon reaktioita osakseen. Facebookin algoritmi toimii tätä nykyä niin, ettei se enää ainakaan periaatteessa priorisoi uutisjakoja yli muiden jakojen. Siksi mediatalojen Facebook-jakojen menestyksekkyyden on tullut riippuvaiseksi siitä, kuinka voimakkaita tunteita ne pystyvät lukijoissaan herättämään (Hågvar 2019). Vallitsevat olosuhteet saavat mediatalot suosimaan sosiaalisen median strategiassaan sellaisten uutisten jakamista, joiden uskotaan lähtevän tässä tapauksessa juuri Facebookin käyttäjien jakamisen myötävaikutuksesta leviämään.

## 5 POHDINTA

### 5.1 Facebook-viestinnän kompastuskivet

Tutkimukseni onnistumisen kannalta olennaista oli valita tarkasteluun sopivat uutisjaot. Aineiston voi sanoa palvelleen tarkoitukseni hyvin, koska löysin yhtäläisyyksiä reaktioista vaikka keskustelijat jakojen välillä vaihtuivatkin. Vaikka mielenkiintoni olikin nimenomaan aineiston laadullisessa tarkastelussa, niin aineiston muodostaneet somejaot valitsin nimenomaan sen perusteella, että ne olivat saaneet paljon reaktioita Facebookin käyttäjiltä. Täten niiden voidaan sanoa olleen kaikkein eniten suurta yleisöä liikuttaneita.

Tutkimukseni perusteella voidaan osoittaa, että Facebook-reaktiot ovat yrityksen tavoitteiden mukaisesti alustansa viestintää monipuolistava ominaisuus, mutta reaktioiden käyttämiseen liittyy eri ihmisillä hyvin erilaisia käsityksiä siitä milloin niistä mitään tulisi käyttää. Tästä johtuen monipuolistunut viestintä ei ole toistaiseksi ainakaan tuonut harmoniaa Facebookissa käytävään keskusteluun.

Sen sijaan reaktioiden merkityksen sirpaleinen käsittäminen tarkoittaa sitä, että niillä voidaan vahvistaa Facebookissa toimivien yhteisöjen koheesiota. Reaktioita käytetään vallankäytön välineenä, sillä ne tarjoavat jaetun tunteen kokemuksen (Breazu & Machin 2019). Nämä alaryhmät ovat kuitenkin usein hyvin yksinäisiä (kuten esimerkkinäni käyttämät äärioikeistolaiset yhteenliittymät) eivätkä reaktiot näin juuri edistä Helsingin Sanomien kaltaisten, monista taustoista lukijakuntansa keräävien instituutioiden uutisjaoissa olevien kommenttiosoiden keskustelukulttuuria.

Yhtäläisyyksiä eri jaoissa olevien reaktioiden välillä löysin johtuen siitä, että niiden aiheet herättivät voimakkaita reaktioita ja kaikissa niissä reagoijien mahdollisuuksia viestiä rajoittivat samat, Facebookin luomat raamit. Kaikissa sosiaalisen median palveluissa on omat rajoitteensa johtuen ajan ja fyysisen tilan puutteesta, ja siksi nettikeskustelulla on reaali maailmaan verrattuna vähemmän keskustelun vakauttamista ja kompleksisuuden helpottamista edistäviä resursseja (Benski & Fisher 2014).

Facebook on onnistunut näiden ongelmien taklaamisessa kenties kaikista valtavirran sosiaalisista medioista parhaiten, mutta palvelun uniikista luonteesta johtuen myös viestinnän ongelmia voisi nimittää uniikeiksi.

Facebook on alustana pyrkinyt parantamaan viestintämahdollisuuksia juuri lisäämällä reaktiot tavallisen tykkäyksen kumppaniksi. Ennen vuotta 2016 vain saatavilla ollut tykkääminen ei juuri kertonut käyttäjille siitä, miksi julkaisusta tykätään. Reaktiot yritys lisäsi sovellukseen, koska se oli saanut palautetta siitä, kuinka vaikeaa Facebookissa on ilmaista sympatiaa (Eberl, Tolochko, Jost, Heidenreich & Boomgaarden 2020).

Facebookissa tapahtuva viestintä on tunnepitoista ja ensireaktioon perustuvaa. Sovelluksessa nopeus on valttia, ja retoriikka painaa usein asiapitoisuutta enemmän. Nopea ja hauska kerää eniten reaktioita, ja ensimmäiset määrittelevät keskustelun suunnan ja sävyn. Lisäksi tuntemattomien ihmisten kanssa viiveellä väittelemine ei luo hedelmälliselle keskustelulle pohjaa.

## **5.2 Mitä meidän pitäisi tehdä kliktivisille?**

Reaktionappulaa klikkaamalla yhteiskunnalliseen keskusteluun vaikuttaminen ei välttämättä ole huono asia. Ideaalitalanteessa se on nopea ja tehokas tapa saada monien huomio tärkeisiin asioihin. Erilaiset kampanjat saavat helposti näkyvyyttä kliktivismin avulla ja näkyvyys on kampanjoille edellytys menestyä, koska jos niistä ei kukaan kuule niin kukaan ei voi niihin ottaa myöskään osaa.

Kliktivismin voi nähdä hyvin demokraattisena tapana osallistua kansalaisvaikuttamiseen, sillä hyvin usein osallistuminen tai osallistumatta jättäminen mielletään kulukysymykseksi. Internet on laskenut tämän takia kynnystä osallistumiselle huomattavasti. Internetin helppo saatavuus on jopa nostanut aiemmin anonyymeja bloggareita julkisuuteen ja median valtarakenteisiin vaikuttamaan (Butler 2011, 6). Ei voi toki olettaa kaikkien kliktivistien toimivan samoin, mutta edellä mainittu esimerkki osoittaa, että jostain on aloitettava ja internet-vaikuttaminen voi ainakin aktiivisimmilla johtaa merkittäviin konkreettisiin tekoihin.

Ongelmana kuitenkin on se, että klikktivismi on usein liiankin nopeaa. Sosiaalisen median käyttäjät eivät välttämättä tiedä kuin pintapuolisesti mihin ottavat kantaa, eivätkä he myöskään todennäköisesti hahmota tekojensa seurauksia. Reaktion painaminen ei vielä paljoakaan vaikuta todellisen maailman menoon, mutta kuitenkin vahvistaa meissä asenteita ja käsitystä siitä, mikä on julkinen mielipide. Sosiaalisessa mediassa yleisöt ovat kuitenkin pirstaloituneet niin moneen eri osaan, etteivät Facebook-reaktiot pysty tarjoamaan kuin illuusion julkisesta mielipiteestä.

Klikktivismin nopeuden huono puoli on myös se, että harva kiinnittyy sen myötä aktiiviseen kantaa ottamiseen ja näin pyrkii internetissä toiminnallaan todella vaikuttamaan konkreettisiin tekoihin. Koska monille reaktionappulan painaminen riittää, klikktivismi on saanut terminä huonon kaiun tutkijapiireissä ja siltä puuttuu julkisessa keskustelussa vaadittava uskottavuus. Yleensä tämän voi muutokseen pyrkivä yhteisö saavuttaa legitimitetillä, uskollisuudella ja sinnikkyydellä (Halupka 2018, 4). Koska klikktivismi koostuu sattumanvaraisesti toisensa internetissä kohtaavista yksilöistä, ei yksikään näistä kriteereistä pääse täytymään.

### **5.3 Potentiaalinen jatkotutkimus**

Facebook-reaktioista on jo, kuten käyttämäni lähteet todistavat, tehty jonkin verran tutkimusta, mutta viestintämahdollisuutena ne ovat sosiaalisessa mediassa niin erityinen ominaisuus, että niiden tarkastelu ansaitsisi enemmänkin huomiota. Reaktioiden seuraamiseen perusteella on pyritty esimerkiksi luomaan datapohjaista järjestelmää, jolla mahdollisesta uutisjaoista seuraavaa polemiikka voitaisiin ennustaa (Basile, Angelo, Caselli & Malvina 2017). Tutkimuksen perusteella tulisi pyrkiä selvittämään sitä, onko uutisjaon tarkastelija kiinnostunut uutisoinnin kohdetta vai uutisoijaa. Voidaan sanoa, että jos kyse on jälkimmäisestä vaihtoehdosta, on viestintä epäonnistunut, koska itse uutisen sisältöä ei enää pidetä merkityksellisenä. Tutkimuksesta olisi hyötyä erityisesti uutisia tuottavalle taholle.

Klikktivismi taas on termi, jonka tulisi olla osa jokaisen arkisanastoa. Nykyään hyvin moni pitää itseään aktivistina, vaikkei käytännössä juuri maailman menoon vaikuta. Haluaisin

nähdä sosiaalisen median käyttäjiin keskittyvää tutkimusta, joissa selvitetään heidän aktiivisuuttaan internetissä käytävissä keskusteluissa ja millaiseksi he kokevat oman panoksensa siinä.

# LÄHTEET

Basile, A., Caselli, T., & Nissim, M. (2017). Predicting Controversial News Using Facebook Reactions. In Proceedings of the Fourth Italian Conference on Computational Linguistics (CLiC-it 2017)

Benski, T., Fisher, E. (2014). Internet and Emotions. New York: Routledge

Breazu, P., & Machin, D. (2019). Racism toward the Roma through the affordances of Facebook: bonding, laughter and spite. *Discourse & Society*, 30(4), 376–394

Butler, M. (2011). Clicktivism, slacktivism, or “real” activism cultural codes of American activism in the internet era.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65.

Derks, D., Bos, A. E. R., & von Grumbkow, J. (2008). Emoticons in Computer-Mediated Communication: Social Motives and Social Context. *CyberPsychology & Behavior*, 11(1), 99–101.

Eberl, J.-M., Tolochko, P., Jost, P., Heidenreich, T., & Boomgaarden, H. G. (2020). What’s in a post? How sentiment and issue salience affect users’ emotional reactions on Facebook. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(1), 48–65.

Fiddian-Qasmiyeh, E. (2014). *The ideal refugees: Gender, Islam, and the Sahrawi politics of survival*. Syracuse University Press.

Graziani, L., Melacci, S., & Gori, M. (2019). Jointly Learning to Detect Emotions and Predict Facebook Reactions. *ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS AND MACHINE LEARNING - ICANN 2019: TEXT AND TIME SERIES, PT IV*, 11730, 185–197.

Halupka, M. (2018). “The legitimisation of clicktivism.” *Australian Journal of Political Science*.

Holohan, S., (2019) Some Human's Rights: Neocolonial Discourses of Otherness in the Mediterranean Refugee Crisis. *Open Library of Humanities* 5(1), 27

Hågvar, Y. B. (2019). *News Media's Rhetoric on Facebook*.

Matamoros-Fernández, A. (2018). Inciting anger through Facebook reactions in Belgium: The use of emoji and related vernacular expressions in racist discourse. *First Monday*, 23(9) (2018)

Ngai, E. W. T., Tao, S. S. C., & Moon, K. K. L. (2015). Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. *International Journal of Information Management*, 35(1), 33–44.

Paasonen, S. (2014). Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit. *Media & Viestintä*, 37(4) (2014)

Sakib, N., & Ishraque Osman, S. M. (2020). Syrian refugee influx and the rise of far-right rhetoric: a quasi-experimental investigation. *European Politics and Society* (Abingdon, England), 21(4), 371–383.

Salgado, S., Bobba, G. (2019). News on Events and Social Media: A Comparative Analysis of Facebook Users' Reactions. *Journalism Studies*, 20:15, 2258-2276.

Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in Practice*. Los Angeles: SAGE.

Tuomi, J., Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Tuomola, S. (2018). Pakolaiskeskustelu MV-lehdessä : Merkityksellistämisen mekanismit ideologisissa puhuttelutavoissa.