

Neea Virlander

”SYYTTELYÄ JA EPÄUSKOA”
Journalismin ja yleisön suhde maailman ylikulutus-
päivää koskevien Ylen ja Iltalehden uutisten
kommenteissa

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Joulukuu 2023

TIIVISTELMÄ

Neea Virlander: Journalismin ja yleisön suhde maailman ylikulutus-päivää koskevien Ylen ja Iltalehden uutisten kommentteissa

Kandidaatintutkielma

Tampereen yliopisto

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Joulukuu 2023

Nykypäivänä lähes jokaisella on älylaite, jolla on mahdollista ottaa kantaa ja kommentoida uutisia matalallakin kynnyksellä. Uutisten kommenttikentät täyttyvät nopeasti keskustelulla ja usein jo jutun aiheesta voi päätellä, saako se vastaansa suuren kommenttivöryn. Ilmastoaiheet puhuttavat paljon, ja kommenttikentistä voikin usein havaita kirjoittajien tunteiden kuumenemista. Myös poliittiset tilanteet ja muutokset hallituspuolueissa nostavat keskustelua pinnalle.

Tässä tutkielmassa tarkoituksena on tarkastella, millaista suhdetta maailman ylikulutus-päivän uutisten kommentit rakentavat yleisön ja journalismin välille Ylen ja Iltalehden verkkouutisten kommenttikentissä. Tämän suhteen rakentumista tarkastellaan retorisen analyysin keinoin ensin luokittelemalla kommentteja ryhmiin niiden sisällön ja argumentin perusteella ja sen jälkeen niitä tarkastellaan retoristen keinojen valossa. Tutkielman aineisto koostuu Ylen ja Iltalehden maailman ylikulutus-päivän uutisten kommenttikentistä ja kattaa 142 kommenttia.

Tutkielman alussa käydään läpi affektin, retoriikan ja verkkokeskustelun käsitteet ja tarkastellaan aiempaa tieteellistä keskustelua, sitten siirrytään aineiston tarkempaan kuvaukseen ja analysoidaan kommentteista muodostuneita ryhmiä. Lopputulemana tutkielmassa havaitaan, että suurin osa kommentteista on negatiivisia ja luottamussuhde vaikuttaa kommenttien perusteella heikolta. Uutiskommenttien negatiivisuus ja heikko luottamuksen ilmaisu voi johtua monesta eri tekijästä, joita käsitellään pohdintaosiossa. Esimerkiksi kommenttien takana piilevät tunteet, kuten syyllistetyksi tuleminen tunne, aiheuttavat vahvempaa retorista ilmaisua kommentteissa. Lisäksi nimettömänä kommentoinnin mahdollisuus antaa kommentoijalle tilaisuuden kommentoida tunnistamattomasti, jolloin kohteliaisuutta ei koeta yhtä tarpeelliseksi kuin tunnistettavan nimen takaa. Kommentteista huomataan myös, etteivät journalistiset toimintatavat ole monille kommenttien lähettäjäille tuttuja, minkä voidaan päätellä vaikuttavan luottamussuhteeseen journalismin ja yleisön välillä.

Avainsanat: kuluttaminen, retoriikka, argumentaatio, uutiset, kommentointi, affektiivisuus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	3
	2.1 Affektiivisuus	3
	2.2 Retoriikka	4
	2.3 Verkkokeskustelu	5
3	ONGELMANASETTELU	7
	3.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	7
	3.2 Aineisto	8
	3.3 Menetelmä	10
4	ANALYYSI JA TULOKSET	12
	4.1 Kommenttiryhvät	12
	4.1.1 Syyttely.....	14
	4.1.2 Epäusko	15
	4.1.3 Pienemmät ryhmät	16
	4.2 Epäluottamus pääpiirteenä.....	18
	4.2.1 Yhtenevät piirteet	18
	4.2.2 Negatiivisuus ja tietämättömyys	19
5	POHDINTA.....	21
6	LÄHTEET	25
	Kirjallisuus	25
	Lehtiartikkelit	27
	LIITE 1. TUTKIMUSAINEISTO.....	28

1 JOHDANTO

Maailman ylikulutuspäivä oli jo 2. elokuuta 2023, mutta kulutuskeskustelu on silti ajan-kohtainen. Joulun alla mainostetaan alennuksia jos jonkinlaisilla merkkipäivillä, kuten black fridayna, sinkkujen päivänä ja joulualennuksina. Lisäksi näiden päivien ympärille on luotu esimerkiksi black week, jolloin alennuksia ja kuluttamista voidaan mainostaa koko viikon ajan. Kulutusjuhla jatkuu, vaikka tällä menolla tarvittaisiin 1,7 maapalloa, jotta kaikki kuluttamamme luonnonvarat riittäisivät vuodeksi (Iltalehti 2023).

Kun hallitus vaihtui uuteen, myös keskustelu mediassa muuttui. Uuden hallituksen toimikausi alkoi 20. kesäkuuta 2023 ja hallituksen muodostavat kokoomus, perussuomalaiset, ruotsalainen kansanpuolue ja kristillisdemokraatit. Uuden hallituskauden alettua kritiikki ja luottamuksen epäily journalistista mediaa kohtaan ovat lisääntyneet, vaikka suomalainen journalistinen kenttä on pitkälti riippumatonta journalistin ohjeisiin sitoutunutta. Esimerkiksi monet perussuomalaisten merkittävät edustajat ovat syyttäneet mediaa puolueellisuudesta. Esimerkiksi valtiovarainministeri Riikka Purra kuvasi uutismedioissakin käytyä rasismikeskustelua ”ajojahdiksi” ja syytti uutismedioita puolueellisuudesta (Yle 12.8.2023). Lisäksi Iltalehden toimittaja Ida Erämaa joutui maalittamisen kohteeksi kirjoitettuaan perussuomalaisten suhteesta mediaan. Tekstissä hän arvosteli perussuomalaisia heidän halustaan rajoittaa lehdistönvapautta, kun media oli tuonut esille heidän kytköksiään äärioikeistoon (Iltalehti 2023). Erämaalle tapauksen myötä tulleista viesteistä noin kymmenkunta oli raiskaus- ja tappouhkauksia. Lisäksi poliitikot pyrkivät kyseenalaistamaan hänen uskottavuutensa journalistina. (Journalisti 2023).

Merkittävän julkisen kritisoinnin ja keskustelun muutoksen myötä toimituksissa ollaan suuren kysymyksen äärellä. Miten säilytetään yleisön luottamus, kun mediaa kritisoidaan suomalaisessa kontekstissa suurten auktoriteettien asemasta? Tämän pohdinnan myötä päädyin tarkastelemaan, millaisin keinoin ja millaisena yleisön luottamus- tai epäluottamussuhde uutismediaan näyttäätyy medioiden omissa kommenttikentissä.

Tämän tutkielman tarkoituksena onkin tutkia uutiskomenttien ja journalismin suhdetta. Millaisena esimerkiksi luottamussuhde näyttäätyy ja miten se ilmenee?

Tutkielma toteutetaan tarkastelemalla Ylen (Yleisradio) ja *Iltalehden* kommenttikenttiä ylikulutusta käsittelevien uutisten alta.

Maailman ylikulutuspäivää koskevien uutisten kommenttikentissä epäillään muun muassa järjestön organisoivan aiheen uutisointia ja jutun tietoja epäillään muutelluksi räikeämpien uutisotsikoiden takia.

Aineiston lähteeksi valitsin kaksi suurta suomalaista verkkomediaa, jotka tarjoavat käyttäjilleen avoimia alustoja kommentoida, sillä erityisesti suurelle yleisölle avoin kommenttikeskustelu oli tutkimuksen kannalta kiinnostavaa. Näin maksumuuri ei rajaisi kommentoijia valmiiksi.

Tutkimuksen aineiston kommentit on kerätty Ylen ja *Iltalehden* elokuussa julkaistuista vuoden 2023 maailman ylikulutuspäivää koskevien uutisten kommenttikentistä. Tutkimukseni kohteena ovat siis verkkouutisten kommentit, joista tarkastelen retorisen ja laadullisen analyysin keinoin sitä, millaisena journalismin ja yleisön suhde aineiston kommentteissa näyttäytyy, ja millaisin keinoin siihen viitataan.

Seuraavissa luvuissa asetetaan aihe tarkemmin aiemmin käydyn tieteellisen keskustelun kontekstiin ja tutkitaan luottamussuhdetta retoristen keinojen ja affektiivisuuden käsitteen avulla.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä luvussa käsitellään yleisön ja julkaisijan suhteen ympärillä käytyä tieteellistä keskustelua sekä esitellään tutkielman teemaan liittyviä keskeisiä käsitteitä, joiden avulla journalismin ja yleisön suhdetta myöhemmin tarkastellaan. Luvussa 2.1 tarkastellaan affektiivisuuden käsitettä, sillä ihmisen toimintaan liittyy lähes väistämättä jokin emotionio, eli tunne. Luvussa 2.2 avataan retoriikan käsitettä, jonka avulla myöhemmin tarkastellaan kommentteista luotuja ryhmiä. Luvussa 2.3 käsitellään verkkokeskustelua ja sitä, mitä sillä tässä tutkielmassa tarkoitetaan.

2.1 Affektiivisuus

Affektin käsite linkittyy vahvasti tunteisiin, ja usein sitä saatetaankin käsitteenä käyttä hieman ristiin tunteiden käsitteen kanssa. Kyse ei kuitenkaan ole vain suorista tunneilmaisuuksista, kuten ”olen aika hermostunut”, vaan affekti tulee näkyviin myös sanavalintojen ja metaforien tasolla (Rantasila 2020, 428).

Affektiiviset käytännöt ovat toimintatapoja, joita käytetään esimerkiksi kielellisellä tasolla. Ne ovat yhteydessä sosiaalisissa vuorovaikutustilanteissa ja jokapäiväisessä elämässä. Nämä käytännöt myös auttavat muodostamaan erilaisia ihmisryhmiä ja luokkia niille ominaisten tunteiden perusteella, sillä tunne ei koske vain yksilöä itseään, vaan on aina suhteessa myös muihin (Wetherell 2012, 51–52; 103). Esimerkki affektiivisesta käytännöstä voisi olla retoriikan keinojen yhdistäminen vahvaan emootioon tai esimerkiksi kommenttikentissä trollaaminen, jossa tavoitellaan ärsyttämistä tai tunnereaktion aiheuttamista. Verkkokeskusteluissa näkyvissä tunteiden purkauksissa onkin kyse affektiivisista käytännöistä ja tunteiden sanallistamisesta, joista voi verkkokommenttien kesken muodostua jaettuja yhteisiä puhetapoja ja käsityksiä. (Vainikka 2019, 3.)

Affektiivisuutta ei kuitenkaan käytännössä ole mielekästä erottaa vain kommentteihin itseensä, sillä kielellä on aina tarkoitus kommunikoida jonkun kanssa. Siksi, vaikka tässä tutkielmassa tarkastellaankin kommentteja, on hyvä pitää mielessä, että kommentit ja niiden affektiivisuus liittyvät aina paitsi kommentin lähettäjään, myös viestin

vastaanottajaan sekä käsiteltävään aiheeseen. Tämän huomion pyrin pitämään mahdollisimman hyvin mukana tutkielman edetessä.

2.2 Retoriikka

Affektiivisiä käytäntöjä ja ilmaisun taustalla olevia tunteita voi tutkia soveltuvin osin myös retoriikan avulla, sillä se on läsnä kaikessa kielenkäytössä. Affektiivisuus ei kuitenkaan tarkoita kaunopuheisuutta vaan on kielenkäytön, niin puheen kuin kirjoittamisenkin, keskeinen ominaisuus. Retorisilla keinoilla pyritään vakuuttamaan yleisö. Retoriset keinot ovat kielessä väistämättömiä ja retoriikassa tarkastellaan nimenomaan lausumien muotoilua ja yleisösuhdetta. (Jokinen ym. 2016, osa 1; luku 2.)

Retoriset keinot ovat näin ollen osa kieltä ja kommunikaatiota, jolla pyritään vakuuttamaan kuulija. Esimerkiksi suora puhuttelu ja kärjistyksen ovat yleinen näky kommenttipalstojen kirjoitetussa kielessä.

Retorista analyysia on perinteisesti hyödynnetty paljon poliittisten tekstien tulkinnessa ja retoriikka onkin erityisen tärkeä taito puolueille esimerkiksi vaalikampanjoissa, joissa puolueiden tulee vakuuttaa yleisö (Aalto 2020, 24). Tässä tutkielmassa kuitenkin hyödynnän retorista metodologiaa verkkokeskustelun kommenttien tarkasteluun. Retoriikka kulkee tutkielmassa käsi kädessä affektiivisuuden käsitteen kanssa, sillä retorisista valinnoista voi tulkita affektiivisiä piirteitä ja tunteita tekstin taustalla.

Tässä tutkielmassa retoriikkaa tulkitaan laajasti Aristoteleen klassisen näkemyksen mukaan, jossa retoriikalla pyritään argumentoimaan. Näin ollen muilla retorisilla teho- ja tyylikeinoilla on sama tavoite. Klassisessa retoriikassa on kolme lajia, jotka ovat *logos*, *ethos* ja *pathos*. (Aristoteles 1997, 16–17.) Tätä Aristoteleen näkemyksistä on käytetty laajasti retoriikan tutkimuksissa, joten hyödynnän sitä myös tässä tutkielmassa. Tässä

tutkielmassa käytän selkeyden vuoksi suomennoksia sisältö, keinot ja vastaanottaja,¹ sillä logos tarkoittaa itse argumenttia, ethos puhetapoja ja pathos vastaanottokykyä, eli mielentilaa ja tunteita, jolla yleisö vastaanottaa viestin.

Logos, eli sisältö, on käytössä silloin, kun kommentoija haluaa vedota asiasisältöön ja järkipäiseen perusteluun uutiskommentissa. Tällöin ei juurikaan käytetä ääriesimerkkejä tai pyritä vetoamaan tunteisiin vaan perustellaan omaa näkemystä järkipäisillä seikoilla. Ethos, eli puhetaavat, puolestaan viittaavat puhujaan itseensä. Niihin viitataan, joilla puhuja, tässä tapauksessa kommentoija, viittaa itseensä ja omaan vakuuttavuuteensa. Pathoksella, eli vastaanottajalla tarkoitetaan sitä, että pyritään vetoamaan juuri vastaanottajaan ja vaikuttamaan hänen tunteisiinsa. (Aalto 2020, 27–28; Aristoteles 1997, 11).

2.3 Verkkokeskustelu

Yleisön rooli suhteessa journalismiin on muuttunut paljon viimeisen 20 vuoden aikana, ja yksi syy siihen on teknologian kehittyminen. Kannan ottaminen ja keskusteluun osallistuminen on aiempaa helpompaa ja matalamman kynnyksen takana, kun sen voi usein tehdä anonyymisti tai nimimerkin takaa. Journalismilla ja yleisöllä on siis aina ollut suhde, mutta se muuttuu jatkuvasti alustojen, journalismin ja vaikuttamisen keinojen muutosten takia.

Nykyisin monet uutismediat mahdollistavat keskustelun kommentointimahdollisuuden avulla. Näin alusta ja osaltaan myös journalismi toimii interaktiivisesti ja yleisöä osallistavasti. Toisaalta media joutuu mahdollisuuden myötä myös moderoimaan, eli valvomaan sekä rajaamaan, kommenteissa käytävää keskustelua. Yhtenä ratkaisuehdotuksista kommentoinnin rajaamiseen on toiminut tietokoneella tehtävä moderointi, jossa tietokoneohjelma antaa ehdotuksia tai tekee itsenäisesti päätöksiä käsiteltävän

¹ Kirjoittajan käännökset

sisällön suhteen (Rantasila ym. 2023). Suomessa sekä kansainvälisesti suurimman osan moderointityöstä tekevät kuitenkin edelleen palkatut sekä vapaaehtoiset ihmiset (Gillespie 2018, 194–196; Roberts 2019, 37).

Yleisön roolin muuttuminen on myös vaikuttanut siihen, miten media näkee yleisön ja toisaalta taas siihen, kuinka yleisö suhtautuu mediaan. Yleisöä ei enää nähdä informoitavana massana vaan kumppanina, minkä takia journalismin rajat kuluttajan ja tuottajan välillä ovat hämärtyneet. (Koljonen 2013, 64.) Siihen, miten yleisö suhtautuu mediaan, vaikuttaa myös vallalla ollut uuden hallituksen myötä syntynyt kriittinen keskustelu, jossa kyseenalaistetaan riippumatonta mediaa.

Verkkokomentointi on yleistynyt teknologian kehittymisen myötä ja verkkokommentoinnin tavoitteita on tutkittu jonkin verran myös Suomessa. Verkossa kommentoidessa käyttäjät voivat tunnistaa omat mahdollisuutensa ja roolinsa julkisessa keskustelussa sekä tunnistaa myös muiden rooleja ja jopa haastaa niitä. Tutkimuksessa myös huomattiin, että osa kommentoijista pyrkii asemoimaan itseään tasavertaiseksi keskustelijaksi suhteessa esimerkiksi uutisessa puhuvaan asiantuntijaan. Kommentoinnin tavoitteena voi olla niin itsensä viihdyttäminen kuin myös esitetyn ongelman ratkaiseminen. (Kangaspunta 2021.)

3 ONGELMANASETTELU

Tässä luvussa esitellään tutkimusongelmaa, aineistonkeruumenetelmää ja aineiston tutkimiseen käytettävää menetelmää. Lisäksi perustellaan tehtyjä valintoja. Tutkimusmenetelmänä käytetään retorista analyysia. Aineisto koostuu kahden maailman ylikulutuspäivästä kertovan uutisen kommenttikenttien kommentteista.

Alaluvussa 3.1 Esitellään tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset, joilla ongelmaa tässä tutkielmassa tarkastellaan. Alaluvussa 3.2 esitellään aineisto, ja millaisin keinoin se kerättiin. Alaluvussa 3.3 esitellään tutkielmassa käytetty menetelmä ja miksi juuri se valittiin.

3.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tutkielman keskiössä on yleisön ja journalismin välinen suhde, jota tarkastellaan uutisten ja niihin kirjoitettujen kommenttien avulla. Tutkimusongelmaa tarkastellaan kahden tutkimuskysymyksen avulla, joilla pyritään selvittämään, millaista journalismin ja yleisön suhdetta kommenttikenttä rakentaa.

1. Millainen yleisön ja journalismin välinen luottamussuhde maailman ylikulutuspäivää käsittelevien uutisten kommentteista välittyy Ylen ja Iltalehden verkkosivuilla?
2. Miten journalismiin ja toimitukseen viitataan uutisten kommentteissa ja millaisin retorisin keinoin se tehdään?

Ensimmäisellä tutkimuskysymyksellä pyritään selvittämään, vastaavatko maailman ylikulutuspäivän uutisissa olleet kommentit vallalla olevaa keskustelua, jossa luottamus mediaan on uhattuna poliittisten vaikuttajien epäluottamusta uhkuvien ulostulojen myötä. Toisella tutkimuskysymyksellä pyritään selvittämään, millaisena ja kuinka luotettavana toimitus ja journalismi nähdään kommentoijien keskuudessa. Vastauksista on mahdollista tulkita myös, miten tuttuja esimerkiksi Journalistin ohjeet (Julkisen sanan neuvosto 2014) kommentoijille ovat. Kaikilla tutkimuskysymyksillä pyritään vastaamaan tutkimusongelmaan, eli selvittämään journalismin ja yleisön suhdetta.

Journalismin suurin haaste on yleisön luottamuksen puute (Fink, 2018). Tämä näkyy pahimmillaan jopa uutisten välttelyinä. Siksi journalismin ja yleisön välistä suhdetta on tärkeää pitää pinnalla keskustelussa. Jos luottamus riippumattomaan mediaan horjuu, horjuu myös demokraattinen järjestelmä, ja muiden epävarmojen lähteiden käyttäminen yleistyy.

3.2 Aineisto

Tutkimuksen aineisto on rajattu kahteen samasta aiheesta kertovan uutisen kommenttikenttiin. Aiheeksi valitsin kaksi maailman ylikulutuspäivästä kertovaa uutista vuodelta 2023. Maailman ylikulutuspäivää vietettiin 2.8.2023.

Toinen aineiston uutisista on Ylen verkkosivuilla 3.8.2023 julkaistu *Maailman ylikulutuspäivää vietettiin eilen, mutta myös tänään – tutkijan mielestä mittari voi jopa vähentellä ongelmia* (Yle, 2023), jossa asiantuntijan roolissa haastateltu ympäristötutkija ja filosofi Ville Lähde kertoo maailman ylikulutuspäivän laskutavasta. Se voi hänen mukaansa olla harhaanjohtava, sillä kuluttaminen on vielä ongelmallisempaa kuin virallisen ylikulutuspäivän päivämäärä antaa ymmärtää. Asiantuntijahaastattelun lisäksi uutisessa on hyödynnetty ympäristöjärjestö World Wildlife Fundin (WWF) tiedotetta maailman ylikulutuspäivästä ja lainattu tiedotteesta WWF:n suojelun neuvonantaja Jussi Nikulan kertomaa. Tämä uutinen valikoitui kommenttiaineistoksi siksi, että Yle uutisten verkkosivuilla haku ”maailman ylikulutuspäivä” tuotti vain kaksi tulosta, joista toisessa, aineiston ulkopuolelle jääneessä uutisessa, ei ollut lainkaan kommenttikenttää. Valinta kahden uutisen väliltä oli siis yksinkertainen.

Toinen on 2.8.2023 julkaistu Iltalehden verkkouutinen *WWF: Maailman luonnonvarat tältä vuodelta käytetty – Järjestö kritisoi myös hallitusta* (Iltalehti, 2023). Iltalehden uutinen on puolestaan tehty ympäristöjärjestö WWF:n maailman ylikulutuspäivästä kertovan tiedotteen pohjalta, josta on myös lainattu Jussi Nikulan kertomaa. *Iltalehden* uutiseen ei ole tehty lisähaastatteluita tiedotteen lisäksi. Uutinen kertoo yleisesti maailman ylikulutuspäivästä ja siihen liittyvästä maailman ajantasaisesta tilanteesta.

Iltalehden sivuilta löytyi aiheesta vain yksi uutinen vuodelta 2023, joten valinta myös tämän median kohdalla oli helppo. Edellä mainittujen uutisten kommenttikentistä saatiin koottua tutkielmalle relevantin kokoinen aineisto, josta ongelmaa on mielekästä tutkia.

Ilmatoon ja ympäristöön liittyvistä aiheista on nähty julkisuudessa, erityisesti politiikassa, paljon eriäviä mielipiteitä, jotka usein nostavat päätään erityisesti vaalien alla ja uuden hallituksen myötä, kun uusi hallitusohjelma tehdään ja julkaistaan. Yhtenä viime aikojen merkittävistä tapahtumista on uuden hallituksen muodostamisen jälkeen käyty kiivas keskustelu ilmastoasioista, kun uusi hallitusohjelma julkaistiin kesäkuussa 2023. Eriävien mielipiteiden takia ylikulutus-uutisten kommentteista on mielekästä tutkia journalismin ja lukijoiden suhdetta niin luottamuksen kuin yleisen suhteenkin kannalta. Mukaan aineistoon otettiin kaksi eri mediaa, Yle ja *Iltalehti*, jotta moderoinnin vaikutukset eivät rajaisi kommentteja vain yhden moderointitavan seulan mukaan.

Yle, eli Yleisradio, on Suomen valtion omistama valtakunnallinen mediayhtiö, joka on perustettu vuonna 1926. Lähes 100 vuotta vanha Yle eroaa uutistyyliältään jonkin verran viihdeuutisiin painottuvan Iltalehden uutisoinnista. Vuonna 1980 perustettu *Iltalehti* kuuluu Alma Media -konserniin.

Molempien medioiden verkkosivut ja uutiset ovat lähtökohtaisesti maksuttomia käyttäjilleen, jolloin maksumuuri ei rajoita uutisten kommentointiin osallistumista, joskin kommentoidakseen täytyy kuitenkin luoda oma maksuton tunnus konsernille. Ilmaista uutisista poikkea Iltalehden maaliskuussa 2021 julkaisema Iltalehti Plus -ominaisuus. Iltalehden mukaan maksuttoman sisällön määrä sivuilla ei kuitenkaan vähene uutistuksen myötä (Iltalehti, 2021). Tästä syystä Iltalehden maailman ylikulutuspäivän uutisen kommentit otettiin osaksi aineistoa, sillä alusta on edelleen käyttäjälleen lähtökohtaisesti ilmainen.

Edellä mainittujen seikkojen takia esimerkiksi *Helsingin Sanomien* (HS) uutinen aiheesta jätettiin tutkielman ulkopuolelle. Näin siksi, että suuri osa HS:n uutisista on maksumuurin takana. Merkittävän maksumuurin omaava uutismedia edustaa

suppeampaa otantaa lukijoista, joten rajausta tehtiin lähtökohdaltaan käyttäjilleen maksuttomien medioiden alustoihin.

Tässä tutkielmassa verkkokeskustelulla tarkoitetaan vain valittujen juttujen kommenttikenttiä ja tutkielmasta on rajattu pois esimerkiksi sosiaalisissa medioissa käydyt keskustelut aiheesta. Kaikkia juuri kyseisestä uutisesta käytyjä keskusteluja olisi lähes mahdotonta löytää, sillä osa keskusteluista voivat olla yksityisten tilien julkaisuissa käytyjä. Lisäksi yleisön ja journalismin suhdetta on relevanttia tutkia medioiden omilla alustoilla.

Yhteensä valittujen uutisten kommenttikentissä oli aineiston keruupäivänä 2. lokakuuta 2023 142 kommenttia, joita ei lähdesuojan vuoksi lainata suoraan. Kommentteista 41 oli Ylen uutisesta ja 101 *Iltalehden* uutisesta. Tutkimusta varten on tehty tietosuojailmoitus.

3.3 Menetelmä

Tässä tutkielmassa menetelmänä hyödynnetään retorista analyysia. Retorisen analyysin avulla kommentteista luokitellaan ensin sisällön perusteella ryhmiä, joita sitten tarkastellaan erilaisten retoristen piirteiden ja Aristoteleen käsitteiden valossa. Näiden piirteiden ja käsitteiden avulla tutkitaan kommenttoijien suhdetta journalismiin.

Käytännössä retoriikka on jonkin asian puolustamista tai vastustamista erilaisin argumentein. Argumentit ovat puhutun tai kirjoitetun kommunikaation osia, jotka tulevat ymmärrettäviksi esitettyssä kontekstissa. (Jokinen 1999, 128.)

Retorisilla keinoilla ja strategioilla puhe voidaan toisaalta esittää muuna kuin mitä se sisältönsä puolesta on (Puro 1998, 82). Samaa retorisiin keinoihin verhoamista voi puheen lisäksi hyödyntää myös tekstissä. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi kulttuuristen puhetaiposten hyödyntämistä kirjoittamalla esimerkiksi sarkastisesti, jolloin ei todellisuudessa tarkoiteta sitä, miltä sisältö kirjaimellisesti katsoen vaikuttaa. Sarkasmin tulkitseminen on kuitenkin aina kontekstisidonnaista ja yhteydessä kuhunkin tilanteeseen syntyneeseen keskustelukulttuuriin. Haastavan tulkinnasta tekevät paitsi kulttuuriset

sidokset, myös äänenpainojen ja eleiden puuttuminen tekstimuotoisessa ilmaisussa. Huomioon otettavaa on, että tunteiden ilmaisun tulkitseminen on aina kulttuuri- ja kontekstisidonnaista, ja siksi tämän tutkielman tulokset saattaisivat olla erilaiset, vaikka tutkielma toistettaisiin uudestaan samoin menetelmin ja aineistoin esimerkiksi toisessa maassa.

Kommentit jaotellaan tässä tutkimuksessa kahteen pääryhmään ja neljään pienempään ryhmään. Ryhmät muodostetaan kommenteista retorisen luokittelun perusteella samankaltaisen sisällön perusteella ja niitä tarkastellaan myöhemmin retoristen tehokeinojen avulla. Lisäksi kommenteista tarkastellaan niiden sisältöä, keinoja ja vastaanottajaa.

Kommenttikenttien kirjoituskulttuuri on itselleni suhteellisen tuttu ennestään, joten ennakko-oletuksenani on, että kommentteja voisi niiden sisällön perusteella ryhmitellä ainakin kolmeen eri ryhmään, joista yksi voisi olla luottamussuhdetta välittävät asiakommentit, toinen journalismia kyseenalaistavat trollikommentit ja kolmas journalismia kiittelevät kommentit.

4 ANALYYSI JA TULOKSET

Tässä luvussa käsitellään tutkielman analyysiä. Alaluvussa 4.1 esittelen ja käsittelen retorisen luokittelun avulla aineistosta muodostamiani ryhmiä yksitellen yleisimmästä aloittaen. Aineisto koostui yhteensä 142 kommentista. Tarkastelen myös muodostettujen ryhmien suhdetta journalismiin retoristen keinojen avulla. Luvussa 4.2 teen huomioita aineistosta muodostetuista ryhmistä ja vastaan tutkimuskysymyksiin.

4.1 Kommenttiryhmät

Analysoidessani kommenttien sisältöjä, kävin ne ensin läpi keräten kommentteista joukoksi sellaiset, joissa viitattiin suoraan tai epäsuorasti toimitukseen tai journalismiin yleisesti. 56 kommentissa 142:sta viitattiin journalismiin tai toimitukseen.

Toisinaan oli mahdotonta sanoa, kenelle kommentti oli osoitettu, sillä kommentteissa käytettiin paljon myös passiivimuotoisia ilmauksia ja loput kommentit olivat asiaan keskittyviä vastauksia toisiin kommentteihin, eivätkä viittaneet toimitukseen tai journalismiin. Nämä kommentit, joissa keskityttiin vain asiaan tai oli mahdottomia tulkita kontekstissaan, jätin ryhmittelyyn ulkopuolelle. Muutamit yksittäiset vastauskommentit, jotka viittasivat toimitukseen tai journalismiin, otettiin mukaan ryhmittelyyn.

56 kommentin joukosta aineistosta löytyi yhteensä kaksi pääryhmää, jotka nimesin epäuskoksi ja syyttelyksi kommenttien sisällön perusteella. Nämä kaksi ryhmää olivat selkeästi suurimmat kommenttiryhmät.

Loput kommentit, jotka eivät sopineet kumpaankaan pääryhmään, jätin ylimääräiseksi joukoksi, josta muodostin myöhemmin neljä pienempää ryhmää. Nämä pienemmät ryhmät nimesin ehdotukseksi, sarkasmiksi, vastareaktioksi sekä myötämielisyydeksi.

Aineiston kommentteista neljä omasi useampien ryhmien piirteitä. Nämä kommentit laskettiin mukaan kaikkiin ryhmiin, joiden ominaispiirteitä ne omasivat. Yksikään kommentti ei kuitenkaan omannut piirteitä useammasta kuin kahdesta ryhmästä.

Kommenttikenttiä kokonaisuutena tarkastellessani huomasin, että negatiivissävytteisiä kommentteja oli merkittävästi enemmän verrattuna positiivissävytteisiin. Myös neutraalin sävyisiä kommentteja oli positiivisia enemmän, sillä selkeästi positiivisia oli vain muutamia. Ennako-oletukseni mukaisia journalismia kiitteleviä kommentteja ei aineistosta löytynyt lainkaan. Huomioitavaa toki on aineiston koko, sekä se, että negatiiviset ajatukset tuodaan verkossa useammin esille kuin positiiviset, jos verrataan kasvokkain käytyyn kanssakäymiseen (Yli-Laurila 2015, 17). Kiittelevästi tai muuten vain myönteisesti ajatteleva lukija ei siis välttämättä kommentoi lainkaan.

Kommenttien negatiiviseen sävyyn saattaa lisäksi vaikuttaa se, että kommentointi tapahtuu nimimerkin takaa eikä omalla oikealla nimellä. Kommentoija voi siis itse päättää, käyttääkö nimimerkinä esimerkiksi etunimeään, sattumanvaraista numeroyhdistelmää tai aiheeseen liittyvää kärkevää otsikkotekstiä kommentilleen. Itse valitun nimimerkin takaa on helpompi kommentoida, kun kommentoijan tunnistamisen todennäköisyys pienenee.

Alla olevassa Taulukko 1:ssä on koottuna kommentteista muodostetut ryhmät suuruusjärjestykseen ryhmiin kuuluvien kommenttien määrien perusteella.

Taulukko 1. Kommenttiryhvät ja kommenttien määrät

RYHMÄT	KOMMENTTIEN MÄÄRÄT
Syyttely	23
Epäusko	22
Ehdotukset	6
Sarkasmi	4
Vastareaktio	3
myötämielisyys	2

Seuraavissa alaluvuissa käsittelen tarkemmin kommentteista muodostettuja ryhmiä.

4.1.1 Syyttely

Syyttelyksi nimetty ryhmä oli toinen suurista kommenttiryhmistä ja siihen kuului yhteensä 23 kommenttia. Nimensä mukaisesti ryhmän pääteemana ja kommenttien sisältönä oli journalismin syyttely erilaisista teemoista. Journalismin ja toimitusten syyttelyn lisäksi kommenttien sisällöstä oli havaittavissa kommentoijien syyteeksi tulemisen tunne. Tunnetta seurasi affektiivinen käytäntö, jossa syytetyksi tulemisen tunnetta ilmaistiin kiertelemättä ja kärjistetyin sanavalinnoin. Kommenteissa haettiin myös tukea muulta yleisöltä tai muilta kommentoijilta olettamalla, että he tietävät, mistä kommentoija kirjoittaa, ja mihin hänen käyttämänsä avoimet viittaukset liittyvät. Avoimia viittauksia olivat esimerkiksi ilmaisut, kuten ”näissä jutuissa”, joiden oletettiin olevan kaikkien tiedossa.

Ryhmän kommenteissa journalismia ja journalisteja syytettiin usein erilaisin sanakääntein siitä, että he ajaisivat tiettyä yhteistä ideologiaa tai agendaa. Agenda, jonka koettiin koskevan journalismia yleisesti, tutkielmassa käsiteltyjen uutisten ulkopuoleltakin. Myös tähän yleiseen agendaan viitattiin esimerkiksi ”näissä jutuissa” -tyylisin sanavalinnoin, viitaten yleisesti esimerkiksi ympäristöä ja kuluttamista käsitteleviin artikkeleihin. Uutisten taustalla epäiltiin olevan tietty ideologia tai tietyn puolueen ajatukset, jotka vaikuttavat ulosantiin. Useammassa kommentissa tätä ideologiaa kuvailtiin vasemmistolaiseksi. Osassa kommenteista agenda myös koettiin niin tunnettuna, ettei sitä koettu tarvittavaksi edes avata. Lisäksi syyllistämisen ja syyttelyn kohteena olon kokemus toistui useissa kommenteissa. Journalismin ja journalistien nähtiin siis agendaepäilyistä huolimatta olevan tietynlaisessa auktoriteettiasemassa lukijoihin nähden, sillä he kokivat tulleen syyllistetyiksi ylikuluttamisesta.

Syyttely-ryhmän retorisissa keinoissa oli useita yhteneväisiä piirteitä. Journalismin tekijät niputettiin usein yleisesti tiedetyksi homogeeniseksi joukoksi, jossa kaikki ovat kutakuinkin samanlaisia. Journalismin tekijöistä käytettiin usein sanoja ”ne” tai ”nämä”, jotka niputtavat toimitukset tai yksittäiset toimittajat yhteen tietyksi kokonaisuudeksi. Lisäksi journalismia syytettiin sensaationhakuista uutisista ja uutisen laskukaavojen muuntelemisesta mahdollisimman radikaalin kuuloiseksi. Lisäksi kommenteissa oli

ilmaisuja kuten ”taas”, joilla viitattiin esimerkiksi siihen, että lukijoille ei tullut syyllistetty tunne ensimmäistä kertaa, vaan näin on tapahtunut aiemminkin.

Retoriset keinot ja niiden edellä kuvaillunlainen käyttäminen syyllistetyksi tulemisen tunteen seurauksena ovat hyvä esimerkki affektiivisesta käytännöstä (Vainikka 2019, 3) ja vastaanottajan, eli kommentoijan, reaktiosta uutisen sisältöön. Emootiota seuraa siis toiminta, jolla pyritään herättämään tunteita tai ajatuksia kommentoimalla uutista. Kommentoinnin tavoitteena voi olla esimerkiksi sympatian tai samaistumiskokemuksen hakeminen omalle syyllisyyden tunteelle, jonka ylikuluttamisesta kertova uutinen on aiheuttanut. Tällainen vastaanotto voidaan saada esimerkiksi muilta kommentoijilta, mikäli he ovat samaa mieltä kommentin kanssa.

Tämän ryhmän kommenteissa kommentoijat siis sekä syyttelivät journalismia että koivat myös tullessa journalismin taholta syyllistetyiksi ylikuluttamisesta ja sen aiheuttamista ongelmista.

4.1.2 Epäusko

Toinen suurimmista ryhmistä oli Epäusko, ja siihen kuului 22 kommenttia. Epäusko-ryhmän kommenteissa kyseenalaistetaan esimerkiksi uutisessa puhutun ylikulutuspäivän laskemisen laskutapoja ja epäillään, onko uutisoinnin organisoijana sittenkin ympäristöjärjestö WWF. Ryhmässä ei kuitenkaan syyllistetä journalisteja väärin laskutapojen käyttämisestä, vaan kyseenalaistetaan uutisen sisällöstä otettujen esimerkkien avulla sitä, ovatko laskukaavat oikeita tai onko kaikki otettu varmasti huomioon. Moni kommentoija pitää omaa teoriaansa uutisen teoriaa pätevämpänä ja kyseenalaistaa uutisen teoriaa, mikä ilmenee eniten toimittajille esitettyjen kysymysten muodossa.

Sisällön kyseenalaistaminen kertoo myös suhteesta journalismiin, sillä journalistisia päätöksiä koetaan tarpeelliseksi kyseenalaistaa. Kyseenalaistaminen kertoo jonkin asteisesta epäluottamuksesta jutuissa esitettyjä tietoja kohtaan ja näin ollen myös journalismia sekä journalisteja kohtaan. Tämä ei kuitenkaan ole poikkeuksellista, sillä journalismin suurin haaste onkin jo muutamia vuosia sitten havaittu olevan yleisön luottamuksen puute (Fink 2018).

Tässä epäuskon ryhmässä toistuu Syyttely-ryhmän tapaan journalistien ja toimitusten niputtaminen tietyksi ryhmäksi, joka oletetaan olevan sellainen, että muutkin sen tietävät. Tästä journalistien niputetusta ryhmästä puhutaan jälleen sanalla "ne".

Epäuskon ryhmässä epäillään erityisesti sitä, onko kaikkia näkökulmia otettu uutista tehtäessä ja ylikuluttamisen laskukaavassa huomioon, sekä ovatko laskelmat varmasti toteutettu tasavertaisesti muiden maiden kanssa huomioiden jokaisen maan erityispiirteet. Lisäksi ryhmän kommentteissa kyseenalaistetaan journalismin prosessien sisäistä lähdekritiikkiä ja faktantarkistusta. Retorisena tehokeinona kommentteissa käytetään paljon journalismille ja toimitukselle osoitettuja retorisia kysymyksiä, joiden avulla halutaan osoittaa, että tietoa epäillään vääräksi, tai saattaa se kyseenalaistettavaan valoon. Kommentteissa esitetyissä kysymyksissä käytetään paljon konditionaalimuotoa sekä passiivia. Nämä ominaisuudet ovat eräitä piirteitä retorisesta kysymyksestä. (Kotus 2008.) Lisäksi kommentteissa käytetään alentavan sävyisiä ilmauksia toimituksin ja journalismiin viitattaessa, kuten "taas" tai "aina", kun viitataan journalistien tekemiseen.

Epäuskon ryhmässä käytettiin muita ryhmiä enemmän lainausmerkkejä. Niitä käytettiin esimerkiksi "ylimääräisestä" kuluttamisesta puhuttaessa, kun kommentoija ei itse pitänyt asiaa todellisena ongelmana.

Myös affektit ja emootiot näkyvät kommenttien taustalla. Tunne siitä, ettei asia ehkä pidäkään paikkaansa. Tunne siitä, ettei laskutapa ehkä olekaan reilu omaa kansaa kohtaan. Tämä ilmeni muun muassa epäilyinä siitä, onko kaikkia asioita otettu huomioon. Kommentoijat myös mainitsivat konkreettisia asioita, joiden pohtivat voineen vaikuttaa tuloksiin.

4.1.3 Pienemmät ryhmät

Lopuista kommentteista muodostui neljä pienempää ryhmää, jotka nimesin ehdotuksiksi, myötämielisyydeksi, vastareaktioksi ja sarkasmiksi. Näitä ryhmiä oli haastavampaa luokitella kuin pääryhmiä, sillä keskenään samankaltaisia kommentteja oli huomattavasti vähemmän.

Ehdotukset ilmenivät uusien ideoiden esiin tuomisella ja ryhmään sisältyi kuusi (6) kommenttia. Kommenteissa ei esitetty epäuskoisia ajatuksia sisällöstä, mutta saatettiin esimerkiksi ehdottaa rinnalle toista vertailukohdetta tai erilaista lähestymiskulmaa. Lisäksi ehdotuksissa uutiseen ja journalismiin viitattiin neutraalein ilmauksin ilman kuvailevia adjektiiveja tai syyttelyä. Vaikka kommenteissa oli muuten neutraali sävy, saatettiin tässäkin ryhmässä kuitenkin käyttää ilmaisua ”näissä”, kun viitattiin saman aihepiirin artikkeleihin. Tämä niputtaa aihepiirin jutut tietyksi samankaltaiset piirteet omaavaksi joukoksi, eikä aineiston uutisia ehdotukset-ryhmän kommenteissa käsitelty yksittäisinä artikkeleina. Kuitenkaan niputtamista ei käytetty negatiivisuuden keinona tässä ryhmässä, vaan sitä käytettiin neutraalin tapaisena ilmauksena saman aihepiirin uutisista.

Vastareaktion ryhmä koostui kolmesta (3) kommentista, jotka ikään kuin hylkäsivät journalistisen viestin ja ilmaisivat toimivansa esimerkiksi juuri päinvastaisella tavalla kuin journalistinen viesti kuului: kuluttamalla entistäkin enemmän. Tässä ryhmässä ilmaistiin myös se, ettei juttu kiinnosta tai ettei ylikuluttamisen ongelmallisuus vaikuta omaan elämään. Ilmaisua tehtiin kärkevillä ja napakoilla ilmaisuilla ja sanavalinnoilla. Lisäksi esimerkiksi hyymiöitä tai huutomerkkejä saatettiin käyttää liioitellun positiivisesti ylikulutuksesta kertovan uutisen vakavan kontekstin yhteydessä. Vastareaktion ryhmässä käytettiin ylivoimaisesti eniten erikoismerkkejä, kuten huutomerkkejä suhteessa muihin ryhmiin. Muista ryhmistä huutomerkkejä löytyi vain kahdesta kommentista eikä hyymiöitä käytetty muissa ryhmissä lainkaan.

Myötämielisyys näkyi myönteisillä ilmauksilla journalismista ja uutisesta ja yhtäläisen mielipiteen ilmaisulla, jota saatettiin lisäksi perustella omilla esimerkeillä ja mielipiteillä esimerkiksi poliittisesta tilanteesta liittyen uuteen hallitukseen. Tähän ryhmään kuuluvia kommentteja löytyi aineistossa vain kaksi (2). Esimerkiksi ”juuri näin” tapainen ilmaisu oli tyypillistä tämän ryhmän kommenteille. Lisäksi ryhmän kommenteissa otettiin myös asiatasolla kantaa jutun aiheeseen. Tämän ryhmän toisesta kommentista poikkeuksellisen teki myös se, että siinä viitattiin myös yleisöön vihjaten, että kaikki eivät ole aivan yhtä älykkäitä kuin toimitus tai kommentoija itse. Vaikka tähän ryhmään

kuuluvia kommentteja oli verrattain vähän, oli ne relevanttia nostaa omaksi ryhmäkseen, sillä ne erosivat eniten muista ryhmistä argumenttinsa perusteella.

Loput neljä (4) ylimääräisen ryhmän kommentteista oli mahdollista tulkita sarkastisiksi. Kommentoijien todellisesta tarkoituksesta ei voi olla varma, sillä kommentoijilta emme tässä tapauksessa voi kysyä, mutta kommenttikentän kontekstin huomioon ottaen sarkasmiin sopivia piirteitä oli tarpeeksi, jotta kommentit voidaan tulkita sarkastisiksi. Esimerkeistä merkittävimmät sarkastiset piirteet olivat ääripään kärjistetyt esimerkit kulluttamisen vähentämisestä, jotka voitiin tulkita sarkastisen dramatisoiduiksi. Esimerkiksi eräs kommentoija kirjoitti lopettavansa pyykin pesemisen täysin vähentääkseen kulutusta.

4.2 Epäluottamus pääpiirteenä

Aineiston perusteella maailman ylikulutuspäivän uutisten kommenttikentät rakentavat journalismin ja yleisön suhteesta melko epäluottavaista kuvaa. Journalismia suurimaksi osaksi syytellään ja sen toimintatapoja ja tietoja kyseenalaistetaan. Jo näihin kahteen ryhmään lukeutuu 75 prosenttia aineiston kommentteista.

4.2.1 Yhtenevät piirteet

Yhteneväistä kaikissa kommentteista muodostetuissa ryhmissä oli se, että kommentit olivat lähestulkoon kaikki kirjoitettu epävirallisella puhekielellä ja niistä suuri osa vaikutti olevan suunnattu toimituksille tai journalisteille toisten kommentoijien sijaan. Journalismin lisäksi myös osittain muille kommentoijille suunnattuja kommentteja löytyi muutamia, vaikka ne eivät olleet vastauksia toisiin kommentteihin.

Kommenttien luottamussuhde näyttäytyi aineiston kommentteissa vaihtelevana, mutta ilmaisussa käytettiin pitkälti samoja retorisia keinoja. Toimitus, journalismi ja toimittajat niputettiin monissa kommentteissa tietyksi kaikkien tuntemaksi joukoksi, joka toistaa samoja asioita ja mahdollisesti virheitä kerrasta toiseen. Tämä aiheutti tyytymättömyyttä kommentoijien keskuudessa, mikä on varmasti yksi syy siihen, miksi verbien yhteydessä käytettiin usein negatiivisessa yhteydessä ilmaisuja kuten "taas". Myös muut

ilmastoaiheista kirjoitetut artikkelit näytetään kommenttien perusteella niputettavan yhtenäiseksi joukoksi tutkielman aineiston kanssa.

4.2.2 Negatiivisuus ja tietämättömyys

Ylivoimaisesti suurin osa ryhmien kommentteista oli negatiivissävytteisiä. Tämä voi johtua siitä, että emootio kommentin taustalla on vahva, jolloin kommenttikin tulee ilmaistua vahvemmin. Nimimerkkien takaa käyty keskustelu mahdollistaa myös vihamieliset identiteetit, vihan lietsomisen ja väärin tietojen levittämisen (Kimmel 2013, 33–34). Vaikkei negatiivisuus aina tarkoita suoraan vihaa, teoriaa voi soveltaa myös anonyymiin verkkokomentointiin. Amerikkalaisessa yhteydessä on puhuttu outrage-mediasta, jolla on viitattu radioihin, blogeihin sekä televisiouutisiin, joiden tavoitteena on saada aikaan tunnetason reaktioita kohderyhmältä, esimerkiksi vihan, pelon tai moraalisten oikeutusten muodossa. Tällainen negatiivisuudesta hyötyvä media tavoittelee emotionaalisen haavoittuvuuden kääntämistä vihaksi. (Emt., 33–34.) Samaa ilmiötä on havaittavissa kommenttikentissä. Taustalla olevia syytetyksi tulemisen emootioita pyritään mahdollisesti peittämään negatiivisuudella ja kyseenalaistamisella. Toisaalta syytetyksi tuleminen saatetaan kokea myös hyökkäyksenä, jolloin kommentti toimii ikään kuin vastahyökkäyksenä.

Kommenttien sisällöstä voidaan myös päätellä, että Journalistin ohjeet (Julkisen sanan neuvosto 2014), joihin molempien aineiston mediat ovat sitoutuneet, ovat kommentoijille suhteellisen vieraita. Esimerkiksi journalistin ohjeiden kohta 2, jossa kerrotaan, ettei journalistista päätösvaltaa saa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille, vaikuttaa olevan ainakin osalle kommentoijista vieras, sillä he epäilivät ilmastojärjestö WWF:n organisoivan aiheen uutisointia. Lisäksi ohjeista löytyy ohjeita myös avoimuudesta. Jos järjestö organisoisi uutisointia, se tulisi tehdä myös lukijoille selväksi. Myös Journalistin ohjeiden kohta 3, jossa kerrotaan, että journalistilla on paitsi oikeus myös velvollisuus torjua painostus, jolla yritetään ohjata tiedonvälitystä, vaikuttaa olevan osalle kommentoijista vieras, sillä he epäilevät uutisoinnin taustalla ohjaavan esimerkiksi vasemmistolaisista ideologiaa. Lisäksi Journalistin ohjeista löytyy ohjeita lähteiden hyvään

tarkastamiseen, totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen pyrkimiseen, sekä kriittiseen lähteisiin suhtautumiseen.

Ihmisten välisessä kommunikaatiossa epäluottamusta voi aiheuttaa esimerkiksi epäreiluus ja väärä syyttely (Bies & Tripp 1996, 249). Samaa ilmiötä voidaan tulkita myös journalismin ja yleisön välillä. Jos uutisen koetaan olevan epäreilu tai koetaan sen syyttelevän epärelevantisti, luottamus journalismiin kärsii.

5 POHDINTA

Tutkielman tarkoituksena oli tarkastella, millaista journalismin ja yleisön suhdetta ylikulutusuutisten kommenttikentissä rakennetaan. Kommenteissa suhde näyttäytyi vaihtelevana, mutta usein havaittavissa oli kommentoijien tyytymättömyys ja kyseenalaistaminen journalistista toimintaa kohtaan.

Aineiston kommenttien tarkasteleminen retorisen luokittelun jälkeen oli odotettua vaikeampaa, sillä retorisilla tehokeinoilla pyrittiin usein myös ottamaan kantaa jutun aiheeseen, joka jakoi mielipiteitä. Toimitukseen viitattaessa retorisia keinoja käytettiin huomattavasti vähemmän kuin esimerkiksi ylikuluttamiseen viitattaessa. Ylivoimaisesti yleisin tapa viitata toimitukseen ja journalismiin oli niputtaminen tietyksi joukoksi, jonka voisi tulkita sisältävän useampia journalistisia medioita, ei vain aineiston medioita.

Suuri joukko aineistossa oli epäluottamusta huokuvat kommentit. Niiden taustalla saattaa olla syytetyksi tulemisen tunne, joita pyritään peittämään negatiivisuudella ja kyseenalaistamisella. Ikään kuin koettuun hyökkäykseen vastattaisiin vastahyökkäyksellä ja kyseenalaistamalla journalismia.

On kuitenkin tärkeää muistaa se, että vaikka tässä tutkielmassa kyseenalaistamisen kommentit näyttäytyvät melko negatiivisessa valossa, lähteiden ja median sekä näin ollen myös journalismin kyseenalaistaminen on erittäin tärkeää. Silloin sen merkitys riippumattomana mediana säilyy myös tulevaisuudessa. Ilman kyseenalaistamista, journalistinen media voisi uutisoida mitä tahansa, esimerkiksi vain tietyn ideologian pohjalta, eikä se edistäisi demokraattista yhteiskuntaa. Journalistisen median rooli tiedonvälittäjänä onkin entistäkin tärkeämpi jatkuvasti teknologisoituvassa maailmassa, jossa moni saa tiedon tapahtumista sosiaalisen median alustoilta ja tileiltä, joiden lähteitä ei ole tarkastettu tai jotka eivät ole sitoutuneet journalistin ohjeisiin.

Kyseenalaistamisen voidaan myös ajatella kertovan siitä, että yleisö ajattelee olevan edelleen merkityksellistä, mitä journalistisissa medioissa julkaistaan. Jos mitään ei

kyseenalaistettaisi tai kommentoitaisi, voidaan pohtia, olisiko julkaisuilla enää merkitystä lukijoille?

Toisaalta yksi syy kyseenalaistaville kommenteille on se, ettei ylikuluttaminen ongelmana usein näy esimerkiksi omassa asuinympäristössä. Ihmisillä on taipumus painottaa subjektiivisia arkisia kokemuksiaan suhteettoman paljon, mikä aiheuttaa sen, että esimerkiksi ilmasto-ongelmien kieltäjä löytää verkosta koko ajan lisää tukea ajatuksilleen. Myös paikallisiin ympäristöongelmiin on helpompi tarttua verrattuna globaaleihin ongelmiin niiden suuruuden vuoksi. (Pihkala 2017, luku 3.)

Iltalehti tavoittaa yli 2,8 miljoonaa suomalaista joka viikko verkossa (Kansallinen Mediatutkimus 2023). Jutun kommentoijat eivät siis vastaa koko lehden lukijakuntaa ja kommentteja jaoteltaessa heräsi ajatus siitä, että jos kommentit kertovat epäluottamuksesta, millaista viestiä lähettää joukko, joka ei kommentoi. Kertooko kommentoimattomuus luottamuksesta tai siitä, ettei koeta tarvetta kyseenalaistaa, sillä lukijamäärän perusteella kommentoijat ovat kuitenkin marginaalinen joukko lukijoita.

Jotta uutisen kommenttikenttään tulee kommentteja, aiheen on täytynyt herättää tarpeeksi vahva emootio yleisössä. Emootio johtaa lopulta toimintoon, kommentointiin, sillä kiinnostuakseen jostakin useimpien ihmisten tulee myös tuntee jotakin tätä asiaa kohtaan (Rantasila 2020). Jotta uutisympäristö säilyy interaktiivisena, uutisten on siis löydettävä yleisönsä, jossa aihe herättää tunteita. Tässä tärkeään rooliin nousevat sosiaalisen median jaot ja osasto, jonne uutinen julkaistaan.

Eri aihetunniste tai osasto saattaa vaikuttaa toisaalta myös lukijakuntaan, kun algoritmi suosittelee lukijoille artikkeleita heidän kiinnostuksenkohteidensa ja aiempien avuttujen juttujen perusteella. Esimerkiksi tämän tutkielman aineistosta toinen uutisista oli ulkomaaosaston alla (*Iltalehti* 2023), kun taas toinen oli luonto-osaston alla (*Yle* 2023). Huomioon otettavaa toki on myös se, ettei *Iltalehden* sivuilla ole osastoa, jonka nimi olisi ”luonto” tai ”ympäristö”. Tämä saattaa osaltaan nostaa uutisen näkyvyyttä laajemman lukijakunnan nähtävälle, sillä ulkomaaosaston alle voi laittaa merkittävästi enemmän eri aiheisia artikkeleita kuin esimerkiksi luonto-osaston alle. Tällöin

ulkomaaosaston alla olevat artikkelit ovat todennäköisemmin laajempaa yleisöä kiinnostavia aiheita. Näin ollen maailman ylikulutuksesta kertova uutinen nousee todennäköisesti tehokkaammin yleisön etusivuille niin median omalla sivustolla kuin myös sosiaalisen median alustojen etusivuilla, jos se julkaistaan ulkomaaosastolla. Tämä voi olla yksi syy sille, miksi *Iltalehden* kommenttiosiossa oli Yleä enemmän kommentteja.

Aineiston kommenttien perusteella vaikuttaa siltä, että vaikka ihmiset seuraisivat uutisia, journalistiset työtavat ja Journalistin ohjeet ovat kommentoijille melko vieraita. Jos ohjeet olisivat tuttuja, ja epäilyksiä esimerkiksi uutisia organisoivasta tahosta olisi, kommentoijat voisivat tehdä kantelun joukkoviestinnän itsesäätelyelimeen Julkisen sanan neuvostoon. Voisikin olla hyvä jatkotutkimuksen aihe tutkia, lisäisikö tietoisuus journalistisista työskentelytavoista luottamusta journalismiin ja toimituksiin.

Kommentteja ryhmitellessä heräsi myös ajatus vain asiasisältöisistä kommenteista: kertooko asiasisällöstä keskustelu luottamuksesta? Eikö silloin ole tarvetta viitata toimitukseen, jos koetaan, että voidaan suoraan keskustella uutisen sisällön kanssa? Jos näin on, tulokset voisivat tässä tutkielmassa olla hieman toisenlaisia.

Huomioon otettavaa medioiden omien alustojen keskusteluissa on myös alustojen omanlaisensa moderointi. Jokaisella medialla on omat käytäntönsä ja omat resurssinsa moderoida kommentteja. Moderoinnin vuoksi aineisto ei edusta kaikkia kommentoijia, eivätkä kommentit toisaalta ilman moderointiakaan kaikkia lukijoita, sillä kaikki eivät kommentoi. Moderoinnin takia tämän kokoisella aineistolla ei ole myöskään mielekästä tutkia kommenttien eroja aineistojen välillä, sillä moderointitavalla voi olla siinä merkittävä ero.

Aineiston kommenttien perusteella aiemmin mainitut Kangaspunnan tutkimustulokset (2021) pitävät paikkaansa myös tässä tutkielmassa. Osa kommentoijista todella vaikutti pitävän omia argumenttejaan tasavertaisina keskustelijoina uutisten asiantuntijoiden kanssa, mikä on kiinnostava ilmiö yleisön ja journalismin suhteen kannalta.

Näiden huomioiden valossa voidaan pohtia, kuvastaako kommenttikenttien ilmapiiri vallalla olevaa keskustelua, jossa luottamus mediaan on uhattuna poliittisten vaikuttajien epäluottamusta uhkuvien ulostulojen myötä. Aineiston perusteella epäluottamus näkyy kommentteissa. On kuitenkin tärkeää ottaa huomioon, että kommentit eivät edusta koko yleisöä. Uutisia voi lukea myös ilman kirjautumista, joka vaaditaan kommentointiin. Lisäksi tässä tutkielmassa on hyvin rajattu aineisto, eikä siinä ole otettu huomioon jutun somejaoissa tapahtunutta keskustelua, joten sitä, näkyykö ilmiö laajemmin, on vielä tämän tutkielman perusteella vaikeaa sanoa.

Jatkotutkimuksissa olisi kiinnostavaa tutkia, onko ympäristöaiheisten uutisten kommentointi muuttunut yleisen keskustelun myötä, jossa ympäristö- ja ilmastoahdistus osataan tunnistaa aiempaa paremmin. Lisäksi olisi hyvä jatkotutkimuksen aihe tarkastella suuremmasta aineistosta, vaikuttaako journalismin ja yleisön välisen suhteeseen osasto, jonka alle artikkeli on päätetty julkaista sekä kuinka paljon anonyymiteetti vaikuttaa kommenttien retoriseen muotoon ja ilmaisuun.

6 LÄHTEET

Kirjallisuus

Aalto, Aurora. 2020. *Poliitikkojen twiittien funktiot ja vakuuttamisen keinot sosiaalisessa mediassa*. Vaasan yliopisto https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/11027/Aurora_Aalto_progradututkielma.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Aristoteles. 1997. *Retoriikka. Runousoppi*. Tampere: Gaudeamus.

Bies, Robert ja Thomas Tripp. 1996. *Beyond Distrust: "Getting Even" and the Need for Revenge in Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*. Kalifornia: Thousand Oaks

Fink, Katherine. 2018. "The biggest challenge facing journalism: A lack of trust". *Journalism* 20 (1):40–43. [doi:10.1177/1464884918807069](https://doi.org/10.1177/1464884918807069)

Gillespie, Tarleton. 2018. *Custodians of the Internet. Platforms, Content moderation and the hidden decisions that shape social media*. New Haven & London: Yale University Press

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

Julkisen sanan neuvosto. 2014. *Journalistin ohjeet* https://www.isn.fi/journalistin_ohjeet/ (Luettu 11.10.2023)

Kangaspunta, Veera. 2021. "Verkkouutisten kommentit: Julkista osallistumista ja henkilökohtaisten päämäärien tavoittelua". *Media & viestintä* 44 (1):210–214. <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/107309>

Kansallinen Mediatutkimus. 2023. *Lukijamäärätilasto*. <https://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2023/09/KMT-2023-lukijamaarat.pdf>

- Koljonen, Kari. 2013. *Kriisi Journalismissa*. Tampere: Tampere University Press.
<https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9187-0>
- Kotus. 2008. *Retorisen kysymyksen keinoja ja tuntomerkkejä* <https://kaino.kotus.fi/visk/sisallys.php?p=1705>
- Kimmel, Michael. 2013. *Angry White Men. American Masculinity at the End of an Era*. New York: Nation Books.
- Pihkala, Panu. 2017. *Päin helvettiä? Ympäristöahdistus ja toivo*. Helsinki, Kirjapaja
- Puro, Jukka-Pekka. 1998. "Puhetaidosta retoriikkaan vai oliko se päinvastoin". *Media & Viestintä* 21 (3):82–91. <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/61393>
- Rantasila, Anna. 2020. "Affektiivinen kurinpito selittää, miksi nauramme vessapaperin hamstraajille". *Media & Viestintä* 43 (4):426–429. <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/100626>
- Rantasila, Anna, Heli Vääätäjä, Joel Kiskola, Thomas Olsson, Aleksi Syrjämäki, Mirja Ilves, Poika Isokoski, ja Veikko Surakka. 2023. "Tunteiden, teknologian ja journalismin ristipaineessa: Verkkokommentoinnin moderointi suomalaisissa uutistoimituksissa". *Media & viestintä* 46 (2):1–21. <https://doi.org/10.23983/mv.131186>
- Roberts, Sarah. 2019. *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. New Haven & London: Yale University Press.
- Vainikka, Eliisa. 2019. "Naisvihan tunneyhteisö - Anonyymisti esitettyä verkkovihaa Yli-
laudan ihmissuhdekeskusteluissa". *Media & Viestintä* 42 (1):1–25.
<https://doi.org/10.23983/mv.80179>
- Wetherell, Margaret. 2012. *Affect and Emotion. A New Social Science Understanding*. Lontoo: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446250945>
- Yli-Laurila, Janne. 2016. *Negatiivisten tunteiden jakaminen mobiililaitteella sosiaalisessa mediassa*. Turun ammattikorkeakoulu.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/87609/Yli-Laurila_Janne.pdf;jsessionid=95DFE52699181F6ACB230D21B56C53D3?sequence=1

Lehtiartikkelit

Erämaa, Ida. 2023. "Näkökulma: Perussuomalaiset patistamassa toimittajia takaisin Kekkonen ruotuun." *Iltalehti* 2.7.2023 <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/a2008b51-9284-4788-b934-21a723e52632> (Luettu 7.12.2023)

Hakahuhta, Ari, Elise Aaltonen ja Pekka Kinnunen. 2023. "Purra arvosteli mediaa "silmittömyydessään ennennäkemättömästä ajojohdista"." *Yle* 12.8.2023 <https://yle.fi/a/74-20044937> (Luettu 24.10.2023)

Honkonen, Marja. 2023. "Mediasta yritettiin kesällä tehdä "osapuoli", joka haluaa vahingoittaa hallitusta." *Journalisti* 15.9.2023 <https://journalisti.fi/artikkelit/2023/09/kesalla-2023-mediasta-yritettiin-tehda-osapuoli-joka-haluaa-vahingoittaa-hallitusta-politikot-syyttivat-rivijournalisteja-kuten-ensimmaista-kesaa-toimittajana-tyoskennellytta-ida-eramaata/> (Luettu 7.12.2023)

Partanen, Joonas. 2021. "Iltalehti.fi on edelleen ilmainen – tätä tarkoittaa Iltalehti Plus." *Iltalehti* 5.5.2021 <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/30208475-adb6-48c0-b9f8-c7d54b7dc0a1> (Luettu 13.11.2023)

LIITE 1. TUTKIMUSAINEISTO

Iltalehden verkkouutisen kommentit:

Airiola, Oula. 2023. "WWF: Maailman luonnonvarat tältä vuodelta käytetty – Järjestö kritisoi myös hallitusta." *Iltalehti* 2023 <https://www.iltalehti.fi/ulkomaat/a/438c7c0f-862a-4153-a97e-249d682d1c7b> (Luettu 2.10.2023)

Ylen verkkosivuilla julkaistun uutisen kommentit:

Sarajärvi, Roosa. 2023. "Maailman ylikulutuspäivää vietettiin eilen, mutta myös tänään – tutkijan mielestä mittari voi jopa vähätellä ongelmaa." *Yle* 2023 <https://yle.fi/a/74-20043654> (Luettu 2.10.2023)