

Jesse Piekiäinen

# **”ALGORITMI PUSKEE PINKAN POHJALLE, JOS TYKKÄÄT KAIKISTA”**

Tinderin algoritmiset imaginäärit Reddit- ja Ylilauta-verkko-  
keskusteluissa

# TIIVISTELMÄ

Jesse Piekiäinen: "Algoritmi puskee pinkan pohjalle, jos tykkäät kaikista": Tinderin algoritmiset imaginäärit  
Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa  
Kandidaatintutkielma  
Tampereen yliopisto  
Yhteiskuntatutkimuksen tutkinto-ohjelma  
Toukokuu 2024

---

Tässä tutkielmassa tarkastelen diskurssianalyysin keinoin, millaisin tavoin ja merkityksin Tinderin algoritmista puhutaan Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa. Tutkielmani sijoittuu kriittisen algoritmitutkimuksen kentälle. Perinteisesti algoritmilla tarkoitetaan kohta kohdalta etenevää ohjetta, jonka mukaan jokin tehtävä suoritetaan, mutta mitään yhtä oikeaa määrittelytapaa algoritmeille ei ole. Keskeinen argumentti kriittisessä algoritmitutkimuksessa on se, että algoritmeilla on valtaa ja siten sosiaalista relevanssia. Tämä ilmenee digitaalisen median aikakaudella sosiaalisen median alustoissa ja tutkielmani tapauksessa Tinder-deittisovelluksessa esimerkiksi siinä, että minkälaista ja missä järjestyksessä sisältöä on käyttäjien nähtävissä.

Kriittisen algoritmitutkimuksen yksi haasteista on tiedon puute algoritmien tarkasta toiminnasta, koska ne ovat usein yritysten liikesalaisuuksia ja siten saavuttamattomissa tutkimusaineistoa kerättäessä. Tällöin teknologiset ratkaisut jäävät sumeiksi tutkijoiden lisäksi myös käyttäjille. Tinderin tapauksessa tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että käyttäjät eivät tiedä missä järjestyksessä selattavat profiilit tulevat vastaan eli toisin sanoen profiilien tarkka järjestämisperuste on tuntematon. Algoritmien tutkimukselliseen haasteeseen vastaan teoreettisessa viitekehyksessä nojaamalla Taina Bucherin algoritmisten imaginäärien käsitemaailmaan, jossa keskiössä on se, miten ihmiset hahmottavat ja ymmärtävät algoritmien toiminnan. Tällöin algoritmien tutkimuksellinen haaste ylitetään sillä, että tarkastelun kohteena on itse Tinderin algoritmin sijasta sovellusten käyttäjien kokemukset siitä.

Kokosin tutkimusaineiston Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluista kahdesta eri kommenttiketjusta, jotka käsitelivät Tinderiä ja kommenttoijien omia kokemuksia ja kohtaamisia sen algoritmin kanssa. Analyysivaiheessa muodostin lopulta neljä eri diskurssia, jotka ovat 1) näkyvyyden diskurssi, 2) kaupallisuuden diskurssi, 3) pelaamisen diskurssi ja 4) ajallisuuksien ja paikkojen diskurssi. Muodostamistani diskursseista näkyvyyden diskurssi keskittyy Tinderin käyttäjien näkymiseen profiileita selattaessa ja nähdyksi tulemiseen algoritmin silmissä. Kaupallisuuden diskurssissa leimallista on yhtäältä Tinderin maksullisten ominaisuuksien hyödyntäminen sekä vastarinta Tinderin kaupallisia tavoitteita kohtaan. Pelaamisen diskurssi pohjaa käyttäjien ajatuksiin ja kokemuksiin Tinderin algoritmin oletetusta toimintalogiikasta, ja kuinka käyttäjät mukauttavat omaa toimintaansa tavoitellessaan uusia tykkäyksiä ja yhteyksiä. Ajallisuuksien ja paikkojen diskurssissa algoritmi liitetään aikaan ja paikkaan, jolloin algoritmin kokeminen ja tunteminen yhdistyy ajallis-paikalliseen tilaan.

Avainsanat: algoritmi, imaginäärit, diskurssianalyysi, sosiaalinen todellisuus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

## Sisällysluettelo

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Tinder, deittailu ja visuaalisuus</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Teoria ja käsitteet</b>	<b>7</b>
	3.1 Algoritmi	7
	3.2 Musta laatikko ja algoritmiset imaginäärit	8
<b>4</b>	<b>Tutkimusasetelma</b>	<b>11</b>
	4.1. Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskustelut aineistona	11
	4.2 Tutkielman eettisyys	12
	4.3 Diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä	12
<b>5</b>	<b>Tulokset</b>	<b>14</b>
	5.1 Näkyvyyden diskurssi	14
	5.2 Kaupallisuuden diskurssi	15
	5.3 Pelaamisen diskurssi	17
	5.4 Ajallisuuksien ja paikkojen diskurssi	19
<b>6</b>	<b>Johtopäätökset ja pohdinta</b>	<b>21</b>
	<b>Lähteet</b>	<b>24</b>
	<b>Liite 1. Kommenttiketjut</b>	<b>26</b>

# 1 Johdanto

Viime vuosina tutkimusta sosiaalisen median alustojen algoritmeista on tehty runsaasti. Näillä alustoilla on yhä kasvavissa määrin valtaa, lisäksi alusta itsessään käsitteenä on monimerkityksellinen ja poliittisesti latautunut (Gillespie 2010). Erityisesti kriittisen algoritmitutkimuksen kentällä, joka on monitieteinen tutkimusala kattaen muun muassa sosiologian, antropologian ja mediatutkimuksen, on keskitytty algoritmien sosiaaliseen ulottuvuuteen. Keskeinen argumentti kriittisessä algoritmitutkimuksessa on se, että algoritmeilla on valtaa ja siten sosiaalista relevanssia.

Algoritmilla tarkoitetaan perinteisesti kohta kohdalta etenevää ohjetta – reseptiä, joka suorittaa jonkin määrätyn tehtävän, mutta tämä perinteinen jäsenystapa ei ole ainoa oikea. Ei oikeastaan edes ole olemassakaan mitään aukotonta oikeaa määrittelytapaa algoritmille. Tutkimuksessa ja julkisessa keskustelussa algoritmeilla viitataan moniin eri asioihin, jolloin määritelmällisesti se voi erota perinteisestä tietojenkäsittelytieteellisestä katsannosta. Tutkimuskirjallisuudessa puhutaankin yleisesti algoritmien moninaisuudesta (Bucher 2018; Seaver 2017).

Algoritmit keräävät taustalla tietoa käyttäjistään ja jatkojalostavat tätä eteenpäin vaikuttaen esimerkiksi sovelluksessa nähtävään sisältöön. Tämä ilmenee digitaalisen median aikakaudella sosiaalisen median alustoissa ja tutkielmani tapauksessa Tinder-deittisovelluksessa siinä, mikälaista ja missä järjestyksessä sisältöä on käyttäjien nähtävissä. Kaikki tämä tapahtuu taustalla – pinnan alla, jonne käyttäjät eikä tutkijat pääse. Tinder ei ole tässä suhteessa poikkeus, vaan edustaa sitä sovellusten suurta joukkoa, jonka tarkempi toimintalogiikka algoritmillisella tasolla jää pimentoon julkisuudelta. Suurimpia kysymyksiä Tinderin algoritmiin liittyen on se, miten ja missä järjestyksessä profiilit näkyvät käyttäjille (Berger 2023, 4).

Algoritmin tuntemattomuudesta seuraa useita asioita, joista yksi on se, että algoritmin toiminta herättää mielenkiintoa ja pohdintaa Tinderin käyttäjien parissa. Toisekseen se asettaa tutkimuksellisen haasteen, kun algoritmia ja sen vaikutuksia ei voi tutkia suoraan. Tässä tutkielmassa olen ratkaissut tämän haasteen käyttämällä Taina Bucherin (2018) kehittämää algoritmisten imaginäärien käsitettä, jolla tarkoitetaan yksinkertaisuudessaan ihmisten kokemuksia ja kuvitelmia algoritmien toiminnasta. Erityisesti kiinnitän huomiota siihen, miten algoritmien oletettu toimintalogiikka huomioidaan puhetaivoissa. Täten en tutki suoraan itse algoritmeja, vaan sitä,

miten niistä keskustellaan. Tutkimuskirjallisuudessa tällaiseen lähestymistapaan viitataan fenomenologisena (Bucher 2018, 61). Algoritmien sosiaalinen ulottuvuus ja sen merkityksellisyys nykyajassa on myös keskeisin syy siihen, miksi päädyin juuri tämän aiheen pariin.

Tässä tutkielmassa tutkin diskurssianalyttisesti sitä, miten Tinderin algoritmeista keskustellaan. Tarkemmin sanottuna tutkin millaisilla diskursseilla rakennetaan Tinderin algoritmisia imaginäärejä Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa. Tutkielmani etenee seuraavasti: Aluksi taustoitan Tinderiä osana deittailun jatkumoa college-kampuksista Internettiin ja deittisivustoihin ja lopulta deittisovelluksiin. Erittelen yleisesti deittisovelluksille ominaisia piirteitä keskityen erityisesti visuaalisuuteen. Teoria ja käsitteet -luvussa avaan ensin algoritmin sosiaalista ulottuvuutta, josta siirryn käsittelemään algoritmisten imaginäärien käsitemaailmaa. Tämän jälkeen siirryn avaamaan tutkimusasetelmaa ja lopuksi erittelen diskurssianalyysin tulokset. Lopuksi pohdin muodostamiani diskursseja yleisemmin sekä tutkielmani rajoitteita ja mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

## 2 Tinder, deittailu ja visuaalisuus

Nykypäivänä Tinder on suosituin deittailualusta maailmassa ja on saatavissa 190 maassa ja 45 eri kielelle (Tinder 2023). Tinder, osana muita deittisovelluksia ja –sivustoja, on osa pitkää deittailun jatkumoa. 1920-luvulla deittailusta tuli keskeisin tapa amerikkalaisnuorille muodostaa seurustelusuhteita (Bogle 2008, 12). Ennen tätä tutustuminen miesten ja naisten välillä alkoi miehen soittamalla puhelun naisen kotiin ja myös mahdolliset tapaamiset sovittiin naisen kotiin, jolloin naisen vanhempien kontrollilla oli keskeinen asema. 1940-luvulta lähtien julkiset tilat ja ennen kaikkea college-kampukset tulivat keskeiseksi osaksi deittailun näyttämöä, jolloin vanhempien valta ja kontrollointi väheni siirryttäessä yksityisistä tiloista julkisiin. (Em. 12–14, 18.) Sitten 60 vuoden ajan aiemmin perinteiset suhteiden syntymiseen vaikuttavat tekijät, kuten perhe, koulu ja ystävät, ovat menettäneet merkitystään Internetille amerikkalaisten keskuudessa. Erityisen leimallista nettideittailun aikakaudella on ollut ”samaa sukupuolta olevien parisuhteiden määrän kasvu, kun taas samaan aikaan heteroseksuaalien parisuhteiden määrä on pysynyt samana”. (Rosenfeld & Thomas 2012, 523.)

Internetin ja deittisivustojen jälkeen toinen iso deittailua koskeva muutos on deittisovellusten tulo markkinoille. Englanninkielisessä tutkimuskirjallisuudessa viitataan niihin yleisesti termillä *mobile dating applications*, joka kääntyy suomeksi usein deittisovellukseksi arkikielisesti käännettynä. Tällöin jää helposti paitsioon kyseisten sovellusten mobiiliulottuvuus. Tälle leimallista on älypuhelimien ominaisuudet kuten paikkatieto ja kamera kuvagallerioineen, mikä mahdollistaa ”reaaliaikaisen kokemuksen” verrattuna nettisivustopohjaisiin ratkaisuihin ja siten niitä tulisi tutkia erillään (Parisi & Comunello 2020, 71).

Yksi tapa hahmottaa deittisovelluksia on se, mitä ne tarjoavat käyttäjille. Timmermansin ja Courtoisin (2018) mukaan deittisovelluksille leimallista on liikkuvuus, välittömyys, läheisyys ja visuaalisuus (Timmermans & Courtois 2018, 60). Liikkuvuus yhdistyy yhtäältä itse älypuhelimien ominaisuuksiin yhdessä deittisovellusten omiin toiminnallisuuksiin, kun deittisovelluksia voidaan käyttää paikkariippumattomasti. Välittömyys puolestaan liittyy siihen, kuinka käyttäjät voivat saada ilmoituksia vaikkei itse sovellus olisi auki, ja yhtäältä välittömyyden tuomaan lisääntyneeseen tempoon viestinnässä. Paikkatiedon hyödyntäminen mahdollistaa näytettävien käyttäjien rajaamista vain lähellä olevien deittisovellusten käyttäjiin, mihin läheisyydellä

viitataan. Visuaalisuus kietoutuu kuvien voimaan, kun deittisovelluksissa käyttäjien kuvat vievät dominoivasti älypuhelimien näyttötilaa. (Em. 60.)

Yleisemmin mobiililaitteita, paikkatietoa hyödyntäviä medioita ja edellä mainittuja liikkuvuutta ja siihen kytkeytyen läheisyyttä ja välittömyyden tuomaa tempoa on tutkittu paljon niin maantieteen, sukupuolentutkimuksen kuin myös yleisemmin kriittisen algoritmitutkimuksen kentällä, joka on poikkitieteellinen tutkimussuuntaus. On tutkittu esimerkiksi kohtaamisia pseudonyymien tuntemattomien kanssa (Licoppe 2016), queer-kartografiaa (Batiste 2013) ja kuinka paikkatieto vaikuttaa käyttäjien näkymiseen ja nähdynsi tulemiseen deittisovelluksessa (Blackwell, Birnholtz & Abbot 2014). Erityisesti deittisovellusten visuaalisuuteen on kiinnitetty huomiota osana kokonaisuutta (esim. David & Cambre 2016).

**Kuva 1.** Tinderin käyttöliittymä (pressikuva) (Tinder n.d-a)



Visuaalisuuteen liittyy keskeisesti ”swaippaamisen logiikaksi” (*swipe logic*) (David & Cambre 2016, Krüger & Spilde 2020) nimetty Tinderin toimintaperiaate, joka pohjaa profiilikuvan pyyhkäisyyn oikealle tykkäyksen (<3) merkiksi tai vasemalle hylkäyksen (X) merkiksi Kuvan 1 mukaisesti. Yhteys (*match*) syntyy, kun molemmat käyttäjät antavat tykkäyksen toisilleen. Kuvasta 1 huomaa myös hyvin sen, kuinka profiilikuvilla on hyvin keskeinen asema Tinderin käyttöliittymässä. Profiilia tehdessä käyttäjiltä kysytään kuvien lisäksi ikää, sukupuolta, seksuaalista suuntautumista ja profiilin kuvausta sekä muita vapaa valintaisia tietoja kuten horoskooppia ja pituutta.

Tinderin käyttö on maksutonta, mutta sen sisällä on erilaisia maksullisia toiminnallisuuksia. Tällä hetkellä Tinderissä on kolme erilaista tilausvaihtoehtoa, jotka mukauttavat ja lisäävät toimintoja. Tinder Plus muun muassa poistaa mainokset, antaa rajoittamattoman määrän tykkäyksiä ja peruutustoimintoja sekä mahdollistaa sijainnin muuttamisen. Tinder Goldin keskeisimmät ominaisuudet edellisten lisäksi on käyttäjän mahdollisuus nähdä tykkäykset eli ne profiilit, jotka ovat tykänneet hänestä, yksi ilmainen boost-toiminnallisuus kuukaudessa ja viisi super-tykkäystä. Boost-toiminnolla Tinder lupaa enemmän näkyvyyttä profiilille tietyksi aikaa, ja super-tykkäys lisää osuman (*match*) todennäköisyyttä. Näiden kahden tilausvaihtoehdon lisäksi on vielä Tinder Platinum, jolla saa kaikkien edeltävien ominaisuuksien lisäksi mahdollisuuden laittaa viesti ennen osumaa ja tykkäykset etusijalle. Edellä mainittuja boost-toimintoa ja super-tykkäyksiä pystyy ostamaan myös erikseen ilman mitään kuukausitilausta.

Illouz (2007) muotoilee valokuvan problematiikan seuraavanlaisesti: “Esittäessään itseään valokuvan muodossa yksilöt joutuvat toimimaan mallien tai näyttelijöiden tapaan, toisin sanoen he joutuvat asemaan, (1) jossa he ovat ylitietoisia fyysisestä ulkonäöstään, (2) jossa vartalo on tärkein sosiaalisen ja taloudellisen arvon lähde, (3) jossa he joutuvat kilpailemaan vartalonsa avulla toisten kanssa ja (4) jossa heidän vartalonsa ja ulkonäkönsä ovat julkisesti esillä.” (Illouz 2007, 81.) Illouz liittää tämän osaksi emotionaalisen kapitalismin kulttuuria, jolle leimallista on se, että “emotionaaliset ja taloudelliset diskurssit ja käytännöt muokkaavat toisiaan tuottaen liikkeen, jossa affektista tehdään taloudellisen käyttäytymisen olennainen osa ja jossa tunne-elämä -- seuraa taloudellisten suhteiden ja vaihdon logiikkaa.” (em. 5). Tällöin tunteet ja intimit suhteet ovat tuotteistettu toimimaan konsumerismin logiikan nimissä, jolloin minuus muuttuu kauppatavarana kilpaillen muiden kanssa markkinoilla, joita säätelevät kysyntä ja tarjonta (em. 85–86, 88).



Liittyen edelliseen keskusteluun, on huomionarvoista, että Tinderin käyttäjät altistuvat ”konsumerismin logiikalle” jo pelkästään palvelua käyttäessään osana kysyntää ja tarjontaa, mutta siihen nivoutuu myös aiemmin mainitut maksulliset lisätoiminnot ja tilausvaihtoehdot, jotka alistavat kehot taloudellisen vaihdon alaisiksi kirjaimellisesti, kun kuvien pyyhkimisen lisäksi raha alkaa liikkua. Erityisen mielenkiintoinen on boost-toiminto, jolla Tinder lupaa rahaa vastaan ”jopa kymmenen kertaa enemmän näkyvyyttä napin painalluksella” (Tinder n.d-b). Tämä on uhkapelimäinen piirre, koska mitään varmuutta halutusta lopputuloksesta ei ole, ja miten ”kymmenen kertaa enemmän näkyvyyttä” vertautuu tavalliseen tilanteeseen? Tätä käyttäjä ei voi tietää, koska hänen tiedossaan ei ole se, kuinka usein oma profiili näkyy muille. Toisaalta voidaan ajatella, että näkyvyys realisoituisi saatujen tykkäyksien muodossa. Sekin on uhkapeliä, koska boost-toiminto ei välttämättä maksa itseänsä takaisin tykkäyksillä, jotka ovat riippuvaisia muiden käyttäjien toiminnasta, ja tällöin käyttäjä ei saa rahaa vastaan mahdollisesti yhtään mitään. Toinen ominaisuus on super-tykkäykset, joilla Tinder lupaa ”osuman kolme kertaa todennäköisemmin” (Tinder n.d-b). Mikä on sitten todennäköisyys saada osuma tavallisella tykkäyksellä? Sitäkään käyttäjä ei voi tietää eikä sitä Tinder kerro, jolloin super-tykkäyksen arvo jää kunkin käyttäjän omien ja jaettujen kokemusten varaan. Tällöin herää kysymys, miten Tinder oikeastaan tosiasiallisesti toimii, jolloin päästään algoritmiseen ulottuvuuteen käyttöliittymän taa.

### 3 Teoria ja käsitteet

Edellisessä kappaleessa käsittelin Tinderin taustaa ja erityisesti sen visuaalisuutta, jossa keskiössä on profiilikuvat ja jotka samalla hallitsevat käyttöliittymää. Käyttöliittymät ovat puolestaan ”muutakin kuin pelkästään viestinnän välittäjä tai tietty teknologia, ne ovat symbolisia järjestelmiä, jotka välittävät tietoa ja muokkaavat aktiivisesti viestintäsuhteita ja muokkaavat myös tilaa, jossa sosiaalinen vuorovaikutus tapahtuu” (de Souza e Silva & Frith 2012, 4). Mitä oikeastaan tapahtuu taustalla – siellä mihin ihmissilmä ei näe ja jota käyttöliittymä materialisoi käsitettävään ja havaittavaan muotoon? Herää kysymyksiä siitä, miten Tinder järjestää, luokittelee ja näyttää käyttäjien profiileja muille käyttäjille. Seuraavassa alaluvussa avaan algoritmin sosiaalista ulottuvuutta ja sen voimaa sosiaalisen toiminnan tilojen järjestäjänä ja rytmittäjänä. Sitten siirryn mustan laatikon problematiikan avaamiseen. Se on keskeinen metafora kriittisen algoritmitutkimuksen kentällä ilmentäen algoritmien tietämisen ja tutkimisen haasteita. Lopuksi siirryn käsittelemään algoritmisia imaginäärejä, jotka ovat eräitä ratkaisuja ylittää musta laatikko.

#### 3.1 Algoritmi

Aikaisemmin mainittu visuaalinen käyttöliittymä houkuttelee käyttäjiä sovellukseen pariin ja täten käyttäjistä pystytään keräämään dataa erilaisten algoritmien käyttöön (Berger 2023, 3). Algoritmillinen ulottuvuus osana deittisovelluksia herättää ajatuksen, kuinka intiimien suhteiden muodostuminen on alisteista “mekanismeille, jotka mahdollistavat ja edistävät kvantifioinnin, proseduraalisen lähestymistavan ja automaation käyttöönottoa ihmistoiminnassa.” (Gillespie 2016, 27). Tällöin Tinderin tapauksessa käyttäjät ovat osana ja kohteena Tinderin algoritmia käyttäessään sovellusta. Berger (2023) muotoilee algoritmin ja ihmisten välistä suhdetta seuraavasti: ”Algoritmit jäsentävät sitä, mitä tietoja käyttäjät voivat havaita ja tulkita (ja missä järjestyksessä). Tällä tavoin ne jäsentävät sosiaalista vuorovaikutusta, mutta ilman, että ihmistoimijat ovat tästä (täysin) tietoisia.” (Berger 2023, 4.)

Tinder itse kertoo heidän algoritminsä keskiössä olevan aktiivisuus eli selatessa näkyvät profiilit ovat myös samaan aikaan aktiivisia, sovelluksen toistuva käyttö, samanlaiset mielenkiinnon kohteet ja elämäntavat ja vastaavanlaiset kuvat. Lisäksi algoritmiin kytkeytyy keskeisesti se, miten käyttäjät tykkäävät ja hylkäävät toisia profiileita. Tinder korostaa, että käyttäessään sovellusta käyttäjät auttavat heitä ”valitsemaan parempia potentiaalisia yhteyksiä”. (Tinder 2022.) Haaste käyttäjille ja tutkijoille on se, että vaikka muuttujia on tiedossa, ei kuitenkaan tiedetä

tarkempia syyseuraussuhteita eli sitä miten yksittäinen palanen vaikuttaa kokonaisuuteen ja millä painoarvolla. Tällöin moni tekijä jää tulkinnan varaan. Käyttäjien tulkinnat ja kokemukset algoritmista voidaan kuitenkin kääntää tutkimukselliseksi voimavaraksi.

### 3.2 Musta laatikko ja algoritmiset imaginäärit

Algoritmit ovat usein yritysten liikesalaisuuksia, liiketoiminnan teknologista ydintä, jota omistajat haluavat suojella (Kitchin 2017), mikä vaikuttaa algoritmien tietämiseen niin sovellusten käyttäjien kuin myös tutkijoiden kannalta. Tähän liittyen tutkimuskirjallisuudessa useasti toistuva metafora on musta laatikko (Pasquale 2015), joka ammentaa toimijaverkkoteoriasta (Latour 2005). Tällä tarkoitetaan sitä, että tiedossa on vain alkutilanne (*input*) ja lopputilanne (*output*), mutta näiden välillä tapahtuvat asiat jäävät pimentoon. Tinderin tapauksessa tämä voi tarkoittaa käyttäjien lähettämiä reaktioita toisista profiileista eli pyyhkäisyjä oikealle tai vasemmalle, ja lopputilanteessa mahdollisesti syntyviä osumia. Ei ole kuitenkaan täysin tiedossa mitä näiden välillä tapahtuu, esimerkiksi profiilien järjestysperuste korttipakassa ei ole tiedossa.

Taina Bucher käyttää mustan laatikon konseptia heuristisena työkaluna, ja kysyy, mitä on silloin pelissä, kun algoritmit kuvataan tällä tavoin, ja mitä se estää meitä näkemästä. Hän väittää, että algoritmit eivät tosiasiallisesti ole mustia eikä laatikoita. Bucher muotoilee algoritmien olevan “tiedossa olevia tunnettuja tuntemattomia” (*“knowable known unknowns”*), jolla hän tarkoittaa, että on mahdollista tietää ne riittäväillä resursseilla. Tutkimuskirjallisuudessa puhutaan useasti mustan laatikon avaamisesta – sisäisen toiminnan valoittamisesta. Bucherin mukaan algoritmien tunteminen ei kuitenkaan edellytä tällaista laatikon avaamista. Ensimmäinen askel tässä prosessissa on algoritmien tuntemattomuuden purkaminen, jolla Bucher tarkoittaa uudenlaista katsontatapaa. Käytännössä tämä tarkoittaa hänen mukaansa “oman mustan laatikon avaamista”, omien olettamusten ulospäästämistä ja mustan laatikon käsitteellisten rajojen tiedostamista eli sen rajoitteiden tunnistamista episteemisenä työkaluna. Kun algoritmit nimetään mustiksi laatikoiksi, tietämättömyyttä voidaan Bucherin mukaan käyttää strategisena resurssina kontrollimielessä tai yhtäältä vastuunpakoilun muodossa. Kyseinen metafora on tavallaan eräänlainen harhautus, jolloin metafora itse on “strateginen tuntematon”. Tällöin huomiota tulisi kiinnittää laatikon sisällön sijaan niihin “poliittisiin ja sosiaalisiin käytäntöihin, jotka auttavat ylläpitämään algoritmeja mustina laatikoina”. (Bucher 2018, 42–59.)

Bucher esittää kolmea metodologista taktiikkaa, jotka ovat takaisinmallinnus, fenomenologiset kohtaamiset ja konfiguraatiot, algoritmien tekemiseen tunnetuksi (Bucher 2018, 59–63). Oman

kandidaatintutkielman näkökulmasta näistä kolmesta taktiikasta mielenkiintoisin on fenomenologinen näkökulma. Tätä metodologiaa hyödyntää Minna Ruckenstein (2023) kirjassaan *The Feel of Algorithms*. Ruckenstein (2023) kirjoittaa tähän fenomenologiseen lähestymistapaan viitaten, kuinka:

“ihmiset kohtaavat yleensä maailmaan ‘näkyttömyyksien’ kautta; mielialat, affektit ja arvot ovat avainasemassa sen ymmärtämisessä, miten koemme asiat ja tilanteet ympärillämme ja opimme niistä. Tämä merkitsee sitä, että ihmisten ei tarvitse hallita algoritmien teknisiä yksityiskohtia tietääkseen, tunteakseen tai kuvitellakseen mitä ne ovat tai mitä ne saattavat tehdä.” (Ruckenstein 2023, 22–23).

Tällöin se, miten ihmiset ajattelevat algoritmien toimivan ja olevan eli miten ihmiset tuntevat ne, on merkityksellisempää kuin mitä algoritmit faktuaalisesti ovat (em. 3). Bucherin tutkimuksessa kyseinen lähestymistapa on saanut tarkemman käsitteellisen muotonsa algoritmisten imaginäärien käsitteenä (Bucher 2017, 2018). Tämä käsite pohjaa henkilökohtaisiin algoritmitarinoihin (*personal algorithm stories*), jotka valaisevat Bucherin sanoin “sitä, mitä Charles Taylor (2004) nimittää sosiaalisesti imaginääriksi – tapoja, joilla ihmiset kuvittelevat heidän sosiaalisen todellisuutensa”. Bucher kuitenkin korostaa käyttävänsä imaginäärien käsitettä hieman siitä eroavalla tavalla, korostaen sitä, että algoritmiset imaginäärit kehkeytyvät “yleisistä uskomuksista, kokemuksista ja odotuksista siitä mitä algoritmit ovat tai pitäisi olla” (Bucher 2018, 114).

Algoritmisissa imaginääreissä ei ole kyse ”pelkästään mentaalista algoritmien rakentumisesta”, vaan yhtä lailla niiden “produktiivisesta ja affektiivisesta voimasta”, mikä korostuu Bucherin mukaan koneoppimisessa, jonka myötä sosiaalisen median alustojen algoritmit muuttuvat kasvavan datan eli toisin sanoen ihmistoiminnan myötä (em. 115). Tällainen toiminta voi Tinderin osalta tarkoittaa esimerkiksi tykkäyskäytäntöjä eli sitä, miten ja milloin käyttäjä tykkää toisista profiileista. Bucher toteaa, että nämä erilaiset toimintamallit “eivät vain riipu ihmisten käsityksistä algoritmeista, vaan nämä käytännöt vaikuttavat myös itse algoritmeihin” (em. 116).

Tutkimuskirjallisuudessa Bucherin (2017, 2018) algoritmiset imaginäärit teoreettisena konseptina on saanut huomiota viime vuosina saaden osakseen myös kritiikkiä. Eräs keskeinen kritiikki on se, että kyseinen konsepti keskittyy käyttäjien näkökulmaan jättäen melkein kokonaan

pois alustojen, joka on ihmistoiminnan kohteena, näkökulman. Tasapainoisempaan ja asymmetrisen asetelman välttämiseksi on tutkimuksessa nostettu esiin täydentämään alkuperäistä hahmotelmaa esimerkiksi uudenlaista algoritmista imaginääriä (Schulz 2022) ja algoritmisen toisen käsitettä (Gandini ym. 2023).

Kytkeytyen algoritmisten imaginäärien käsitteeseen ammennan algoritmisen tunnistettavuuden (*algorithmically recognizable*) (Gillespie 2014, 184) käsitettä, jolla tarkoitetaan yksinkertaisuudessaan tapoja, joilla käyttäjät pyrkivät tekemään itsestään ja sisällöstään algoritmisesti tunnistettavamman. Tämä pohjaa samaan kudelmaan algoritmisten imaginäärien kanssa, mutta erontekona näiden kahden käsiteparin välillä pidän sitä, että algoritmiset imaginäärit viittaavat ihmisten käsityksiin ja kokemuksiin algoritmien toiminnasta. Siihen pohjautuen ihmiset saattavat muuttaa omaa toimintaansa alustoilla tai tässä tapauksessa deittisovelluksessa pyrkien tällöin tekemään itsestään algoritmisesti tunnistettavamman. Täten algoritmisen tunnistettavuus on käytännön vastaus algoritmisiin imaginääriin. Algoritmisen tunnistettavuuden käsite auttaa hahmottamaan, avaamaan ja sanoittamaan osaltaan niitä puhetapoja, joita nostan esiin Reddit ja Ylilauta-verkkokeskusteluista Tinderin algoritmista analyysissäni. Siinä missä käyttäjät pyrkivät tekemään itsestään haluttavan muiden käyttäjien silmissä, sama tapahtuu välillisesti myös algoritmien osalta.

## 4 Tutkimusasetelma

Tutkielman tavoitteena on selvittää, minkälaista kuvaa Tinderin algoritmeista rakennetaan Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa havaittujen diskurssien kautta. Viitataan tähän rakentuvaan kuvaan algoritmisten imaginäärien käsitteellä ja erityisesti kiinnitän huomiota siihen, miten algoritmien oletettu toimintalogiikka huomioidaan verkkokeskusteluiden puhetavoissa. En tutki suoraan itse algoritmeja ja niiden toimintaa aktuaalisesti, vaan sitä, miten niistä keskustellaan ja minkälainen kuva niistä muodostuu puhetapojen muodossa eli tällöin syntyviä algoritmisia imaginäärejä. Tähän taustaa nojaten olen muodostanut seuraavan tutkimuskysymyksen:

Millaisilla diskursseilla rakennetaan Tinderin algoritmisia imaginäärejä Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa?

### 4.1. Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskustelut aineistona

Tutkimusaineisto koostuu kahdesta kommenttiketjusta, joista ensimmäinen on Redditistä ja toinen Ylilaudalta. Aineiston keruuseen käytin hakusanoja “tinderin algoritmi(t)” ja “tinderin toimintalogiikka”. Tein keruun helmikuussa 2024. Lopulliseen aineistoon valitsin kaksi kommenttiketjua, joiden aloituksessa puhuttiin suoraan Tinderin toiminnasta teknologisesta näkökulmasta, Reddit-keskustelun tapauksessa sen toimintalogiikasta, erityisesti pisteytysysteemistä, ja Ylilauta-keskustelun osalta Tinderin tavoista “hujata” käyttäjiä. Lopulliseen analysoitavaan aineistoon valitsin yhteensä 101 kommenttia. Nämä kommentit valitsin siten, että niissä puhuttiin suoraan Tinderin algoritmeista ja toimintalogiikasta. Käytännössä tämä ilmenee valituissa kommentteissa siten, että niissä mainitaan suoraan algoritmit sanana tai muuten selkeästi ilmaistuna se, että puhe on nimenomaan algoritmeista. Päädyin valitsemaan kaksi erillistä ketjua, koska tällä tavoin saan monipuolisemman aineiston, jolla pystyn paremmin vastaamaan tutkimuskysymykseeni. Yhtäältä kuitenkin molemmat aineistot ovat monessa suhteessa samantapaisia eikä niissä ole isoja eroja sisällöllisesti, jolloin ne myös täydentävät toisiaan.

**Taulukko 1.** Aineistoksi valikoidut kommenttiketjut (KK)

Lyhenne	Sivusto	Aloitusvuosi	Aihe	Kaikki kommentit (kpl)	Huomioidut kommentit (kpl)
KK1	Reddit	2023	Tinderin toimintalogiikka	211	71
KK2	Ylilauta	2022	Tinderin eri tavat “huijata” käyttäjiä	180	30
<b>Yhteensä</b>					101

## 4.2 Tutkielman eettisyys

Käyttämäni verkkokeskusteluaineisto on luonnollinen aineisto, joka tarkoittaa sitä, että tutkittavien kommenttien lähettäjiltä ei pystytä kysymään jälkikäteen suostumusta eikä informoimaan tutkimuksesta. Toisaalta kyseessä on täysin julkiset sivustot, joista aineisto on kerätty, eikä käyttäjien nimiä mainita itse tutkielmassa. Kommentit ovat kuitenkin jäljitettävissä takaisin alkuperäiselle sivustolle. Tämä on tutkimuksen luotettavuuden kannalta hyvä asia, mutta aiheuttaa anonymiteettia pohdittaessa eettisiä haasteita. Kommentoijat ovat valmiiksi jo anonymoijia Ylilaudalla, mutta Redditiin tapauksessa useimmat kommentoijat ovat nimimerkillisiä. Toisaalta keskustelut ovat kaikkien saatavilla. Lisäksi pääpaino tutkimuksessa ei ole se, kuka sanoo mitään, vaan yleisemmin se, miten aiheesta keskustellaan. Toinen hyvä asia luonnollisessa aineistossa on se, että tutkija ei voi vaikuttaa aineiston syntyyn, mikä kuitenkin aiheuttaa edellä mainittuja pulmia.

## 4.3 Diskurssianalyysi tutkimusmenetelmänä

Analyysimenetelmänä käytän diskurssianalyysia, joka pohjaa kielenkäytön luonteeseen sosiaalisen todellisuuden rakentajana ja täten sen analysoimiseen ja tutkimiseen. Käytännössä keskiössä on se, miten kieltä käytettäessä “konstruoinne” puhumisen kohteen. Tämä näkökulma ilmentää sosiaalista konstruktionismia, jonka periaatteisiin diskurssianalyysi perustuu. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 21–23.) Diskurssianalyysi ei tavoittele lopullista totuutta tai totuuksia asiantilasta, vaan kiinnostuksen kohteena on vallalla olevien merkitysten koko kirjo. Tavoitteena on tarkastella erilaisia todellisuuksia ja miten niitä merkityksellistetään kielellisesti sosiaalisena toimintana. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 7.)

Täten diskurssianalyysin keskiössä on se, miten kielenkäytöllä tehdään asioita ymmärrettäväksi. Tällöin samaa ilmiötä koskevat toimijoiden kielenkäyttö voi hyvinkin erota toisistaan,

jolloin ilmiötä voidaan ymmärtää eri tavoin. Siten tutkimuksen kohteeksi otetaan ne moninaiset tavat, joilla toimijat rakentavat kuvaa samasta ilmiöstä, ja sitä kautta näistä kielenkäytön tavoista syntyvää sosiaalisen todellisuuden rakentumista. Diskurssianalyysi on tällöin määriteltynä yhtäältä kielenkäytön tutkimusta, mutta myös ”muun merkitysvälitteisen toiminnan” tutkimusta, jolla viitataan kielenkäytön laajempaan kulttuuriseen näkökulmaan. Tämä kudelma on diskurssianalyysin kohteena tutkittaessa sosiaalisen todellisuuden tuottamista sosiaalisessa kanssakäymisessä. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016, 187–188.)

Aineiston keräämisen ja tutkimuskysymyksen muodostamisen jälkeen aloitin analyysiprosessin tutustumalla aineistoon ja järjestelemällä sitä eri tavoin. Päädyin ensin laittamaan aineiston taulukko-ohjelmaan, jolloin irrotin kommentit ensimmäistä kertaa alkuperäisestä konteksteista eli nettisivustoista, joissa kommentit olivat kirjoitettu. Luettuani aineiston useampaan otteeseen lävitse alkoi yleiskuva aineiston luonteesta selkeytyä. Kampasin aineistoa lävitse luokitellen ja ryhmittelen erottuvia puhetapoja toisistaan poimimalla samalla esimerkkikommentteja. Näkyvyyden kategoria oli ensimmäisiä, jonka tunnistin. Tämän jälkeen nostin omaksi kategoriakseen kaupallisuuden, joka oli vahvasti läsnä kommentteissa. Huomasin myös, kuinka kommentteissa tuli esiin erilaisten taktiikoiden ja toimintatapojen rooli, josta muodostin myös oman joukkonsa. Viimeisimpänä muodostin kokonaisuuden kommentteista, joissa korostui ajallis-paikallinen ulottuvuus. Lopulta muodostin neljä diskurssia, jotka esittelen seuraavaksi.



## 5 Tulokset

Muodostin analyysivaiheessa neljä eri diskurssia, jotka olivat näkyvyyden diskurssi, kaupallisuuden diskurssi, pelaamisen diskurssi ja ajallisuuksien ja paikkojen diskurssi. Diskurssien nimet ilmentävät niiden kantavaa teemaa. Ne ovat sisäisesti yhtenäisiä, vaikka niissä on havaittavissa myös joitain eroja. Täten päädyin pysymään päädiskurssien tasolla. Seuraavaksi esittelen diskurssit yksitellen. Viittaan aineistoesimerkkejä käyttäessäni lyhenteillä KK1 tai KK2 taulukon 1 mukaisesti. Aineistoesimerkeissä olevat alleviivaukset ovat tutkijan lisäyksiä, ne tähdentävät keskeisiä sanoja ja ilmaisuja.

### 5.1 Näkyvyyden diskurssi

Näkyvyyden diskurssi kytkeytyy Tinderin algoritmeihin ja siihen, miten ne ”näyttävät” profiileja käyttäjille. Keskiössä on se, miten profiilit näkyvät ja tulevat nähdyiksi Tinderissä. Täten ne vaikuttavat myös vuorovaikutuksen mahdollisuuksiin, jolloin Tinderin rooli välittäjänä ei nähdä neutraalina, vaan latautuneena. Näkyvyyden diskurssissa se ilmenee puhetapana, jossa nostetaan esiin käsityksiä nähtävien profiilien sopivuudesta tai epäsopivuudesta suhteesta ”omaan tasoonsa”. Tällainen ajattelutapa ilmentää itseymmärrystä oman profiilin suhteesta muihin ja yhtäältä käyttäjien välistä hierarkkista suhdetta, jossa kysyntä ja tarjonta ei kohtaa kaikille edes profiileita swaippaillessa.

*Tää, oon itekkin huomannut että "oman tasosia" on todella vähän. Tinderin algoritmeihin varmasti pumpattu niin paljon rahaa ja dataa että olis mahollista näyttää pelkästään oikeesti toisilleen sopivia profiileja, mutta itelle tulee lähinnä liian huonoja tai liian hyviä kortteja vastaan. (KK2)*

Näkyvyyden diskurssille on myös keskeistä se, kuinka näkyvyys ja ennen kaikkea saatavien tykkäysten määrä on käyttäjäkokemuksen ytimessä. Seuraavassa kommentissa tulee esiin alleviivaavasti ääriesimerkin tavoin, kuinka ”Helsingissä” ja ”miesmallin kuvin” tuli ”viikonlopun aikana huimat neljä tykkäystä”, jolle annetaan erilaisia potentiaalisia selityksiä. Yksi niistä on varjobännit (*shadow ban*), joka viittaa ajatukseen siitä, kuinka profiili ei näy muille. Myös jo edellä mainittuun tasoon viitataan ”matala ranking” -ilmaisulla, joka nivoutuu samaan kudelmaan aiemmin mainitun tason kanssa:

*>pk-seutu-vääristymä*

*Kävin pääsiäisenä Helsingissä ja ajattelin samalla tehdä pienen kokeen. Poistin lähes koko profiilitekstini ja vaihdoin profiilikuvani jonkun tuntemattoman miesmallin kuviin. Muilta osin käytin palvelua kuten ennenkin. Sain viikonlopun aikana huimat neljä tykkäystä. Selvästi minulla on siis jonkinlaiset varjobännit tai todella matala ranking tai sitten premium-jäsenyydellä on todella valtava vaikutus siihen kuka profiilisi näkee.*  
(KK2)

Algoritminen valinta tuottaa eräänlaisen näkymättömyyden tai näkyvyyden hierarkian, mikä näkyy edellisessä kommentissa sopimattomina profiileina ja seuraavassa kommentissa pienenä tykkäysmääränä. Näkyvyyden diskurssille on leimallista myös kokeilullisuus ja erilaiset testit, joka äskeisessä aineistoesimerkissä ilmeni profiilikuvan vaihdolla.

## **5.2 Kaupallisuuden diskurssi**

Kaupallisuuden diskurssissa keskeistä on Tinderin maksulliset ominaisuudet ja se, kuinka niitä voi hyödyntää ”huijaamalla” algoritmin puolelleen. Yhtäältä diskurssissa on vastarintaa maksullisille ominaisuuksille. Niiden ajatellaan hyödyttävän vain Tinderin omia kaupallisia tavoitteita eikä käyttäjiä ja heidän omia intressejään. Tällöin Tinderin ja sen käyttäjien tavoitteet nähdään erillään olevina, jolloin ne ovat väijäävästi ristiriidassa keskenään Tinderin maksimoidessa kaupallisia tavoitteita samalla, kun käyttäjät pyrkivät luovimaan omine tavoitteineen Tinderissä. Edellä mainittu maksullisten ominaisuuksien hyödyntäminen ja itsestään algoritmillisesti tunnistettavamman ilmenee seuraavanlaisesti:

*Algoritmin huijaaminen*

*>osta Tinder gold*

*>normaalisti kaikille rastia kunnes tulee tarpeeksi hyvä profiili vastaan jolle haluaisit laittaa sydäntä*

*>sulje sovellus*

*>odota että saat itse tykkäyksiä*

*>näille laitot sydäntä tai rastia miten haluat*

*>muuten laitot vain rastia ja odotat että tulee lisää tykkäyksiä joita matchata*

*<algoritmi pitää sinua mielenkiintoisena ja saat jatkuvasti enemmän tykkäyksiä kiihtyvällä tahdilla (KK2)*

Seuraavissa kommentteissa korostuu, kuinka maksulliseen lisäominaisuuteen, Tinder Goldiin, suhtaudutaan epäilevän kielteisesti ja vastarintaa osoittaen. Alkuajatuksena nähdään se, että käyttäjiä houkutellaan ostamaan se, jotta pystyisi näkemään jo tulleita tykkäyksiä, mutta itse tilauksena aikana tykkäyksiä tulee vain vähän. Tällöin Tinder pyrkii yhtäältä houkuttelemaan käyttäjiä maksamaan Gold-versiosta ja pitämään jo tilanneista käyttäjistä kiinni pitämällä ne sovelluksessa ja maksavina asiakkaina:

*Kultatykkäykset ovat ihan normaaleja tykkäyksiä, jotka Tinder laittaa sivuun ja joiden profiileja ei näytetä käyttäjälle normaalisti pakkaa selatessa. Tämä on jekku jolla yritetään myydä gold -ominaisuutta. Käyttäjä tuskaillee kun mätsejä ei ole, mutta näkee kasan tykkäyksiä joista saisi pareja heti, mutta nämä eivät tule sovelluksessa vastaan. Jossain tilanteissa Tinder kuitenkin heittää tästäkin porukasta profiileita näkyville. Heitetään ikäänkuin murusia ja pyritään pitämään käyttäjä sovelluksessa, mutta kuitenkin niin että maksaisit palvelusta. (KK2)*

*Kuulin, että goldin aikana ei tule uusia matcheja jonoon. Niitä alkaa ilmestyä heti, kun lopetat maksamisen, jotta tilaisit goldit uudestaan. (KK1)*

*Goldin aikana, mitä tullut testattua, tuli alussa joku määrä sellai rykelmänä + ne jotkut jotka oli ajan saatossa tulleet sinne odottelemaan. Sitten sen keston aikana (esim. jos otat vaikka kuukauden verran) saattaa tulla muutama, ikään kuin muistutuksena että "olet ollut nyt pari päivää selaamatta, hop hop!". Ja sitten kun lopetat goldin niin tuntuu että jos ei joka päivä niin vähintään parin päivän välein tulee ilmoitus että "uusi tykkäys, käy goildilla katsomassa!". Ja sitten kun niihin ei reagoi niin muutaman viikon päästä ne loppuvat ja tilalle tulee niitä "nyt kannattaa selata, tällä hetkellä meillä on ruuhka-aika!". Lähde: Oma empiirinen kokeilu. (KK1)*

Lisäksi viitataan siihen, kuinka Tinder ei välttämättä koskaan näytä kaikkia osuvia profiileita mitä järkeillään osaksi Tinderin omistajien kaupallisia tavoitteita. Tällä myös selitetään edellisissä kommentteissa ilmennyttä maksullisten tilausten toimimattomuutta. Tällöin tarjolla olevat

lisäominaisuudet maksua vastaan kääntyvät käyttäjiä vastaan, mikä sijoitetaan osaksi laajempaa Tinderin kaupallisten tavoitteiden kokonaisuutta:

*Tää on täysin mutua, mutta parin kaverin kanssa testattu ja toinen ei välttämättä koskaan tule vastaan vaikka kuuluisi preferensseihin. Puolituttu sanoi joskus kun mätsättiin että oli laittanut mut oikealle 4kk aiemmin. Omasta mielestä ihan loogista, tinder ei halua että tyypit pariutuu vaan että oisivat asiakkaina mahdollisimman pitkään. (KK2)*

*Tinder on bisnes, ne ei halua että sä saat mielekkäitä keskusteluja tai lähet treffeille. Jos oikeasti haluat kumppanin nii poista tinder ja lähde kysyy jotain oikees elämäs ulos. (KK1)*

Kaupallisuuden diskurssi pohjaa ennakko-oletukseen Tinderin kaupallisista tavoitteista, joita algoritmi materialisoi. Bergerin (2023) mukaan Tinder tasapainoilee käyttäjien tyytyväisyyden ja taloudellisten intressien kesken. Käytännössä tämä tarkoittaa tulevien ja lähtevien tykkäysten säännöstelyä ja maksullisten lisäominaisuuksien ostamisen houkuttelua. Tällöin käyttäjät pyritään pitämään tyytyväisinä, jotta he pysyvät Tinderissä, mutta samalla maksimoiden kulutushalukkuutta maksullisiin tilausvaihtoehtoihin. Maksavat asiakkaat pyritään pitämään maksavina tulevaisuudessakin. Tämä on myös nähtävissä kaupallisuuden diskurssissa. Mielienkiintoisesti siinä on myös havaittavissa maksullisten ominaisuuksien hyödyntämistä ja siten henkilökohtaisen hyödyn hakemista. Hyöty ei tule kuitenkaan suoraan ostoksesta, esimerkiksi Tinder Goldista, vaan kyse on tietoisesta oman toiminnan muuttamisesta yhdistettynä lisäominaisuuksien mahdollisuuksiin. Siten tässä suhteessa on havaittavissa samankaltaisuutta pelaamisen diskurssin kanssa, mihin syvennyn seuraavaksi.

### 5.3 Pelaamisen diskurssi

Pelaamisen diskurssissa keskiössä on se, miten käyttäjät kuvittelevat Tinderin algoritmin toimivan, se mitä Gillespie (2014) nimittää algoritmisen tunnistettavuudeksi (Gillespie 2014, 184) ja miten Tinderin algoritmi ajatellaan saatavan omalle puolelleen. Pelaaminen on tällöin ratkaisu siihen, miten algoritmien ympärillä voi pelata tavoitellakseen haluttua lopputulosta ikään kuin käyttääkseen algoritmin oletettua toimintalogiikka omaksi hyödykseen. Keskeistä tässä on huomioida se seikka, että käyttäjien omat tuntemukset ja ajatukset algoritmien toiminnasta voi olla täysin vastakkaisia sen suhteen, miten ne oikeasti toimivat. Tällä ei kuitenkaan ole sinänsä

väliä osuuko nämä yhteen vai ei, koska kappaleeseen 3.2 viitaten sillä, miten käyttäjät ajattelevat Tinderin algoritmien toimivan on jo itsessään vaikutusta niihin totuusarvosta riippumatta.

Pelaamisen diskurssissa ominaispiirteenä on se, miten omaa toimintaa muokkaamalla voitaisiin maksimoida uusien yhteyksien määrä ja täten saada Tinderin algoritmit omalle puolelleen. Keskeisenä ajatuksena on se, kuinka keskustelemalla pidempään yhden käyttäjän kanssa, saa lisää uusia osumia:

*Itse olen huomannut sen, että mitä pidempään juttelee jonkun mätsin kanssa, niin sitä enemmän rupeaa uusia tykkäyksiä tulemaan. Tinder voi tulkita tämän siten, että kohta nuo poistaa sovelluksen, koska tulevat niin hyvin juttuun. Pakko laittaa kapuloita ratkaisiin. Myönnetään, että ne uudet houkutelevat tykkäykset ovat ainakin joskus alussa meikäläiseen tepsineet. Lupaavia juttuja tuli kustua, koska ajattelin löytäväni vielä paremman. Enää en tähän lankea vaan panostan täysillä yhteen mätsiin kerralla. Naisille se aktiivisen keskustelun tuoma palkinto ei välttämättä merkaa mitään, koska hukkuvat muutenkin tykkäyksiin ja mätseihin. (KK2)*

*Mulla paukkui joskus ihan kelpollisesti matcheja, kun oli joku keskustelukaveri jonka kanssa tuli kirjoiteltua vähän pidempiä kertaviestejä. Sitten taas vähempisanaiset keskustelut ei kyllä edistänyt mitään. (KK2)*

Toisaalta ilmenee myös ajatus siitä, että osumien liiallinen kerääminen on ”rangaistavaa”. Tällöin algoritmi omaa valtaa yhtäältä potentiaalisen sosiaalisen kanssakäymisen mahdollistajana ja estäjänä. Tähän ajattelutapaan liitetään elo-luokittelu. Klassisesti sitä käytetään esimerkiksi shakissa arvioimaan eri käyttäjien välisiä voimasuhteita. Tinderin kontekstissa kyse on profiilin houkuttelevuudesta. Tämä liittyy myös näkyvyyden diskurssissa esiin nostettuun ajatukseen ”omasta tasosta” ja sopivuus – epäsopivuus dikotomiaan. Puhetavassa ilmenee syysseuraussuhteiden hakemista ja sanoittamista, ja kuinka oma elo-luokitus vaikuttaa Tinder-kokemukseen ja miten sitä voisi parantaa:

*>ELO-luokittelu myös rankaisee passiivisuudesta, eli "matchien keräilijöille" aletaan jossain vaiheessa näyttämään epäsopivia profiileja (eli ELO-luokituksen alapäässä olevia) (KK2)*

*>elo-luokittelu myös rankaisee passiivisuudesta*

*Olen myös huomannut tämän saman ja sen takia aloinkin HETI matchin saamisen jälkeen sanonut jotain matchille. Huomasin, että tämän jälkeen alkoi saamaan paljon enemmän tykkäyksiä ja matcheja. (KK2)*

Lisäksi yksi tapa pelata on pitää itsensä ”uutena” sovelluksessa poistamalla ja lataamalla se uudestaan aika ajoin:

*Tapa huijata tinderiä on tehdä uus käyttäjä kerran kuukaudessa. Pysyy hyvä noob boosti päällä ja muijatoi tykkää ku "ai sä oot uus täällä! :DDD" (KK2)*

*>rekisteröityessä on näytetään paljon ja saa jopa muutaman tykkäyksen*

*>parin päivän jälkeen tämän jälkeen kukaan ei enää ikinä näe profiilia tai tykkää joskus profiilin poistamisella ja sen uudelleen luomisella saa resetoitua*

*Monia näistä tinderin jekuista pystyy kiertämään tekemällä profiilin uudestaan, jolloin elo-luku nollataan. Alussa tinder todennäköisesti hakee käyttäjän elo-lukua ja pyrkii myös heittämään muutaman mätsin jotta käyttäjälle tulisi positiivinen ensikosketus. Siksi jotkut tekevät profiilin säännöllisesti uudestaan alusta. (KK2)*

Toisaalta näkyvyyden ja pelaamisen diskurssit nivoutuvat osaltaan yhteen, kuten seuraavassa aineistoexamplesimerkistä voi huomata:

*On turhaa swaippailla kaikkia treffien toivossa. Algoritmi puskee pinkan pohjalle, jos tykkäät kaikista. Suhdeluvun pitää olla vahvasti nirson puolella, jos haluaa näkyvyyttä. (KK1)*

## **5.4 Ajallisuuksien ja paikkojen diskurssi**

Ajallisuuksien ja paikkojen diskurssissa korostuu algoritmin ajallinen ja paikallinen ulottuvuus. Kyseisessä puhettavassa algoritmille annetaan aktiivisen toimijan rooli, joka vaikuttaa keskeisesti Tinderin käyttökokemukseen. Tällöin algoritmia ei nähdä pelkästään neutraalina välittäjänä, vaan sosiaalinen toimijana, jolla on vaikutusta käyttäjien väliseen vuorovaikutukseen. Siten algoritmin silmissä kaikki käyttäjät eivät ole samanarvoisessa asemassa, vaan toiset käyttäjät ovat suotuisammassa asemassa kuin toiset.

*Sen jälkeen kun on pelannut tinderin läpi siellä näkyy pelkästään joko tosi kaukana olevia tai Turkuun matkustaneita ihmisiä. Varsinkin kesällä festareiden aikaan tinder täyttyy muiden kaupunkien algoritmikuningattarista jotka tulevat sekoittamaan pakkaa. Esim ruisrockin aikaan tinder oli käytännössä pelikelvoton jos et ollut menossa ruissiin itse. (KK1)*

Aineistoesimerkki kuvaa, miten Tinderin algoritmi reagoi tapahtumiin, kuten festivaaleihin. Ilmaisut”algoritmikuningattaret” ja ”sekoittamaan pakkaa” henkilölistävät algoritmia tiettyihin käyttäjiin, jotka ovat algoritmin silmissä suosittuja. Tämä korostaa osaltaan Tinderin algoritmin roolia aktiivisena toimijana ihmisten vuorovaikutuksessa.

Tinderin käyttäjäkokemuksen ytimessä on käyttäjien sijaintitiedon hyödyntäminen. Enimmäisetäisyyden voi rajata haluamukseen, jolloin korttipakassa vastaan tulevat käyttäjät ovat sen etäisyyden sisällä. Tämä peruseriaate kuitenkin kyseenalaistetaan puhetavassa ja sen järjkeilläään olevan haitaksi Tinderin tavoitteille, jos käyttäjä on selannut oman korttipakkansa loppuun eikä näe enää uusia käyttäjiä. Tällöin käyttäjän omat preferenssit enimmäisetäisyyksineen jää toiseksi, ja Tinder alkaa näyttämään profiileita hakurajauksien ulkopuolelta, jottei korttipakka koskaan tyhjentyisi käyttäjistä:

*Aikaisemmin pakan pystyi selaamaan helposti loppuun, jolloin tinder yksinkertaisesti sanoi että sopivia käyttäjiä ei löydy. Tällöin käyttäjä tietysti lopetti sovelluksen käyttämisen ja palasi joskus viikon päästä asiaan ja katsoi onko alueelle tullut lisää sopivia käyttäjiä. Tämähän oli tietysti kauhea tilanne tinderin johtoportaalte, joten ratkaisu löytyi. Nykyään tinder omin päin laajentaa hakurajauksia ja alkaa näyttämään profiileja jotka ovat kaukana ja joiden ikä on ulkona omista rajauksista. Se myös alkaa näyttämään kertaalleen swaipattuja käyttäjiä uudestaan. Eli keinotekoisesti pyritään pitämään käyttäjä sovelluksessa. (KK2)*

## 6 Johtopäätökset ja pohdinta

Tässä tutkielmassa tarkastelin diskurssianalyysin keinoin, miten Tinderin algoritmista keskustellaan Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa. Aineistona käytin kahta erillistä kommentiketjua Redditistä ja Ylilaudalta. Lopullinen analysoitava aineisto koostui 101 kommentista. Tavoitteena oli selvittää, millaisilla diskursseilla rakennetaan Tinderin algoritmisia imaginäärejä Reddit- ja Ylilauta-verkkokeskusteluissa. Tunnistin aineistosta neljä diskurssia, jotka olivat näkyyvyyden diskurssi, kaupallisuuden diskurssi, pelaamisen diskurssi ja ajallisuuksien ja paikkojen diskurssi. Taulukossa 2 on havainnollistettuna muodostamani diskurssit ja niiden pääpiirteet.

**Taulukko 2.** Aineistosta muodostetut diskurssit ja niiden pääpiirteet

<b>Näkyvyyden diskurssi</b>	Profiilien näkyminen ja nähdyksi tuleminen Tinderissä
<b>Kaupallisuuden diskurssi</b>	Maksullisten ominaisuuksien ”huijaaminen” omalle puolelleen ja vastarinta kaupallisuutta kohtaan
<b>Pelaamisen diskurssi</b>	Algoritmin oletetun toimintalogiikan hyödyntäminen tavoiteltaessa haluttua lopputulosta
<b>Ajallisuuksien ja paikkojen diskurssi</b>	Algoritmi reagoi ajassa ja paikassa

Analyysiä varten jouduin erityisesti pohtimaan teorian suhdetta analyysiin. Pietikäisen ja Mäntysen (2019) mukaan ne ovat ”saman asian eri puolia”, jolloin teoria kytkee ilmiön laajempaan kontekstiin ja analyysi on ”tutkittavan ilmiön materiaalistuma ja evidenssi tietyssä ajassa ja paikassa” (em. 156). Haastetta tuotti etenkin teoriataustassa käyttämäni kaksi käsitettä – algoritmiset imaginäärit ja algoritmisen tunnistettavuus. Ensimmäinen näistä on suoraan tutkimuskysymyksessä mainittu ja mietin analyysin alkuvaiheessa, että jättäisin jälkimmäisen käsitteen kokonaan pois. Luokiteltua ja ryhmiteltyä tekemiäni havaintoja huomasin kuitenkin, etten pysty pelkästään algoritmisten imaginäärien käsitettä operationalisoimalla tavoittamaan kaikkia piirteitä, joita olin havainnut aineistosta.



Tällöin palasin takaisin algoritmisen tunnistettavuuden käsitteeseen, jolla tämä hetkellinen umpisolmu aukesi. Käytännössä joidenkin piirteiden tapauksessa tekemissäni ryhmittelyissä en voinut suoraan operationalisoida algoritmisten imaginäärien käsitettä, koska osassa ryhmittelyistä ja lopulta niistä muodostamistani diskursseista oli kyseessä enemmänkin se, miten ihmiset muokkaavat omaa toimintaansa päästäkseen haluttuun lopputulokseen (algoritmisen tunnistettavuus) kuin siitä millaiseksi Tinderin algoritmi ajatellaan (algoritmiset imaginäärit). Täten lopullisissa diskursseissa näkyy nämä molemmat painotukset. Nähdäkseni kuitenkin niiden rinnakkainen käyttö ei ollut kuitenkaan toisiaan poissulkevia, ja pystyin molempia hyödyntämällä vastaamaan paremmin tutkimuskysymykseeni. Lopulta algoritmisen tunnistettavuus palautuu imaginääreihin – siihen miten Tinderin algoritmin ajatellaan toimivan, millaisia mahdollisia vaikutuksia sillä on käyttäjiin ja miten he voivat vaikuttaa siihen. Tällöin algoritmisen tunnistettavuus käsitteenä toimi kiertoreittinä algoritmisiin imaginääreihin, jota kautta päästään diskurssianalyysin keinoin sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen verkkokeskusteluissa.

Tinderin algoritmisiä imaginäärejä ei ole suoranaisesti tutkittu diskursiivisesti aikaisemmin, mutta tulokset mukailevat osittain esimerkiksi Bucherin (2017) yksilöhaastatteluiden tuloksia Facebookin algoritmeista. Yhteistä on se, että molemmissa korostuu kokeilevaisuus ja oman toiminnan muuttaminen alustalla tavoitteita maksimoidessa. Facebookin kontekstissa tämä tarkoittaa usein maksimaalisen näkyvyyden hakemista tykkäysten ja kommenttien toimiessa sen indikaattorina. Tinderin kontekstissa sama ilmenee tykkäysten ja yhteyksien määrän maksimimisessa. Tämä kielii myös siitä, että kyseessä on yleisempi ilmiö, joka koskettaa sosiaalisen median alustoja yhteisesti, vaikei sen tarkempia johtopäätöksiä voidakaan tehdä.

Käyttäjien kokemukset ja kohtaamiset algoritmien kanssa eivät ole mielikuvituksellisia, vaan todellisia (Bucher 2017). Se miten ihmiset kuvittelevat Tinderin algoritmin toimivan vaikuttavat heidän toimintaansa sovelluksen sisällä, mikä näkyy puhetaivoissa. Tulokset osoittavat, että Tinderin algoritmia ei koeta pelkästään neutraalina välittäjänä, vaan sosiaalisena toimijana, jolla on vaikutusta käyttäjien välisen vuorovaikutuksen mahdollistajana kuin myös estäjänä. Lisäksi Tinderin ja sen käyttäjien tavoitteet nähdään ristiriitaisina, mikä ilmenee erityisesti kaupallisuuden diskurssissa. Algoritmin silmissä kaikki käyttäjät eivät ole samanarvoisessa asemassa, vaan toiset käyttäjät ovat suosituimpia kuin toiset. Edelliseen kytkeytyen algoritmi henkilölistyy tiettyihin käyttäjiin, joiden ajatellaan olevan algoritmin suosioissa. Tässä kohtaa on hyvä myös todeta, että muodostetut diskurssit eivät ole tarkkarajaisia, vaan niissä on päällekkäisyyksiä ja yhdistäviä tekijöitä. Lopulta ne muodostavat yhdessä kudelman.

Rajoitteena on hyvä ottaa huomioon konteksti, jossa tutkimusaineiston kommentit ovat julkaistu alun perin. Ylilauta on anonymiteettiin pohjautuva suomalainen keskustelufoorumi, jonka on perustanut nuoret miehet ja jonka käyttäjäkuntaa ovat erityisesti nuoret (Vainikka 2019, 4–5). Reddit on puolestaan aliredditeihin perustuva keskustelufoorumi, joka on asiapitoisempi ja moderoidumpi kuin Ylilauta. Tätä taustaa vasten valittujen ketjujen kommentit on irroitettu kontekstistaan, jolloin ne eivät ole enää osa ketjun kokonaisuutta. Tällainen luonnollinen aineisto tarjoaa omat mahdollisuutensa, esimerkiksi sen syntyyn tutkija ei pääse vaikuttamaan. Tämä on monitahoinen asia kuten eettisyyttä pohdittaessa tuli ilmi. Tällöin ei tiedetä varmaksi esimerkiksi keskustelijoiden sukupuolta ja ikää.

Vaikka tavoitteena ei ollutkaan tehdä sen pidemmälle meneviä johtopäätöksiä kuin vain tutkia tietyssä kontekstissa havaittavissa olevia diskursseja, herää itselleni silti kysymys, miten valitut verkkokeskustelufoorumit ja niiden kulttuurit vaikuttivat käytyyn keskusteluun. Tästä päästään jatkotutkimusmahdollisuuksiin. Olisi mielenkiintoista tutkia aihetta lisää esimerkiksi yksilöhaastatteluiden muodossa, jolloin Tinderin algoritmia koskevat kokemukset ja kohtaamiset voisivat avautua syvällisemmin. Tällöin voisi tutkia ja ottaa huomioon myös paremmin seksuaali- ja sukupuoli-identiteettien näkökulman, mikä jäi tutkielmassani huomiotta. Ylipäätään intersektionaalinen näkökulma on tärkeä algoritmien sosiaalista ulottuvuutta tutkittaessa, koska se auttaa avaamaan kokemuksellisuutta ja sen mahdollisia eroja.

Sosiaalisen median alustat ovat tulleet jäädäkseen, ja niillä on yhä kasvava rooli elämän rytmittäjinä. Täten myös algoritmit ovat läsnä taustalla. Käyttäjät tietävät vain rajoitetusti alustojen algoritmien, kuten Tinderin algoritmin, toiminnasta. Tietämisen rajat asettavat eettismoraalisia haasteita sosiaalisen vuorovaikutuksen ja algoritmien välille. Näiden välinen suhde on yhä ajan-kohtaisempi ja siten tiedon tarve kasvaa tiedettyjen mutta tuntemattomien algoritmien sosiaalisesta ulottuvuudesta.

## Lähteet

- Batiste, Dominique Pierre (2013). 0 Feet Away: The Queer Cartography of French Gay Men's Geo-social Media Use. *Anthropological Journal of European Cultures*, 22(2), 111–132.
- Berger, Victor (2023) Mediatized Love: A Materialist Phenomenology of Tinder. *Social Media + Society*, 9(4).
- Blackwell, Courtney, Birnholtz, Jeremy, & Abbott, Charles (2015) Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. *New Media & Society*, 17(7), 1117–1136.
- Bogle, Kathleen A. (2008) *Hooking up: Sex, dating, and relationships on campus*. University Press.
- Bucher, Taina (2017) The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society* 20(1): 30–44.
- Bucher, Taina (2018) *If...then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- David, Gaby, & Cambre, Carolina (2016) Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society*, 2(2), 2056305116641976.
- de Souza e Silva, Adriana & Frith, Jordan (2012) *Mobile Interfaces in Public Spaces: Locational Privacy, Control, and Urban Sociability*, Taylor & Francis Group
- Gandini, Alessandro, Gerosa, Alessandro, Giuffrè, Luca, & Keeling, Silvia (2023) Subjectivity and algorithmic imaginaries: The algorithmic other. *Subjectivity*, 30(4), 417–434.
- Gillespie, Tarleton (2010) The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12(3), 347–364.
- Gillespie, Tarleton (2014) The Relevance of Algorithms. Teoksessa Tarleton Gillespie, Pablo J. Boczkowski & Kristen A. Foot (toim.) *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality and Society*. MIT Press
- Gillespie, Tarleton (2016) Algorithm. Teoksessa Benjamin Peters (toim.) *Digital Keywords: A Vocabulary of Information Society and Culture*. Princeton University Press.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (2016) *Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino.
- Kitchin, Rob (2017) Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 14–29.
- Krüger, Steffen, & Spilde, Ane Charlotte (2020) Judging books by their covers – Tinder interface, usage and sociocultural implications. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1395–1410.
- Latour, Bruno (2005) *Reassembling the social: An introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: OUP.

- Licoppe, Christian (2016) Mobilities and Urban Encounters in Public Places in the Age of Locative Media. Seams, Folds, and Encounters with ‘Pseudonymous Strangers’. *Mobilities*, 11(1), 99–116.
- Lomborg, Stina, & Kapsch, Patrick Heiberg (2020) Decoding algorithms. *Media, Culture & Society*, 42(5), 745–761.
- Parisi, Lorenza & Comunello, Francesca (2020) Dating in the time of “relational filter bubbles”: Exploring imaginaries, perceptions and tactics of Italian dating app users. *The Communication Review*, 23(1), 66–89. <https://doi.org/10.1080/10714421.2019.1704111>
- Pasquale, Frank 2015. *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Oxford: Harvard University Press.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne (2019) *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Rosenfeld, Michael J. & Thomas, Reuben J. (2012) Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary. *American Sociological Review*, 77(4), 523–547.
- Ruckenstein, Minna (2023) *The Feel of Algorithms*. University of California Press.
- Schulz, Christian (2023) A new algorithmic imaginary. *Media, Culture & Society*, 45(3), 646–655.
- Seaver, Nick (2017) Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, 4(2), 2053951717738104.
- Taylor, Charles (2004) *Modern Social Imaginaries*. Duke University Press.
- Timmermans, Elisabeth & Courtois, Cédric (2018) From swiping to casual sex and/or committed relationships: Exploring the experiences of Tinder users. *The Information Society*, 34(2), 59–70.
- Tinder (2022) Powering Tinder® — The Method Behind Our Matching. <https://www.tinder-pressroom.com/powering-tinder-r-the-method-behind-our-matching>. Viitattu 4.5.2024.
- Tinder (2023) WELCOME TO A RENAISSANCE IN DATING, DRIVEN BY AUTHENTICITY [lehdistötiedote]. <https://www.tinderpressroom.com/home>. Viitattu 11.3.2024.
- Tinder (n.d-a) Tinder - Card Stack. <https://www.tinderpressroom.com/app-images>. Viitattu 6.5.2024.
- Tinder (n.d-b) Stand out. <https://tinder.com/fi/feature/stand-out>. Viitattu 1.4.2024.
- Vainikka, Eliisa (2019) Naisvihan tunneyhteisö—Anonymisti esitettyä verkkovihaa Ylilaudan ihmissuhdekeskusteluissa. *Media & viestintä*, 42(1).

## Liite 1. Kommenttiketjut

KK1

[https://www.reddit.com/r/Suomi/comments/12hj6wm/tinderin\\_kulttuuri\\_on\\_perseest%C3%A4/](https://www.reddit.com/r/Suomi/comments/12hj6wm/tinderin_kulttuuri_on_perseest%C3%A4/)

KK2

<https://ylilauta.org/suhteet/129986722>