

TAMPEREEN YLIOPISTO

Vanessa Valkama

## **Verkon vaikuttajat**

Yleisön roolit digitaalisen julkisuuden sirkuatioprosessissa  
– käsitteellisiä pohdintoja tapauksesta ”Minäkin olen Lenni”

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Huhtikuu 2016

## TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

VALKAMA, VANESSA: Verkon vaikuttajat. Yleisön roolit digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa – käsitteellisiä pohdintoja tapauksesta ”Minäkin olen Lenni”.

Pro gradu –tutkielma, 89 s.

Tiedotusoppi

Huhtikuu 2016

---

Yleisön ja valtavirtamedian suhde on murroksessa samaan tapaan kuin koko media-alakin. Digitalisaation edetessä yleisö näyttää ottavan osaa verkon mediatapahtumiin ja –ilmiöihin yhä monimuotoisemmin. Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastelen sitä, millaisia rooleja yleisö saa digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa tutkimustapauksessani ”Minäkin olen Lenni”. Tutkimuksen tavoitteena on pohtia yleisön vaikutusta verkon viestintäprosesseihin sekä mediailmiöiden syntyyn ja kiertoon.

Tarkastelen yleisön rooleja sirkulaatioprosessissa analysoimalla tutkimustapauksesta vuonna 2015 kirjoitettua 18:aa verkkojuttua, jotka sijoittuvat tapauksen hieman yli viikon mittaisen sirkulaatioprosessin ajanjaksolle. Käytän analyysin metodologisina välineinä Mieke Balin käsitteellistämisen ajatusta sekä Stuart Hallin sisään- ja uloskoodauksen viestintämallin käsitystä merkitysten kierrosta. Kysyn kolmessa tutkimuskysymyksessä, millaisia rooleja yleisö saa aineistossa sirkulaation, uutiskriteerin ja agenda-settingin sekä affektin käsitteiden kautta tarkasteltuna, eli millaisia merkityksiä yleisön toiminnalle annetaan tapausta käsittelevissä verkkojutuissa.

Erittelin aineiston perusteella tapauksesta kahdeksan eri sirkulaation vaihetta, kun informaatio kierto eri viestintäalustojen välillä oli luettavissa verkkojutuista. Tapaustutkimuksen analyysin käsitteellisten pohdintojen perusteella löysin kahdeksan yleisön roolia, jotka nimesin niihin liittyvien toimintamuotojen mukaan. Nämä roolit ovat *sosiaalinen kuratoija, lähteen tuottaja, mobilisoija, suosion mittari, agendan määrittäjä, kannanottaja, tahmeiden synnyttävä ja affektiivinen tarttumapinta*.

”Minäkin olen Lenni” on esimerkki tapauksesta, jossa yleisö vaikuttaa verkkoilmiön syntyyn ja kiertoon. Erittelemäni roolit osoittavat, ettei yleisön merkitys tutkimustapauksen sirkulaatioprosessissa rajoitu vain joko passiiviseen seuraamiseen ja vastaanottoon tai aktiiviseen keskusteluun ja osallistumiseen, vaan verkkojutuista löytyy monien erilaisten toimintamuotojen lomittuvia merkityksiä. Verkkoyleisö vaikuttaa Lenni-tapauksen synnyyn lisäksi siitä uutisointiin ja tapauksen sirkulaatioon sekä perinteisessä että sosiaalisessa mediassa. Tapaustutkimukseni vahvistaa käsitystä siitä, että nyky-yleisö tuottaa ja tulkitsee viestejä aktiivisesti, kun verkkoteknologian kehitys mahdollistaa yleisön osallistumisen viestintäprosessin kokonaisvaltaisesti. Digitaalisessa julkisuudessa toimii yleisö, joka ei pelkisty esimerkiksi julkisoksi, vaan vaatii uudenlaista terminologiaa ja laajempaa käsitystä yleisön toimintamuodoista ja -mahdollisuuksista.

Asiasanat: sirkulaatio, yleisö, digitaalinen julkisuus, käsitteellistäminen, sisäänkoodaus–uloskoodaus-malli

# Sisällysluettelo

<b>1. Johdanto.....</b>	<b>1</b>
1.1. Tutkimuksen tausta .....	3
1.2. Tapauksen valinta .....	4
<b>2. Uutisen sirkulaatio digitaalisessa julkisuudessa.....</b>	<b>6</b>
2.1. Sirkulaatio .....	6
2.2. Kiinnostavuus uutiskriteerinä .....	8
2.3. Agenda-setting – kilpailu huomiosta .....	9
2.4. Affektiivisuus ja kiinnostava tahmeus .....	11
2.5. Digitaalinen julkisuus .....	12
<b>3. Journalismi ja yleisö digiajalla .....</b>	<b>14</b>
3.1. Yleisö ja digitaalinen murros .....	15
3.2. Osallistava kulttuuri .....	17
3.3. Journalismin suhde digiajan yleisöihin .....	18
<b>4. Yleisön toiminta digitaalisessa julkisuudessa .....</b>	<b>21</b>
4.1. Yleisö, teknologia ja verkon valtasuhteet .....	23
4.2. Yleisö sosiaalisena kuratoijana .....	25
4.3. Yleisö luojana ja sisällöntuottajana.....	28
4.4. Yleisön merkitys yhteisönä.....	31
4.5. Yleisö ja suosion mittaaminen .....	32
<b>5. Tutkimuksen metodologia.....</b>	<b>34</b>
5.1. Tutkimuksen tarkoitus.....	35
5.2. Tapaustutkimus .....	35
5.3 Käsitteellistäminen.....	36
5.4. Sisäänkoodaus ja uloskoodaus digitaalisessa julkisuudessa .....	38
<b>6. Tutkimuskysymykset ja aineisto.....</b>	<b>41</b>
6.1. Tutkimuskysymykset .....	42
6.2. Aineisto .....	43
<b>7. Yleisön roolit ”Minäkin olen Lenni” –tapauksen sirkulaatiossa.....</b>	<b>46</b>
7.1. Sirkulaation kertomus yleisön toiminnasta .....	49
7.1.1. Sirkulaatio yleisön sisällä.....	51
7.1.2. Sirkulaatio kertomuksena ja vuorovaikutuksena.....	55
7.2. Yleisö, huomio ja kiinnostavuus .....	57
7.2.1. Yleisön tuottama sisältö aineistossa .....	60
7.3. Yleisö, affektit ja tahmea sirkulaatio .....	63
<b>8. Johtopäätökset.....</b>	<b>68</b>
8.1. Yhteenveto yleisön rooleista tutkimustapauksessa .....	68
8.2. Hallin kierron ajatus tapauksessa ”Minäkin olen Lenni” .....	76
8.3. Pohdinta .....	78
<b>9. Lähteet.....</b>	<b>84</b>
<b>10. Aineisto.....</b>	<b>88</b>

# 1. Johdanto

Tuhannet suomalaiset aikovat pukeutua maanantaina pinkkiin ja kimallukseen. Tempauksen ideana on arvostella sukupuoli- ja pukeutumismenot sekä kiusaamista. -- Facebookiin perustettu Minäkin olen Lenni -ryhmä oli sunnuntai-iltapäivään mennessä koonnut yli 10 000 osallistujaa. Nelivuotias Lenni nousi julkisuuteen Facebookissa, kun hänen äitinsä kertoi kommentista, joita poika saa muilta vanhemmilta esimerkiksi pitkistä tukastaan. (HS 8.6.2015)

Näin päättyy tapaus ”Minäkin olen Lenni”, jota puitiin yli viikko sekä perinteisessä että sosiaalisessa mediassa. Se on malliesimerkki siitä, miten digitalisaatio on muuttanut sekä mediaa että sen yleisöjä, kun journalismin fokus on siirtynyt verkkoon. Muutoksessa erityisen kiinnostavaa on se, miten yleisön kyky tuottaa itse sisältöjä ja jakaa sekä itsensä, toisten yleisön jäsenten että median tuottamaa sisältöä on vaikuttanut mediaan ja uutistuotantoon. Yleisöllä on teknologian ja verkon kehityksen ansiosta yhä enemmän toimintamahdollisuuksia, mikä on muokannut ja lisännyt yleisön rooleja viestintäprosesseissa. Verkkoympäristössä ilmiöt ja uutistapahtumat näyttävät syntyvän nopeasti, kun sisällöt kiertävät käyttäjältä ja medialta toiselle. Yleisöllä on mahdollisuus, esimerkiksi Facebookin tapahtumien tai Twitterin hashtagien avulla, myös luoda omaehtoisesti ilmiöitä ja puheenaiheita, joihin perinteinen media voi tahollaan osallistua.

Näyttääkin siltä, että etenkin ilmiöiksi nousevien verkkosisältöjen tuotanto on yhä useammin yhteistyötä sosiaalisen median käyttäjien ja perinteisen median välillä. Olen huomannut itse kesätoimittajana eri maakuntalehtien uutistoimituksissa, kuinka sosiaalisesta mediasta ammennetaan uutisia vuosi vuodelta enemmän. Etenkin Facebookista on tullut tärkeä paikallisuutisten lähde, kun ihmiset kokoontuvat yhteen vaikkapa paikkakuntakohtaisissa ryhmissä keskustelemaan juuri heitä koskettavista asioista. Esimerkiksi Facebookin Lahti-ryhmällä on jo lähes 19 000 jäsentä, joista aktiivisimmat nostavat puheenaiheiksi ryhmäläisiä lähellä olevia ongelmia ja ilmiöitä, mihin paikallisen median on helppo tarttua. Uutiskriteerit vaikuttavat muuttuneen ja laajentuneen, kun vähäpätöisiltä tuntuvat arkielämän aiheet ja tapahtumat nousevat median agendalle tavallisten kansalaisten tuottaman sisällön kerätessä tarpeeksi huomiota verkossa.

Tunnettujen henkilöiden sosiaalisen median päivitykset, kuten esimerkiksi entisen pääministerin ja nykyisen valtiovarainministerin Alexander Stubbin twiitit, ovat olleet jo monen uutisen ja kohun kohteena. Lisäksi esimerkiksi julkkisten Instagram-kuvat näyttävät nousseen iltapäivälehtien verkkosivujen vakioaineistoksi. Lähiaikoina myös tavallisten ihmisten sosiaalisen median päivitykset ovat lähteneet kiertämään ensin sosiaalisessa mediassa päätyen lopulta perinteisen median uutisvirtaan. Suomessa tästä hyvä esimerkki on kiusaamisen nouseminen julkiseen keskusteluun keväällä ja kesällä 2015, kun etenkin Facebookissa julkaistut henkilökohtaiset kiusaamiskokemukset ovat herättäneet keskustelua sosiaalisessa mediassa ja sitä kautta myös valtamediassa.

Yleisön sisällä siis jaetaan viestejä, jotka tarpeeksi suosittuina kiertävät lopulta mediasta toiseen uutisina. Verkossa onkin nykyään monia sosiaalisen median hyödyntämiseen keskittyneitä uutissivustoja. Niistä kansainvälisesti tunnetuin ja suosituin lienee amerikkalainen verkkomedia BuzzFeed, joka ammentaa yleisön keskuudessa suosituista sisällöistä uutisia ja käyttää muutenkin sosiaalista mediaa ja yleisöä innovatiivisin tavoin hyödykseen juttujen teossa. Suomessa perinteiset mediatilat ovat tarttuneet sosiaalisen median uutisvirtaan esimerkiksi luomalla itsenäisiä verkkoilmiöihin keskittyneitä sivustoja, kuten Helsingin Sanomien Nyt.fi, Yleisradion Yle Kioski ja Iltalehden Fiidi.fi.

Tutkin tässä pro gradu -tutkielmassa digitaalisen julkisuuden yleisön rooleja digitaalisen julkisuuden sirkulaatiossa, eli informaation kierrätyksessä. Tavoitteeni on kartoittaa ja pohtia yleisön vaikutusta viestintäprosesseihin sekä mediailmiöiden syntyyn ja kiertoon verkossa. Tapaukseni pohdin käsitelähtöisesti yleisön rooleja ”Minäkin olen Lenni”-tapauksen sirkulaatioprosessissa. Analysoin aikuisten kiusaaman Lenni-pojan äidin Facebook-päivityksestä (31.5.2015) alkunsa saaneen verkkoilmiön uutisointia suomalaisissa suurissa verkkomediaissa. Kysyn, millaisia merkityksiä yleisö ja sen toiminta saavat aineistossa eri käsitteiden kautta tarkasteltuna. Tapaukseen liittyy myös tarinan kierto sosiaalisessa mediassa, johon tässä tapauksessa kuului Facebookin lisäksi Twitter hashtagien #mekkohaaste ja #minäkinolenlenni kautta, mutta otan tämän huomioon analyysissä vain verkkojuttujen tasolla. Tapaus liittyy edellä mainitsemaani julkiseen kiusaamiskeskusteluun, joka kävi kiivaana kesällä 2015 sekä sosiaalisessa mediassa että eri mediatoimijoiden verkkosivuilla.

## 1.1. Tutkimuksen tausta

Yhä useamman uutisen juuret näyttävät juontuvan nyt suoraan sosiaaliseen mediaan, ja monissa tapauksissa uutisointi oikeutetaan viittaamalla kuohuntaan yleisön sisällä. Perinteisistä uutiskriteereistä poikkeavat tapahtumat ja ihmiset ovat päässeet uutisten kentälle, ja yleisön päivityksistä, tapahtumista tai ryhmien saama huomio ja niistä uutisointi on johtanut vilkkaaseen julkiseen keskusteluun, kun sisällöt kiertävät sosiaalisesta mediasta perinteiseen mediaan ja takaisin. Käytän tästä informaation kierrosta tässä tutkielmassa jo edellä esittelemääni käsitettä sirkulaatio, johon perehdyn tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

Tutkimukseni osallistuu siihen keskusteluun, jota nyt käydään ”median murroksesta” niin tutkijoiden kuin mediatoimijoidenkin keskuudessa. Kun verkko vie elintilaa perinteisiltä julkaisukanavilta, yleisöjen tavoittaminen ja hahmottaminen muuttavat samalla muotoaan. Verkon yleisöjen toiminnan ja merkityksen ymmärtäminen on medialle elintärkeää ja modernille mediatutkimukselle olennaista. Yleisön roolit sirkulaatioprosessin eri vaiheissa ovat tutkimisen arvoisia, koska sitä kautta saadaan tietoa paitsi digitaalisen julkisuuden yleisöstä ja sen uusista toimintamalleista, myös perinteisen median toimintamallien ja painotusten muutoksista. Sirkulaatio on verkon ja viestintäteknologian kehityksen ansiosta mahdollista myös ilman valtavirtamedian avustusta, kun yleisöt voivat laittaa sisältöjä kiertoonsa itsenäisesti. Perinteinen media pääsee osaksi tätä siitä riippumattomasti sirkulaatiota nostamalla sirkuloivat tarinat uutisiksi, jolloin ne voivat lähteä sirkuloimaan edelleen sosiaalisen median alustoilla. Tutkielmani kannalta merkittävää on juuri interaktiivisuus, eli teknologinen vuorovaikutus, jonka merkitystä ollaan korostettu viimeaikaisessa media- ja yleisötutkimuksessa.

Käytän tutkimustapauksen analyysin välineinä käsitteitä, joita ovat sirkulaation lisäksi ovat agenda-settingin ja uutiskriteerin sekä affektin käsitteet. Yleisöä kiinnostavat ja sirkulaatioon päätyvät tarinat herättävät tunteita ja huomiota, jolloin median on kannattavaa tarttua niihin. Uudenlaiseksi uutiskriteeriksi näyttää, kuten edellä on tullut ilmi, nousseen muun muassa se, kuinka paljon sosiaalisen median sisältö on saanut huomiota, eli kuinka laajalle se on päässyt leviämään. Yleisön reaktioita ja informaation kiertoa yleisön sisällä korostetaan mediassa entistä enemmän. Ilmaukset kuten ”sosiaalisessa mediassa levinnyt” ja ”kansa raivostui” näyttävät olevan jo vakiintumassa uutiskieleen.

Tutkimusaihe on ajankohtainen, koska verkossa yleisön ja median väliset valtasuhteet muuttavat vääjäämättä muotoaan, mikä vaikuttaa väistämättä sekä yleisön käyttäytymiseen että median käytäntöihin. Esimerkiksi agenda-setting-valta näyttää olevan luisumassa perinteiseltä medialta yhä enemmän myös yleisölle, joten julkinen keskustelu muodostuu ainakin teoriassa yhä demokraattisemmin. Oletan, että kiusaaminen nousi vuoden 2015 keväällä puheenaiheeksi julkiseen keskusteluun juuri Facebookissa jaettujen kokemusten ja niiden aktiivisen sirkulaation seurauksena, mistä ”Minäkin olen Lenni” toimii tapausesimerkkinä.

## **1.2. Tapauksen valinta**

Tutkimukseni tarkoitus on kartoittaa yleisön rooleja digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa. Tarvitsin siis tapaustutkimukseen tapauksen, jossa yleisö osallistuu sirkulaatioon mahdollisimman monipuolisesti. Tämän takia oli perusteltua valita tapaus, jossa sirkulaatioprosessi on yleisöstä ja sen toiminnasta lähtöisin. Tällaisia tapauksia oli vuonna 2015 lukemattomia niin Suomessa kuin maailmallakin. Eniten huomiota sai varmasti helmikuinen The Dress -kohu, jossa Tumblr-blogiin ladattu huonosti valottunut kuva mekosta sai yleisön ja median ympäri maailmaa väittelemään siitä, onko mekko valkokultainen vai sinimusta.

Kuten edellä on tullut ilmi, yleisön tuottama sisältö ja keskustelut näyttävät muodostuneen viime vuosien aikana nykyaikaisen uutistuotannon tärkeäksi lähteeksi. Monissa uutistapahtumissa yleisön välittämät reaaliaikaiset tiedot paikan päältä ovat toimineet uutisoinnin perustana, kuten esimerkiksi Bostonin pommitusten uutisointia ja syyllisen some-ajojahtia valottava dokumenttielokuva The Thread (2015) esittää. Dokumentissa kerrotaan, kuinka tavallisten ihmisten Reddit-verkkosivustolle kokoamat ajantasaiset tiedot tapahtumapaikalta voittivat perinteisen median esimerkiksi nopeudessa, ja moni uutissivusto perusti iskujen tapahtumahetkellä uutisointinsa ihmisten sosiaalisen median päivityksiin.

Päädyn lopulta valitsemaan kotimaisen tapauksen, koska sen sirkulaatioprosessi on paremmin tunnistettavissa ja eroteltavissa. Aineiston keruu myös helpottui, kun mahdolliset uutiset rajoittuivat kotimaisiin verkkojulkaisuihin. Tapaus ”Minäkin olen Lenni” sopii tähän tutkielmaan, koska se on osa aiemmin mainittua vuonna 2015 sosiaalisessa mediassa käytyä kiusaamiskeskustelua, joka on noussut tasaisesti myös perinteiseen mediaan. Lennin tapauksessa jatkojuttujen määrä oli suurempi kuin muissa kiusaamisaiheissa vuonna 2015 sosiaalisesta mediasta alkunsa saaneissa

sirkulaatioprosesseissa, ja sen sirkulaatioprosessista on luettavissa myös niin sanottu toinen vaihe Facebook-tapahtuman kautta.

Lennin tapauksessa yleisö on osallisena sirkulaatioprosessin eri vaiheissa alusta alkaen, ja etenkin sosiaalisen median merkitys korostuu. Tämän vuoksi yleisön roolien kartoittaminen on mahdollista laajassa mittakaavassa aina yleisön aktiivisesta toiminnasta välillisempiin kierto- ja median käytäntöihin vaikuttaviin rooleihin. Tapauksessa korostuu myös affektiivisuus, kun tunteita herättävä päivitys kiinnostaa suurta joukkoa ihmisiä.

Suomalaisessa kontekstissa Facebook on vielä suosituampi kuin esimerkiksi maailmanlaajuisesti merkittävä mikroblogipalvelu Twitter, joka ei edes mahdu kolmen käytetyimmän sosiaalisen median sovelluksen joukkoon Suomessa (Pönkä 2016). Facebookista saadaan puheenaiheita kahvipöytäkeskusteluihin, kun koko kansa iästä riippumatta on ottanut sosiaalisen median alustan omakseen. Globaalissa mittakaavassa Twitter on vaikutusvaltaisempi ja vie elintilaa Facebookilta, mutta Suomessa Facebook on ainakin vielä käytetyin sosiaalisen median alusta (emt.). Tämä tapaustutkimus sijoittuu suomalaiseen digitaaliseen julkisuuteen, joten on perusteltua valita sirkulaatiotapaus juuri Facebookin, maamme suosituimman yhteisöpalvelun, kentältä.



## 2. Uutisen sirkulaatio digitaalisessa julkisuudessa

Tässä kappaleessa erittelen ja määrittelen tutkielmani kannalta oleellisimpia käsitteitä. Lähestyn tutkimustapausta käsitteellislähtöisesti, joten aineiston analyysia tapaustutkimuksessa ohjaavat tietyt käsitteet. Näitä ovat sirkulaation, uutiskriteerin ja agenda-settingin sekä affektin käsitteet. Digitaalisen julkisuuden käsite taas on olosuhde, jossa tutkimukseni ja analyysini saa merkityksiä. Se on konteksti, joka ohjaa yleisön roolien käsitelähtöistä analyysia kappaleessa seitsemän. Tutkimukseni kannalta oleellisin käsite on sirkulaatio, jonka kautta yleisön rooleja on analysoitu nykytutkimuksessa vielä varsin vähän. Aineiston analyysi saakin rajansa tapauksen sirkulaatioprosessista, jonka erittely ohjaa käsitelähtöistä pohdintaa.

### 2.1. Sirkulaatio

Sirkulaatio on (kelluva) käsite, jolle ei ole vakiintunut yhtä merkitystä tai käyttötarkoitusta. Tässä tutkimuksessa ymmärrän sirkulaation viestien, ajatusten ja ideoiden sosiaalisena kierrätyksenä ja lainaamisena (Sumiala ja Tikka 2009, 14-15). Yksityiskohtaisemmin joukkoviestintätutkimuksen kontekstissa tukeudun Heikki Kuutin (2012) määritelmään, jonka mukaan sirkulaatio on:

Median toimintamalli, jossa omien uutisten pohjalla on toisten medioiden tuottamaa aineistoa. Samaa alkuperäistä tapahtumaa, ilmiötä tai asiaa koskevien sisältöjen kierrättäminen eri medioissa on usein pohjana erityisten mediatapahtumien syntymiselle.  
(Kuutti 2012, 173)

Sirkulaation käsitettä on käytetty laajasti esimerkiksi urbaanin kaupungin muotoutumisen ja toiminnan kuvaamiseen, mutta Boutrosin ja Willin mukaan (2010, 7) viime aikoina sirkulaation käsite on vakiintunut osaksi mediatutkimusta. Mediainstituutiot, kuten sanomalehdet, ovat jo pitkään käyttäneet käsitettä kuvaamaan sitä, millä tavoin ja missä määrin ne tavoittavat yleisönsä. Sirkulaatio kuitenkin ylittää käytännön toiminnan ulottuvuuden ja tavoittaa myös mediatuotteiden liikkeen ja kulttuurisen resonanssin. Sirkulaatio ei ole ainoastaan kulttuuristen muotojen liikettä, vaan myös tapa, jolla nämä muodot vakiinnuttavat ajan kuluessa diskursseja. (Emt.) Sirkulaatio siis linkittyy uutistuotantoon siinä, miten viestit liikkuvat eri mediavälineiden välillä.

Tämän tutkielman kontekstin kannalta on merkittävää, että digiajalla sirkulaatio ei ole teknologian kehityksen ansiosta välttämättä riippuvainen valtavirtamediasta. Verkkoa leimaa käyttäjältä toiselle

-periaate, ja ainakin periaatteessa yleisöllä on mahdollisuus ottaa haltuunsa jokainen viestintäprosessin vaihe: myös informaation kierrättäminen ja lainaaminen (Quandt ja Singer 2009, 138). Leen ja LiPuman mukaan (2002, 191) sirkulaatio on kulttuurinen prosessi, jolla on omat abstraktion, arvioinnin ja vakiintumisen muotonsa, jotka tuotetaan erityyppisten sirkulaation muotojen vuorovaikutuksessa ja niiden ympärille rakennetuissa tulkinnallisissa yhteisöissä. Esimerkiksi sosiaalisen median alustat voidaan nähdä tällaisena tulkinnallisena yhteisönä, jossa kiertävät merkitykset ja viestit ovat vuorovaikutuksessa valtamedian konventioiden kanssa.

Sirkulaatio liittyy tässä kohtaa vahvasti yleisön käsitteeseen. Amerikkalainen sosiaalteoreetikko Michael Warner Yalen yliopistosta on tutkinut multigeneeristä, ristiinlainaavaa sosiaalista diskurssin kenttää (*cross-citational field*), joka heijastaa konkreettista maailmaa yleisölle ja yrittää käsittää sen tietyn puhettavan, eli diskurssin, kautta. Warnerin yleisökäsityksen avain on juuri sirkulaatio, jossa hänen mukaansa esitettävä objekti loihditaan olemassa olevaksi diskurssin avulla. (Menon 2013, 194) Tiivistettynä yleisö siis saa merkityksiä sirkuloivan diskurssin kautta. Käsittelen yleisön käsitettä verkkoympäristön ja digitaalisen julkisuuden kontekstissa tarkemmin seuraavissa luvuissa.

Sirkulaatio liittyy viestinnän disseminaatiomalliin, jossa keskeistä on viestien leviäminen ja levittäytyminen erilaisissa kommunikaatioverkoissa. Disseminaatiossa huomio kiinnitetään viestien leviämisen prosesseihin ja maaperään, johon viesti kylvetään. Ajattelumallin isän John Durham Petersin mukaan tarkastelun kohteena pitää olla viestien lähettäjien ja vastaanottajien sijasta ne eri tulkinnan kontekstit, joissa viestit levitetään ja vastaanotetaan. (Sumiala ja Tikka 2009, 7;14) Tässä tutkielmassa kontekstina on verkkoympäristö ja sen sisällä sekä media-ammattilaisten että yleisön levitys- ja vastaanottoalustat.

Petersin ajatus on hedelmällinen sosiaalisesta mediasta alkunsa saaneen sirkulaatioprosessin tarkastelussa, jos huomiota kiinnittää erityisesti eri välineiden tuomiin mahdollisuuksiin ja rajoihin. Sosiaalisen median kontekstissa viestien todenperäisyys voi olla kyseenalaista ja perustua ainoastaan yhden ihmisen tai ihmisryhmän kokemuksiin tai tulkintoihin. Toisaalta sosiaalinen media mahdollistaa ainakin teoriassa erilaisten viestien nousemisen julkisuuteen tasavertaisemmin, kuin pelkän valtamedian hallitessa uutisten ja mediatapahtumien syntyä ja sirkulaatiota.

Sirkulaatioprosessin liikettä ja syklisyyttä tarkasteltaessa keskitytään sosiaaliseen elämään toimintana. Joissain tapauksissa sirkulaation jäljet hämärtyvät, mutta digitaalisessa ympäristössä

sirkulaatio ja sen myötä sosiaalinen elämä ovat jäljitettävissä ainakin teoriassa lukemattomilla tavoilla. Sirkulaatio on globaalia ja virtuaalista, samalla irrallaan maantieteellisistä realiteeteista ja viite siihen osallistuvien ihmisten materiaalisista ja maantieteellisistä asemista. (Valaskivi & Sumiala 2014, 239) Sirkulaatioprosessin tutkiminen, ja etenkin sen liikkeen analysointi, on siis käyttökelpoinen lähtökohta yleisön osallisuuden tarkastelussa verkon uutistuotannon kontekstissa.

Sirkulaation globaali ja virtuaalinen luonne on merkittävässä roolissa postmodernilla aikakaudella, jolle tutkielmani sijoittuu ajallisesti. Mark Allen Peterson (2003, 251) määrittelee postmodernin kulttuuristen järjestysten rikkoontumiseksi, missä koko maailma nähdään hajanaisena, sekalaisena, epävakana ja hetkellisenä. Petersonin mukaan postmodernismissä mediasisältöjen sirkuloiminen on livennyt poliittisen taloudellisen rakenteen hallinnasta. Sirkulaatio uhkaa monistua ja muuntautua ”epäinhimillisellä nopeudella”. Sen lisäksi, että tekstit livahtavat nopeasti kontekstista toiseen, kuluttamisen kontekstit muuttuvat itsessään kontrolloimattomilla ja ennätyksellisillä tavoilla. Ihmiset ja tekstit sirkuloivat samanaikaisesti, vanhat perinteet puretaan ja uusia keksitään. Samalla identiteettejä konstruoidaan, dekonstruoidaan ja rekonstruoidaan yhä pinnallisimmin tavoin. (Emt.) Sirkulaation kiihtyminen ja pinnallistuminen siis korostuvat postmodernissa verkkoympäristössä, jossa yleisö vaikuttaa enenevässä määrin sisältöön sekä sen liikkeen suuntaan ja nopeuteen. Käsittelen tätä aspektia tarkemmin tutkielmani teoreettisessa viitekehyksessä kappaleissa kolme ja neljä.

## **2.2. Kiinnostavuus uutiskriteerinä**

Monta kertaa sosiaalisesta mediasta alkunsa saaneiden uutisten kohdalla tulee ajatelleeksi, miksi aiheesta ylipäättään uutisoidaan. Yleisön kertomat tarinat voivat tuntua arkipäiväisyydessään merkityksettömiltä, mutta silti ne nousevat yhä useammin uutisvirtaan. Uutisoinnin periaatteista kertoo uutiskriteerin käsite. Uutiskriteereiden pohjalta määritellään jutun arvo, eli se, ylittääkö juttu median uutiskynnyksen ja julkaistaanko sitä. Uutisarvon määrittely tapahtuu käytännössä toimittajan arvion mukaan tapauskohtaisesti, ja siinä voidaan ennakoida yleisön kiinnostusta aiheeseen. (Huovila 1990, 9-10)

Saksalainen Henk Prakke (1968, Huovila 1990, 12-13) erottaa uutiskriteereistä maantieteellisen, ajallisen ja kulttuurisen etäisyyden. Maantieteellinen etäisyys painottaa sitä, kuinka lähellä vastaanottajaa uutinen on, kun ajallinen etäisyys painottaa ajankohtaisuutta. Tutkielmani kannalta

olennaisin on kulttuurinen etäisyys, jolla Prakke tarkoittaa sitä, missä määrin vastaanottaja on osallisena, tuntee tai on itse kiinnostunut tapahtumasta. (Emt.)

Verkkouutiset tuntuvat usein asiasisällöltään aina vaan köyhemmiltä, kun kohuotsikoita revitään lukijoiden karkkipussien sisällöstä tai, kuten tämän tutkielman tutkimustapauksessa, tavallisen ihmisen huomiota herättäneestä Facebook-päivityksestä. Uutiskriteerit näyttävät kellahtaneet kiinnostavuuden puolelle, mitä Prakke korosti jo vuonna 1968. Hänen mukaansa huippu-uutinen on mahdollisimman lähellä vastaanottajaa, mahdollisimman tuore ja vastaanottaja on itse osallisena tapahtumassa. (Huovila 1990, 13) Viimeaikaisessa tutkimuksessa esimerkiksi Heikkilä ym. esittävät teoksessaan Kelluva kiinnostavuus (2012), että journalismin toimintasääntöjen keskeiseksi määrittelyn kohteeksi on noussut kiinnostavuus.

[...] ei riitä, että journalismi on ajankohtaista, asiapitoista ja tärkeää. Journalismin pitää olla myös kiinnostavaa, jotta se pystyy tarjoamaan asiakkaalle tämän odottamaa lisäarvoa. Joidenkin mielestä kiinnostavuudesta on tullut – tai siitä pitäisi tulla – toimitusten arkista työtä kaikkein voimakkaimmin ohjaava kriteeri [...] (2012, 23)

Uutiskriteereissä kiinnostavuus ohittaa usein aiheen yhteiskunnallisen merkittävyyden. Vakavallakaan uutismedialla ei ole siis varaa jättää uutisoimatta yhteiskunnallisesti mitättömän oloisia aiheita, koska kiinnostavia uutisia tarjoavat erityisesti paljon keskustelua herättävät puheenaiheet ja ihmiset. (Kantola 2011, 117) Sosiaalisen median päivitysten nousu uutisaiheiksi liittyy nähdäkseni juuri kiinnostavuuteen uutiskriteerinä, sillä paljon huomiota saaneet sosiaalisen median sisällöt nousevat usein myös päivän puheenaiheeksi ja kahvipöytäkeskusteluihin. Uutisointi, ja etenkin sen sirkulaatio, lisää vetää myllyyn ja kasvattaa kiinnostavuutta entisestään. Ajatus kiinnostavuudesta uutiskriteerinä on yksi tutkielmani kontekstuaalinen lähtökohta, josta käsin lähdän määrittelemään yleisön saamia rooleja sirkulaatioprosesseissa.

### **2.3. Agenda-setting – kilpailu huomiosta**

Uutiskriteerin ohella tutkimustapaukseni analyysin kannalta käyttökelpoinen käsite on agenda-setting, kun puhutaan uutisoinnin ja julkisen keskustelun periaatteista. Aihetta tutkineiden Dearingin ja Rogersin (1996, 1-2) mukaan agenda-setting –prosessi on tiettyjen asioiden kannattajien jatkuvaa kilpailua median, ammattilaisten, yleisön (the public) ja poliittisten eliittien huomiosta. Agenda-setting selittää sen, miksi jotkin asiat nousevat julkisuuteen ja toiset eivät, ja miten julkinen mielipide muodostuu. Dearing ja Rogers määrittelevät agendan kokoelmaksi asioita,

jotka kommunikoidaan tärkeyden mukaan tietyssä ajassa. Agenda-settingin kautta esiin nousevat asiat (issues) ovat tutkijoiden mukaan usein ongelmallisia sosiaalisia kysymyksiä, jotka saavat näkyvyyttä massamediassa. (Emt. 2-3)

Uutiskriteereihin agenda-setting liittyy Dearingin ja Rogersin (1998,8) määrittelemän merkittävyyden (salience) kautta. Merkittävyys on se aste, jolla agendalla oleva asia mielletään tärkeäksi. Agenda-setting-prosessin ydintä on se, kun ”asian merkittävyys muuttaa median agendaa, julkista (yleisön) agendaa tai poliittista agendaa.” Agenda-settingin tutkijan tehtävä on Dearingin ja Rogersin mukaan juuri asian merkittävyyden muutoksen mittaaminen ja sen selvittäminen, miksi tämä muutos tapahtuu. (Emt.) Media voi korostaa asian tärkeyttä parhaiten aihetta toistamalla. Nämä ja muut medialta saatavat vihjeet aiheen merkittävyydestä auttavat yleisöä muodostamaan oman agendansa ja päättämään, mitkä asiat ovat tärkeimpiä. Jos uutismedia pitää jotain asiaa tärkeänä, ajan kuluessa siitä tulee tärkeää myös yleisön mielestä. (McCombs 2004, 2)

Agenda-setting-tutkimuksen yleinen johtopäätös siis on, että median agenda asettaa yleisön agendan (Dearing & Rogers 1996, 50). Media siis vaikuttaa uutisoinnillaan siihen, mistä yleisö puhuu ja mistä sillä on mielipiteitä. Uutismedia ei kuitenkaan ole kaikkivaltainen diktaattori julkisen mielipiteen muodostamisessa, vaan on olemassa myös vastakkaista agenda-settingiä, jossa yleisön julkinen huolenaihe asettaa median agendan (McCombs 2004, 14). Keskitynkin tässä tutkielmassa etenkin tähän vastakkaiseen agenda-settingiin, joka painottaa yleisön osallisuutta agendan määrittämisessä.

Yleisön huolet näyttävät tulevan erityisen hyvin esiin sosiaalisen median kautta, jossa ne ovat kaikkien, myös valtamedian edustajien, nähtävillä. Tulkitsen tämän niin, että mitä enemmän tietty aihe saa huomiota yleisön keskuudessa, sitä merkittävämmältä se vaikuttaa ja sen helpompi median on nostaa se omalle agendalleen, joka sitä kautta nousee yhä uudestaan yleisön agendalle. Tästä voidaan pitää esimerkkinä kiusaamisen nousua julkiseen keskusteluun yksittäisten ihmisten sosiaalisen median päivitysten kautta keväällä ja kesällä 2015, mihin tutkielmani tapaustutkimuksen ”Minäkin olen Lenni” -tapaus liittyy.

## 2.4. Affektiivisuus ja kiinnostava tahmeus

Avaan yleisön ja sosiaalisen median sisältöjen rooleja sirkulaatioprosesseissa myös affektin käsitteellä. Affekti on sirkulaation tapaan kellova käsite, jolle on annettu monta liukuvaa määritelmää. Useimmiten affektia käytetään synonyymina tunteelle, mutta ne toimivat eri logiikoiden kautta: tunne on subjektiivista ja yksilöllistä, kun affektia leimaa intensiivisyys, ruumiillisuus ja autonomisuus (Massumi 2002, 27-28). Ymmärrän tutkimuksessani affektin käsitteen tunteiden kulttuurista politiikkaa tutkineen filosofi Sara Ahmedin (2004) tavoin. Hän määrittelee affektiivisuuden tunteiksi ja ruumiillisiksi tuntemuksiksi, joita sisällöt herättävät. Ahmedin mukaan affektiiviset reaktiot luovat rajoja itsen ja muiden välille sekä 'antavat' toisille merkityksiä ja arvoja tässä erottelussa. (Emt. 28)

Ahmed (2004, 45) toteaa, että merkkien affektiivinen intensiteetti tai arvo on sitä suurempaa, mitä tiiviimpää niiden kierto (sirkulaatio) on. Toisin sanoen affektiivisuus on siis seurausta merkkien ja objektien kierrosta, mitä Ahmed kutsuu affektiivisen arvon kasautumiseksi. Affektiivisen arvon karttuminen merkin toistuessa on Ahmedille tahmeutta (2004, 90). Tämä määrittää sitä, millaista sisältöä yleisö pitää esimerkiksi kiinnostavana tai tärkeänä, eli huomionarvoisena (Paasonen 2014, 25).

Tahmealla verkkosisällöllä tarkoitetaan viihteellistä sisältöä, jonka avulla käyttäjä houkutellessaan pysymään sivustolla, palaamaan sille ja jakamaan sisältöä edelleen. Verkossa kiertävät objektit, kuten Facebook-päivitykset tai verkkouutiset, on päällystetty affektiivisilla kerrostumilla. (Paasonen 2014, 25) Tiiviin kierron takaaman affektiivisuuden lisäksi "[...]mitä tahmeampi objekti on, eli mitä herkemmin affektit kiinnittyvät siihen, sitä enemmän se kiertää" (emt.).

Jodi Deanin (2010, 95-96) mukaan affektiivisuus karttuu sosiaalisessa mediassa kommentoinnin, muistiinpanojen ja linkkien lisäämisen loputtomassa liikkeessä sekä monimuotoisten viestintäalustojen vuorovaikutuksessa. Verkossa tunteet, kuten uteliaisuus, kiinnostus, huvittuneisuus, häpeä, ilo ja ärtymys, riitelevät keskenään ja lomittuvat yhteen. Käyttäjien liikkeitä ohjaa nopean tunneintensiteetin etsintä: sosiaalisen median alustoille palataan useita kertoja päivässä toivoen, että jokin sisällössä koskettaa. (Paasonen 2014, 27)

## 2.5. Digitaalinen julkisuus

Käsitän yleisön tutkielmassani digitaalisen julkisuuden kontekstissa. Esimerkiksi mediatutkija Lilly Korpiola (2012) tiivistää digitaalisen julkisuuden seuraavasti:

Digitaalinen julkisuus on valtavirtamedian, sosiaalisen median, uusien mediasovellusten ja hakukoneiden muodostama julkinen tila, jossa on mukana ihmisiä ja yhteisöjä, jotka ovat samassa tilassa median välityksellä. -- Ilmiöt syntyvät nopeasti, kun sisällöt kiertävät, uutiset leviävät ja eskaloituvat. (Korpiola 2012, 17)

Digitaalinen julkisuus on tutkielmani kannalta käyttökelpoinen konteksti, koska siinä toimii ”sirkulaation ja remediaation logiikka: itseään vahvistava uutisen kierrätys, lainaus ja uudelleen medioituminen” (Korpiola 2012,17). Sirkulaatio on siis keskeinen osa digitaalista julkisuutta ja verkon informaatio- ja uutistuotantoa.

Saksalaisen filosofin ja yhteiskuntateoreetikon Jürgen Habermasin (1962) tunnetun julkisuusteorian mukaan julkisuus on ’julkinen tila’ (’public sphere’), jossa kansalaiset keskustelevat yhteisistä asioista ja jossa noista asioista voi kehittyä julkinen mielipide (public opinion). Kyseessä on yhteiskuntarakenteellinen tila, jossa kansalaiset keskustelevat ihannetapauksessa tasa-arvoisina. (Habermas 1962, 49-50 ja Pietilä 2010, 202) Habermas on esittänyt, että julkinen tila on muuttunut massamedian ja sosiaalisen hyvinvointivaltion aikakaudella erilaisten intressien taistelulentäksi, jolloin järkevästi keskusteleva yleisö (julkiso) alkoi rappeutua (Habermas 1962, 55 ja Pietilä 2010, 202).

Korpiolan määrittelemässä digitaalisessa julkisuudessa sosiaalisen median voi nähdäkseni käsittää ainakin joiltain osin edellä kuvatuksi ihanteelliseksi habermasilaiseksi julkiseksi tilaksi, jossa kansalaiset keskustelevat tasa-arvoisesti ilman median tai politiikan intressien mukaantuloa. Verkon julkisessa tilassa on toki vallalla esimerkiksi monia taloudellisia rakenteita, jotka saattavat muovata ihmisten toimintamahdollisuuksia (ks. Saariketo 2015, Pietilä ja Ridell 2010b, 497), mutta sosiaalisen median kaltaisten interaktiivisten keskustelu- ja julkaisualustojen ansiosta yleisöllä on mahdollisuus keskustella keskenään ja muodostaa julkinen mielipide ainakin periaatteessa itsenäisemmin kuin koskaan. Tähän sopii Habermasin ajatus siitä, että yhdet rakenteet edistävät ja toiset estävät julkisuuden muodostumista, eli ihmisten keskustelua julkisista asioista (Pietilä 2010, 205).

Digitaalisen julkisuuden rakenne vaikuttaa siis edistävän ja laajentavan julkista keskustelua. Digitaalisessa julkisuudessa syntyikin maiden rajat ylittäviä julkisuuksia, joihin vaaditaan vähintään kahden kulttuurilähtöisen julkisuuden limittyminen (Gripsrud & Moe 2010, 11). Digitaalinen julkisuus tuo mukanaan myös perustavanlaatuisia muutoksia median käytäntöihin, mikä vaikuttaa puolestaan viestintäprosesseihin. Näitä käynnissä olevia muutoksia ovat globalisaatio, medioiden hämärtyvät rajat eli konvergenssi ja median markkinaehtoistuminen. (Emt. 9-10) Pyrin kuvaamaan tässä tutkielmassa näiden muutosten vaikutusta median ja yleisön välisiin suhteisiin sekä viestintäprosesseihin digitaalisessa julkisuudessa.



### 3. Journalismi ja yleisö digiajalla

Seuraavissa kappaleissa hahmottelen tutkimukseni teoreettista viitekehystä viimeaikaisen yleisötutkimuksen pohjalta. Verkon uudet sovellukset, kuten sosiaalinen media, ovat muuttaneet mediasisältöjen tuotantoon, jakeluun ja kuluttamiseen liittyviä asetelmia, mikä on virittänyt runsaasti ”niin empiiristä tutkimusta kuin käsitteellistä pohdintaa yleisön roolista ja toimintatavoista” (Matikainen & Villi 2015, 147). Otan tutkimuksellani osaa tähän tutkimuskentällä käynnissä olevaan keskusteluun yleisön rooleista, kun mediasisällöt ovat siirtymässä enenevässä määrin verkkoon (emt. 148). Tarkastelen tässä kappaleessa aiempaa tutkimusta digitaalisen murroksen vaikutuksista yleisöyteen, eli yleisönä olemiseen ja toimimiseen, sekä yleisön ja valtamedian suhteisiin.

Yleisön määritelmä on monisyinen ja se on muuttunut joukkoviestinnän historiallisen kehityksen mukana. Mediatutkimuksenkin sisällä yleisö voidaan ymmärtää monin eri tavoin. Yksi erottelu on se, että tieteelliset puhetavat korostavat joko yleisön aktiivista tai passiivista luonnetta. Perinteisessä vaikutustutkimuksessa yleisö on passiivinen kohde, johon viestimet pyrkivät vaikuttamaan, kun taas uudempi kulttuurinen tutkimus näkee yleisön pikemminkin aktiivisena ryhmänä, joka tulkitsee vastaanottamiaan viestejä eri tavoin ja käyttää niitä omiin tarkoituksiinsa. (Pietilä ja Ridell 2010a, 303) Oma tutkimukseni sijoittuu kulttuurisen yleisötutkimuksen teoreettiseen viitekehykseen, jonka keskiössä on viestejä aktiivisesti tulkitseva ja luova yleisö.

Jaottelua aktiiviseen ja passiiviseen yleisöön on selvennetty englannin kielessä termeillä ’public’ ja ’audience’, ja suomalaisen tutkimusdiskurssiin on esitetty aktiiviselle, keskustelevalle yleisölle (’public’) käsitteeksi julkisoa. Terminä julkiso viittaa viestintien käyttäjien lisäksi mihin tahansa ihmisryhmään, joka keskustelee ja osallistuu julkisesti. Käsite pohjaa etenkin Habermasin ajatukseen julkisuuden ihannetapauksesta, jossa kansalaiset muodostavat tasa-arvoisina keskustelijoina julkisen mielipiteen. (Pietilä 2010, 201-202)

En kuitenkaan käytä kansalaisjournalismin nousun aikaan syntynyttä julkison käsitettä tässä tutkielmassa, koska se rajoittaisi analyysin vain niihin rooleihin, joissa yleisö keskustelee rakentavasti keskenään. Tarkastelen tapaustutkimuksessa yleisön toiminnan saamia merkityksiä mediateksteissä julkison määritelmää laajemmassa kontekstissa, uudenaikaisessa

viestintäympäristössä, eli digitaalisessa julkisuudessa. Käsitän yleisön kuitenkin aktiivisena toimijana, joka paitsi tuottaa omia, itsenäisiä representaatioitaan yhä eteenpäin jaettaviksi, myös uudelleenkierrättää vastaanottamiaan viestejä. Yleisön roolina ei ole enää olla pelkkä vastaanottaja, vaan se voi myös osallistua mediasisällön tuotantoon ja jakeluun verkon ja sosiaalisen median ansiosta (Matikainen & Villi 2015, 147).

Käsitän tutkielmassani yleisön tamperelaisten mediatutkijoiden Veikko Pietilän ja Seija Ridellin (2010a, 313) tavoin ennen kaikkea käsitteellisenä kategoriana, jonka avulla voidaan tarkastella yleisöyttä erityisenä käyttäytymis- tai toimintamuotona, joka kietoutuu tekstien, esitysten ja/tai median vastaanoton ympärille. Käytän kuitenkin tutkielmassani käsitettä yleisö, enkä Pietilän ja Ridellin tapaan yleisöyttä, kun erittelen verkossa toimivien ihmisten rooleja tapauksen ”Minäkin olen Lenni” sirkulaatioprosessissa. Termit kuten yleisöys tai julkiso rajaavat nähdäkseni analyysistä ulos monia sellaisia toimintamuotoja, joita yleisö voi digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa oletukseni mukaan saada. Tapaustutkimuksessa tarkastelun kohteena on digitaalisessa ympäristössä toimiva ihmisjoukko, jonka saamia merkityksiä sirkulaatioprosessissa ei voi nähdäkseni määrittellä tarpeeksi kattavasti olemassa olevien käsitteiden tasolla. Tällöin on perusteltua käyttää kattokäsitettä ’yleisö’ moninaisista verkkoyleisön rooleista puhuttaessa, kuitenkin samalla ottaen huomioon eri toimintamuotojen merkityserot.

### **3.1. Yleisö ja digitaalinen murros**

Digitaalinen murros on lisännyt tarvetta yleisökäsityksen uudistamiselle. Jotkut tutkijat ovat nostaneet yleisön sisällöntuottajiksi, kun toiset uskovat jopa yleisön katoamiseen verkkomedian nousun myötä. Kuitenkin esimerkiksi Pietilä ja Ridell ovat problematisoineet näitä käsityksiä ja pyrkineet kartoittamaan yleisön ja tuottajuuden suhdetta digitaalisen murroksen kontekstissa. (2010b) Käsittelem heidän näkemyksiään tarkemmin seuraavassa kappaleessa, kun kartoitan digiajan yleisön toiminnasta tehtyä viimeaikaista tutkimusta.

Digitaaliseen murrokseen liittyy tiiviisti ’uuden median’ (new media) käsite, jonka erityispiirteiksi Martin Lister ym. (2009, 13) luonnehtivat digitaalisuutta, interaktiivisuutta, hypertekstuaalisuutta, vuorovaikutusta ja simulointia. Digitaalisen murroksen perustavanlaatuisia seuraamuksia ovat muun muassa mediatekstien aineettomuus, datan nopea ja epälineaarinen saatavuus sekä informaation helpompi manipulointi. Tämä johtaa Listerin ym. mukaan tuotannon, muodon, vastaanoton ja

mediakäytön laadulliseen muutokseen. (Emt. 18) Luotaan tässä tutkielmassa noiden muutosten vaikutuksia yleisön rooleihin, sirkulaatioon ja uutisointiin.

Listerin ym. (2009) esittämistä uuden median erityispiirteistä tutkielmani kannalta olennaisimpia ovat interaktiivisuus ja vuorovaikutus. Kun 'vanha' media tarjosi passiivista kuluttamista, niin uusi media tarjoaa interaktiivisuutta. Yleisölle tämä tarkoittaa Listerin ym. mukaan laajempaa sitoumusta mediateksteihin, itsenäisempää suhdetta tiedon lähteisiin, yksilöllistävää mediakäyttöä ja suurempaa valinnanvapautta. (Emt. 21) Vuorovaikutteisuuteen liittyy Listerin ym. (emt. 31) mukaan mediayleisön sirpaloituminen ja eriytyminen, kun saatavilla olevien mediatekstien määrä on lisääntynyt nopeasti. Uuden median yleisöillä on mahdollisuus teknologioiden ansiosta olla sekä kuluttaja että tuottaja. Vuorovaikutteisuus näkyy siis siinä, että uudessa mediassa kuluttaja voi yhä helpommin laajentaa mediaosallistumisensa aina aktiivisesta tulkinnasta suoranaiseen tuottamiseen. (Emt. 34-35)

London School of Economicsin median, viestinnän ja yhteiskuntateorian professorin Nick Couldryn (2012, 13-14) mukaan kännyköiden ja nopeiden verkkoyhteyksien lisääntynyt saatavuus on lisännyt eksponentiaalisesti ihmisten mahdollisuuksia olla sekä median vastaanottaja että sirkuloija (circulator). Erikoistuneet mediatuottajat tai -jakelijat panostavat oman sisältönsä lisäksi 'käyttäjien luoman sisällön' ('user-generated content'/UGD) kiihdyttämiseen ja hallitsemiseen, samalla kun kuluttajilla tai yleisön jäsenillä on loputtomia mahdollisuuksia osallistua institutionaaliseen mediatuotantoon tai sen kommentoimiseen (emt.).

Sekä yleisön että valtamedian tuottamien sisältöjen yleisenä oleminen on vain osa nykyaikaista mediakäyttöä, joka siirtyy vastaanotosta yhä enemmän tekemiseksi: kommentoimiseksi, jakamiseksi, arvioinniksi, editoimiseksi, ja sisällön luomiseksi (Merrin 2009, 24). Verkkoyleisöjen määrittelyissä korostuukin yhä enemmän käyttäjäyys, mutta puhun silti tutkielmassani 'yleisöstä' eikä 'käyttäjistä', koska oletan, että tapaustutkimukseni verkkouutisista on löydettävissä sekä perinteisiä että uudenlaisia, teknologiaan kiinnittyviä 'käyttäjämäisiä' yleisön rooleja.

Couldry kysyy, mitä ihmiset tekevät suhteessa mediaan (2012, 35) digiajalla. Kysymys vaatii hänen mukaansa mediasta perinteistä mediaa laajemman kuvan, johon osallistuvat myös muut liikuteltavat ja kiinteät media-alustat, joiden kautta sisältö, oli se sitten yksityisesti tai institutionaalisesti tuotettua, on saatavilla tai välitettävissä. (Emt.) Tässä tutkimuksessa keskitynkin laajempaan käsitykseen mediasta, joka kattaa eri tavoin ja erilaisille alustoille tuotetut verkkosisällöt, joita sekä

yleisö että perinteinen media voivat jakaa ja kierrättää. Esimerkiksi Facebookin profiileissa on riski siitä, että markkinalogiikka tunkeutuu itseilmaisun ja –reflektion kentälle, ja tämä prosessi vahvistuu, kun massamedia nostaa rutiininomaisesti rajattuun sirkulaatioon tarkoitettuja kuvia tarinoihinsa (Emt. 57). Samasta ilmiöstä on kyse, kun tavallisten ihmisten sosiaaliseen mediaan tuottamat sisällöt nousevat perinteisen median uutisvirtaan, minkä ajatus digitaalisesta julkisuudesta tekee mahdolliseksi.

### **3.2. Osallistava kulttuuri**

Yleisö ei ole enää eristäytynyt, vaan tämän päivän mediaympäristöt uudelleenmuotoilevat mahdollisuusrakenteita, joissa ihmiset voivat, yleisöinä ja julkisoina, osallistua yhä medioituneemmassa yhteiskunnassa. Digiajan yleisöä voitaisiin siis kutsua aktiivisen sijaan osallistuvaksi. (Livingstone 2013, 24) Sosiaaliseen mediaan nivoutuukin osallistava kulttuuri (participatory culture, ks. esim. Deuze 2007, van Dijck 2009), joka saa perinteisen median ”miettimään vuorovaikutuksellisia toimintatapoja käyttäjien kanssa sosiaalisessa mediassa” (Villi 2012, 9).

Verkkomedia ei kuitenkaan ole aina ollut yleisön osallistumisen kannalla. Australialaisen joukkoviestinnän professorin Jim Macnamaran (2010, 34) mukaan ensimmäinen verkkomedian sukupolvi seurasi perinteistä massamedian, kuten sanomalehtien, television ja radion, trendiä, jossa kansalaisille tarjoutui hyvin rajallisia mahdollisuuksia ottaa osaa ja kommentoida journalismia. Tälle vastakohtainen on 2000-luvun vaihteessa esiin noussut Web 2.0. Termillä viitataan verkkosovelluksiin, jotka sallivat ja aktiivisesti kannustavat käyttäjien osallistumista, vuorovaikutusta ja jopa käyttäjälähtöisen sisällön tuotantoa ja jakelua. (Macnamara 2010, 34)

Nykyaikainen osallistava kulttuuri vaatii tavallisille kansalaisille tilaa käyttää mediateknologioita itsensä ilmaisemiseen ja luomustensa levittämiseen (van Dijck 2009, 42-43). Osallistavassa kulttuurissa korostuvat siis yleisön ja perinteisen median vuorovaikutus ja keskinäiset suhteet. Nykyaikainen painotus verkkomedian ohjaamaan osallistavaan kulttuuriin esittää, että nyt julkisuuden mahdollisuudet laajentuvat tavattomasti samaan aikaan kun julkisuus kaupallistuu käyttäjien vapaaehtoisen valvonnan kautta (Lister ym. 2009, 218).

Nähdäkseni yleisöllä on yhä parempi mahdollisuus osallistua median sirkulaatioprosesseihin, koska Internet ja teknologia ovat kehittyneet koko ajan käyttäjälähtöisempään suuntaan. Viraalimediaa tutkineet Green ja Jenkins (2011, 111-112) puhuvat ”levitettävästä” mediasta metaforana sille, kuinka nykyaikainen yleisö suhtautuu sisältöön ja tuottaa sitä. Heille ”levitettävyyttä” korostaa teknisiä käyttömahdollisuuksia, jotka helpottavat mediasisältöjen sirkuloimista, yhdistävät ihmisiä bittien vaihdon kautta ja painottavat ihmisten vaihtelevia motiiveja sisällön jakamiseen (emt.). Tiivistettynä sirkulaatioon, ja yleisön osallisuuteen siihen, vaikuttaa siis vahvasti teknologian ja verkkosovellusten kehitys. Palaan Greenin ja Jenkinsin levitettävän median malliin seuraavassa kappaleessa, jossa kartoitan yleisön toimintaa digitaalisessa julkisuudessa.

Henry Jenkinsin (2006, 135) mielestä interaktiivisista teknologioista puhumisen sijaan pitäisi dokumentoida vuorovaikutusta median kuluttajien ja mediatekstien sekä median tuottajien välillä. Hän erottelee kolme trendiä, joiden risteyksessä uusi osallistava kulttuuri muotoutuu. Ensimmäisessä trendissä uudet työkalut ja teknologiat antavat kuluttajalle mahdollisuuden arkistoida, kommentoida, ja uudelleenkierrättää mediasisältöä. Toisessa trendissä alakulttuurien kirjo edistää ”tee se itse” –mediatuotantoa, eli diskurssia, joka muovaa sitä miten kuluttajat ovat levittäneet noita teknologioita. Kolmantena ovat taloudelliset trendit, jotka suosivat horisontaalisesti yhdistyneitä mediakonserneja, rohkaisevat kuvien, ideoiden ja narratiivien virtaa (flow) halki useiden mediakanavien ja vaativat yhä aktiivisempia yleisöyden käytäntöjä. (Jenkins 2006, 135-136)

Nähdäkseni etenkin Jenkinsin esittelemät ensimmäinen ja kolmas trendi taustoittavat yleisön roolien monistuvaa kirjoa digitaalisen julkisuuden kontekstissa. Uudenlaisen osallistumisen mahdollistavan teknologian lisäksi ”interaktiivisen yleisön” mahdollistavat talouden trendit, jotka painottavat yleisön hyödyllisyyttä juuri sirkulaation kontekstissa. Jenkinsin mielestä olisikin naiivia olettaa, etteivät valtaapitävät suuryritykset pitäisi huolta omista intresseistään astuessaan uudelle median markkinapaikalle, mutta samalla yleisöt ovat saavuttamassa suurempaa valtaa ja autonomiaa, kun ne liittyvät uuteen tietämisen kulttuuriin (2009, 136).

### **3.3. Journalismin suhde digiajan yleisöihin**

Joukkoviestinnän luonteeseen on pitkään kuulunut etäisyys tuottamisen ja vastaanottamisen välillä, mutta lisääntyvä kilpailu sekä verkon ja sosiaalisen median kehitys ovat johtaneet journalismin

yleisökäsitysten uudelleenarviointeihin. Journalismin kiinnostavuutta on perinteisesti mitattu suhteessa yleisösegmentteihin, mutta tällainen yleisön pirstaloitumista korostava käsitys näyttää olevan korvautumassa mediakäytön volyymia ja käyttäjien lukumäärää tarkastelevilla mittareilla. (Heikkilä ym. 2012, 55-56) Verkko tarjoaa aineksia myös yleisökäsityksille, joiden mukaan yleisö on esimerkiksi kyvykäs ja halukas rakentamaan yhteistyöhön journalismin kanssa, jos toimituksissa ollaan tähän valmiita. Viimeisen muutaman vuosikymmenen aikana toimituskulttuureissa vallitsevat käsitykset uutisten kohderyhmistä ovat siis alkaneet muuttua. (Emt. 57) Mielestäni tämä näkyy väistämättä siinä, millaisia yleisön rooleja mediateksteistä on luettavissa, kun jutuissa käsitellään yleisön toimintaa ja samalla juttuja tehdään erilaisille oletetuille yleisöille.

Verkon aktiiviset ja moninaiset yleisöt ovat pakottaneet journalismin muuttamaan toimintatapojaan ja identiteettiään. Ennen yksinään portinvartijan roolia kantaneet, informaation virtaa kontrolloineet journalistit ovat nyt vain yksi monesta julkisen keskustelun äänestä, joihin kuuluvat esimerkiksi prammattilaisten ja markkinointiviestijöiden lisäksi kansalaiset itse käyttäessään monenlaisia verkon julkaisemistyökaluja (Deuze 2007, 155-156).

Monet ovat huolissaan siitä, että median portinvartijaroolin menetys uusissa verkkomedian muodoissa johtaa 'totuuden', tarkkuuden ja uskottavuuden menetykseen mediasisällöissä. Jim Macnamara (2010, 250) kuitenkin huomauttaa, että nouseva media voi toimia itse itsensä vartijana. Tutkimukset osoittavat, että tämän päivän median käyttäjät, etenkin verkkomaailmaan tottuneet 'diginatiivit', omaksuvat uusia menetelmiä, jotka ovat verkkosisällön rinnalla mittaamassa sen uskottavuutta. Näitä ovat muun muassa merkitseminen, suosikkiluokitukset ja käyttäjien väliset yhteydet. (Emt.)

Journalismille keskenään keskusteleva ja sisältöä luova yleisö luo lopulta haasteiden lisäksi uusia mahdollisuuksia. Digitaalisessa ympäristössä uutishuoneilla on yhä parempi mahdollisuus kansantajuistaa asioita verkkokeskustelujen, sosiaalisen median alustojen ja mikroblogin kautta. (Heikkilä & Ahva 2015, 55) Etenkin sosiaalisen median alustat näyttävät olevan journalisteille ehtymätön tarinalähde, josta polttavimmat puheenaiheet on helppo poimia uutisiksi niiden saaman huomion perusteella. Tästä hyvä esimerkki on juuri tutkimani tapaus "Minäkin olen Lenni".

Journalistien työssä korostuu nyt yhä vahvemmin tavallisen ihmisen näkökulma, millä vastataan journalismin 2000-luvun muutospaineisiin. Journalistit ovat entistä enemmän vuorovaikutuksessa yleisön kanssa, ja jutuissa näkyvät yleisön mielipiteet. (Kantola 2011, 115-116) Normien

rikkomisesta on tullut osa toimittajien ammattitaitoa, koska normien toteuttamisen nähdään vähentävän juttujen kiinnostavuutta. Toimittajat suhtautuvat uutisten normeihin, kuten ajankohtaisuuteen, olennaisuuteen ja neutraaliuteen, yhä väljemmin juuri journalismin toimintaympäristön teknisten ja taloudellisten muutosten takia. (Heikkilä ym. 2012, 185) Mielestäni myös tämä vaikuttaa osaltaan siihen, että tavallisten ihmisten päivitykset nousevat sosiaalisesta mediasta valtamedian uutisiksi.

## 4. Yleisön toiminta digitaalisessa julkisuudessa

Kuten edellä on tullut ilmi, digitaalisen julkisuuden yleisöllä on monia sellaisia toimintamahdollisuuksia, joita perinteisen joukkoviestinnän massayleisöllä ei ole ollut. Digitaalinen media on muuttanut ja muuttaa yhä yleisön roolia, kun uutisorganisaatiot hyödyntävät verkon mahdollistamaa interaktiivisuutta ja median asemat suhteessa yleisöön sijoittuvat uudelleen (Cotter 2015, 809). Digitaalisen median yleisöt eivät eristydy tai elä rinnakkaisissa maailmoissa, vaan sirkuloivat mediasisältöjen poikki. Nämä yleisöjen limittäiset liikkeet luovat julkisuuden, joka on keskittynyt mutta myös totuttua epävakampi. (Webster 2014, 3) Tiivistettynä digitaalisessa julkisuudessa siis sirkuloivat sisällön lisäksi myös yleisöt, jotka kuluttavat eri tavoin niin yleisön kuin perinteisenkin median luomia sisältöjä.

Mediateknologioiden nykyaikainen kehitys purkaa median ja yleisön suhteen yksisuuntaisen ajattelutavan, joka vallitsi perinteisen massamedian kasvukaudella 1900-luvulla (Napoli 2011,13). Median ammattilaisten ja yleisön suhde on nykyään yhä monimuotoisempi, ja sen kehittyminen liittyy myös vahvasti yleisön toimintamahdollisuuksiin ja rooleihin mediasisältöjen luonnissa ja liikkeissä. Tutkielmani lähtöoletus on, että yleisö osallistuu nyt journalismin sisältöjen sirkulaatioprosesseihin monin eri tavoin, mitä avasin jo edellisessä kappaleessa. Seuraavaksi kartoitan tarkemmin näitä uudenlaisia yleisön toimintamuotoja digitaalisen julkisuuden sirkulaation kontekstissa aiemman tutkimuskirjallisuuden pohjalta.

Kuten aiemmin on tullut ilmi, etenkin sosiaalinen media on antanut digitaalisen julkisuuden yleisölle uusia toimintamahdollisuuksia ja rooleja suhteessa toisiinsa ja perinteisiin mediaorganisaatioihin. Tätä mieltä ovat myös sosiaalisen median osallistavaa kulttuuria tutkineet Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen (2008). He havainnollistavat yleisön muutosta passiivisesta aktiivisempaan suuntaan kaaviolla (Kuva 1), joka ryhmittelee yleisön, julkaisijan ja journalistin roolit suhteessa toisiinsa sisällön mukaan.



content (professional)	audience (passive)	publisher	journalist (gatekeeper)
news, reports	readers, watchers, listeners	ads, subs, managing	newsmakers, editors
comments, critique	conversationalists	ads, subs, managing	idea collectors, opinion amplifiers
photos, videos	witnesses	managing, providing resources	(pre)editors, publishers
special information	assistants, project co-workers	managing, resources	project leaders, editors
blog post, reports	amateur reporters	managing, resources	moderators, professional mentors
blogs, videos	creators, sharers	technical res.	(post) moderators
content (amateur)	audience (active contributors)v	facilitator	media worker (gate opener)

TABLE 2. The changing roles of audience, publisher and journalist.

Kuva 1. Yleisön, julkaisijan ja journalistin muuttuvat roolit. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 153)

Lietsala ja Sirkkunen esittävät, että mediatyön ja journalismin rajojen hämärtyessä journalistisen prosessin valtahierarkiat muuttuvat ja sekä yleisö, julkaisijat että journalistit saavat uusia rooleja. Kaavio näyttää, kuinka uudenlainen vuorovaikutus muuttaa tuotantoprosessin eri osapuolten rooleja suhteessa toisiinsa. Mitä alemmas kaaviossa mennään, sitä enemmän journalistin rooli eroaa perinteisestä. (Emt. 154) Samoin yleisön rooli muuttuu kaavion edetessä yhä aktiivisemmaksi, kun 'passiivinen' yleisö on työkaveri, amatöörireportteri, luoja, jakaja ja lopulta aktiivinen avustaja.

Lietsalan ja Sirkkusen roolijako on kuitenkin jo auttamatta vanhentunut. Kaaviossa on jätetty huomioimatta esimerkiksi nyky-yleisön rooleja paljon muokkaava voima, eli teknologisen kehityksen mukanaan tuoma interaktiivisuus. Tämä johtunee siitä, että kirja on ilmestynyt vuonna 2008, ja viestintäteknologia ja erityisesti sosiaalisen median sovellukset ovat kehittyneet tällä vuosikymmenellä huimasti. Aktiivisen yleisön käsitteestä on astuttu askel eteenpäin, kun sekä puhe median käyttäjistä että median interaktiivisuudesta, eli vuorovaikutteisuudesta, on lisääntynyt (Nieminen & Pantti 2012, 145). Median kehittyessä käyttäjä voi yhä paremmin hallinnoida sitä, millaista sisältöä hän kuluttaa millä tavalla ja milloin. Vuorovaikutteisuuteen kuuluvat jo aiemmin mainitut käyttäjien mahdollisuudet luoda tai muokata sisältöjä, käyttäjien välinen kommunikaatio sekä palautteen antaminen mediaorganisaatiolle. Kahta ensimmäistä voidaan nimittää teknologiseksi ja sosiaalisiksi vuorovaikutukseksi. (Emt. 145-146)

Lietsalan ja Sirkkusen kaavio (Kuva 1) näyttää kaikesta huolimatta sen, kuinka yleisön roolit ovat alkaneet muuttua monimuotoisemmiksi uuden median aikakaudella. Pohjaan tämän tutkielman tapaustutkimusta ohjaavan käsitykseni verkossa toimivan yleisön moninaisista rooleista Russellin (2011,1) ajatukseen verkostojournalismista, jossa yleisö voi olla osallisena kaikissa journalistisen viestintäprosessin vaiheissa aina tuottamisesta tutkimiseen ja jakeluun. Russellin mielestä verkostojournalismissa on olennaista etenkin se, että amatöörit ja ammattilaiset, yleisö ja journalistit, linkittyvät toisiinsa uudella tavalla, mikä vaikuttaa uutistuotantoon ja käsitykseen journalismista. (Emt.)

Tässä kappaleessa kartoitan yleisön roolien nykytilaa ja muutoksia tässä hetkessä, nykyisessä digitaalisessa mediaympäristössä. Tapaustutkimuksessa ymmärrän yleisön roolit aktiiviseksi tai passiiviseksi toiminnaksi, joka vaikuttaa tapauksen sirkulaatioon eri tavoin. Nämä roolit syntyvät osin media-ammattilaisten ja yleisön vuorovaikutuksessa, joten on hyvä ottaa huomioon myös mediayhtiöiden suhtautuminen yleisöihin ja näiden toimintaan verkkoympäristössä uutistuotannon kannalta.

#### **4.1. Yleisö, teknologia ja verkon valtasuhteet**

Yleisö näyttää olevan digitaalisessa julkisuudessa yksi niistä tahoista, jotka kilpailevat yleisöstä ja sen huomiosta. Digiajan yleisön muotoutumista tutkinut englantilainen viestintätieteiden professori James G. Webster (2014, 49) puhuu 'huomiotaloudesta', jonka on luonut runsas digitaalisen median tarjonta, joka kilpailee rajatusta määrästä inhimillistä huomiota. Kun media on rajaton, rajallinen huomio on arvokas resurssi. Motiiveista huolimatta niin kaupallisten intressien ohjaamien suurten instituutioiden omistama media, julkisrahoitteinen media, ilmaiseksi sisältöjä jakavat verkkotoimijat kuin näille elintärkeä yleisökin ovat kaikki huomiotalouden osallistujia. (Emt.) Yleisöt ja huomio ovat tarpeellisia, oli tavoitteena sitten vaikuttaa, valistaa, rakentaa julkista identiteettiä tai brändiä tai tehdä rahaa. Digitaalisilla mediamarkkinoilla huomion saaminen ei ole helppoa, mutta ilman sitä sisältöjen tuottamisessa ei ole paljoakaan mieltä. (Emt. 73-74)

Sidosryhmien, eli yleisöstä jollain tavalla tuottoa saavien tahojen, näkökulmasta yleisön kehitystä on tutkinut Philip M. Napoli (2011), joka puhuu yleisön evoluutiosta. Hän esittää, että tähän evoluutioon vaikuttavat median kulutuksen muutokset sekä uudet tavat saada tietoa yleisöstä. Yleisö on kauppatavaraa, josta saadaan markkinoina yhä enemmän informaatiota, mikä vaikuttaa

mediatuotantoon sekä positiivisesti että negatiivisesti. Ylipäätään yleisön evoluutioon liittyy vahvasti teknologian kehittyminen ja sen mukanaan tuomat uudet mahdollisuudet. (Napoli 2011, 4-6)

Uudet teknologiat muuttavat mediaympäristöä dramaattisesti, kun ne tarjoavat yleisölle enemmän valintoja ja mahdollisuuksia olla vuorovaikutuksessa median kanssa. Nyt median kuluttajat ovat paljon enemmän kuin kuluttajia, kuten sisällön jakajia ja tuottajia. Napoli havainnollistaa yleisön evoluutiota kahdella laajalla konseptilla: *fragmentoitumisella* ja *yleisön autonomialla*.

Fragmentoituminen sisältää sen laajuuden, jolla mediaympäristön sisällöntoimitusalustat lisääntyvät ja niiden kapasiteetti laajentuu, kuinka mediasisällöt itsessään purkautuvat sekä sen, miten yleisön huomio jakaantuu yhä useamman sisältövaihtoehdon kesken yhä laajemmalle. Yleisön autonomia taas viittaa siihen, kuinka nykyaikainen mediaympäristö tarjoaa yleisölle ennennäkemättömän mahdollisuuden paitsi valita kuluttamansa media, myös milloin, missä ja miten he sen kuluttavat, sekä mahdollisuuden olla mediakuluttajan lisäksi mediaympäristön avustaja (contributor). (Napoli 2011, 54-55) Tämän tutkielman yleisökäsitys rakentuu vahvasti näiden konseptien varaan.

Nykyaikainen yleisö on yleensä sekoitus perinteistä massaa, joka on analyttisenä konstruktiona joukko itsenäisesti toimivia toisilleen tuntemattomia ihmisiä, ja uudempaa käsitystä, joka näkee käyttäjät osana yhtä tai useampaa verkostoa, jotka ovat tietoisia toisistaan ja saattavat vaikuttaa toistensa käytökseen. Ryhmässä yleisön toimijuus vaatii sekä monen ihmisen toimintaa että heidän näkyvyyttään, joka tapahtuu usein mittaamalla tai datankeräyksellä. (Webster 2014, 26) Yleisö tuottaa siis sisällön lisäksi dataa, joka auttaa instituutioita kontrolloimaan yleisöä ja lyömään heillä rahoiksi. Datantuotanto on myös mekanismi, jonka kautta yleisö muuttaa mediaa. (Emt. 27) Yleisön mieltymykset ja käytös saattavat tätä ajatusta mukaillen siis vaikuttaa uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden mukaisesti esimerkiksi siihen, mistä uutisoidaan. Tämä näkyy mielestäni hyvin sosiaalisesta mediasta alkunsa saaneissa uutistapahtumissa, joista yhtä käsittelen tapaustutkimuksessa.

Mediayhtiöiden ja mainostajien lisäksi nykyään yleisöstä saavat tuottoa myös ne alustat, joilla ihmiset toimivat verkossa, mikä vaikuttaa osaltaan yleisön toimintamahdollisuuksiin. Sosiaalista mediaa kriittisesti tarkastellut Minna Saariketo (2015, 128) kiinnittää huomiota siihen, kuinka sosiaalisen median tekniset alustat rakentuvat ja ensisijaistavat merkityksiä ja miten ne vaikuttavat ihmisten toimintaan. Hän katsoo, että esimerkiksi Facebookin teknisesti tuotettu arkkitehtuuri vaikuttaa siihen, miten sivusto koetaan ja millaisia viestejä siellä välitetään (emt. 131). Saariketon

mielestä sosiaalisen median alustat ovat synnyttäneet uudenlaisen valta-asetelman, kun oikeus käyttää alustoja perustuu käyttäjien tietojen ja sisällön luovuttamiseen alustan omistajalle, vaikka sosiaalisen median alkuvaiheessa alustat näyttivät lunastavan odotukset tasa-arvoisemmasta viestimestä. Hän puhuukin sosiaalisen median yhteydessä arkkitehtuurisesta vallasta, kun esimerkiksi Facebookin käyttäjät ovat yritykselle ilmaista työvoimaa ja tuottavat sille arvoa. (Emt. 132)

Saarikedon Facebookin käyttäjien ja ei käyttäjien ryhmäkeskusteluiden tutkimuksen mukaan sivusto on kutoutunut osaksi normaalia arkea Tämä ja myönteiset käyttökokemukset saavat verkon toimintaympäristöjen ”materiaalistaloudelliset reunaehdot näyttäytymään merkityksettöminä, eikä niitä tunnu mielekkäältä pohtia”. (Saariketo 2015, 142) Saarikedon mielestä olisikin tärkeää, ettei termi sosiaalinen media peittäisi sivustojen teknologiavälitteistä toimintalogiikkaa. Hän ehdottaa, että sosiaalisen median sijaan tulisi puhua kytkösmediasta, koska silloin ”on mahdollista tehdä näkyväksi ja suunnata huomiota niihin taloudellis-teknologisiin konteksteihin, -- jotka usein jäävät tutkimuksessa vähälle huomiolle”. (Emt. 132-133) Myös Pietilä ja Ridell (2010b, 497) huomauttavat, että verkkomedian ihmisille tarjoamat toimintamuodot ovat kaupallis-taloudellisten tavoitteiden vaikutuksen alaisena, vaikka ne aluksi saattaisivat kehittyä niistä riippumatta. Poliittinen taloustiede kysyykin verkossa, millä tavoin palveluntuottajat saavat valjastettua käyttäjiä vapaaehtoisesti omiin kaupallisiin tarkoituksiinsa. (Emt.) Tässä tutkielmassa en tarkastele yleisön toiminnan rakenteellisia ehtoja, mutta niiden vaikutus ihmisten toimintamahdollisuuksiin on syytä silti pitää mielessä yleisön rooleista puhuttaessa.

## **4.2. Yleisö sosiaalisena kuratoijana**

Mediasisältöjen kulutus on verkossa yhä sosiaalisempi kokemus, kun yleisö pystyy helposti ja vaivattomasti kertomaan tutuilleen ja seuraajilleen mielenkiintoisina pitämistään mediasisällöistä. Verkkoympäristön ja sosiaalisen median työkalujen avulla yleisö voi linkata ja suositella toisilleen sisältöjä, jotka tätä kautta saattavat lähteä sirkuloimaan yleisön sisällä. Suomalaisen viestinnätutkijan Mikko Villin (2011, 48-49) mukaan tästä yleisön roolista mediasisältöjen valikoijana ja jakelijana käytetään käsitettä sosiaalinen kuratointi. Hän esittää, ettei sosiaalinen kuratointi ole käsitteellisenä teemana uusi ilmiö, mutta ”digitaalisessa verkkoympäristössä on mahdollista varsin helposti jakaa (digitaalista) sisältöä itseään, sen sijaan että tarjoaisi siitä vain

sanallisia kuvauksia” (emt.). Emme siis enää kerro kahvipöydässä lukemistamme mielenkiintoisista artikkeleista tai muista mediasisällöistä, vaan voimme johdattaa ihmiset suoraan sisältöjen äärelle.

Villin mukaan sosiaalisessa kuratoinnissa on kyse sekä kokoamisesta että sisällönjakelusta, ja siihen liittyy olennaisesti ihmisten tekemä arviointi, arvottaminen, valikointi ja kritiikki. Tämän tutkimuksen kannalta olennaista on se, kuinka sosiaalinen kuratointi voi lisätä mediasisältöjen sosiaalista merkittävyyttä ja laajentaa sisältöjen kiertoa. Kyse on sisältöjen horisontaalisesta jakamisesta, kun ihmiset johdattavat toisiaan relevantteina ja mielenkiintoisina pitämiensä sisältöjen luokse. (Villi 2011, 49) Sosiaalisen kuratoijan roolissa yleisöt siis hankkivat yleisöjä niin itsensä kuin mediayhtiöiden tuottamille sisällöille, eli edesauttavat niiden sirkulaatiota.

Yleisöstä vain pieni vähemmistö luo sisältöä, joten pieni aktiivinen vähemmistö saa suuren näkyvyyden. Vaikka kaikki yleisön jäsenet eivät osallistu sisällöntuotantoon, he voivat kuitenkin aiempaa aktiivisemmin osallistua median kiertokulkuun esimerkiksi mediasisältöjä jakamalla. ”He ovat eräänlaisia *mediameren sukellusveneitä* läsnä kyllä, mutta harvoin pinnalla, tai ainakaan pinnalla pitkiä aikoja”. (Villi 2011, 52) Digitaalisessa julkisuudessa pääpaino on siis yleisön mahdollisuuksissa osallistua ja kuratoida. Nämä mahdollisuudet lisääntyvät sisällön jakamiseen tarkoitettujen työkalujen yleistyessä, kun linkkien jakaminen sähköpostilla on vaihtunut sosiaalisen median sovelluksissa suosittelemiseen ja verkossa on jopa digitaalisen sisällön kuratointiin erikoistuneita palveluita (emt. 54).

Sosiaaliseen kuratointiin liittyy läheisesti edellisessä kappaleessa mainittu Greenin ja Jenkinsin (2011) esittelemä ”levitettävä” media, joka kuvaa nykyaikaisen yleisön osallistumista arvon tuottamiseen. Käsite siis korostaa teknisiä käyttömahdollisuuksia, joiden ansiosta yleisö voi aktiivisesti vaikuttaa sisältöjen leviämiseen, niiden reitteihin ja niiden tavoittamiin yhteisöihin. (Emt. 111) Green ja Jenkins yksinkertaistavat levitettävän median käsitettä erottelemalla sen seitsemän perusominaisuutta, jotka kietoutuvat nähdäkseni vahvasti yleisön sosiaalisen kuratoijan rooliin.

Levitettävän media ensinnäkin motivoi ja helpottaa tiedon levittämisen ponnisteluja. Toiseksi se laajentaa yleisön tietoisuutta levittämällä sisältöä monien potentiaalisten yhtymäkohtien poikki. Kolmanneksi levitettävä media luo moninaisia kokemuksia, kun sisällöt kiertävät tiloissa, joissa ihmiset jo elävät tai ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Green ja Jenkins käyttävät tästä esimerkkinä englantilaisen amatöörilaulajan Susan Boylen Britain’s Got Talent –koelauluvideota,

joka sirkuloi monilla eri merkitystasoilla aina kristittyjen keskusteluryhmistä muodin, tieteen ja karaoken väittelyihin. Lopulta ihmiset levittivät videota puhuakseen siitä, kuinka nopeasti se levisi. Neljäs levitettävän median ominaisuus on se, kuinka se kartoittaa ideoiden virtaa (flow) halki sosiaalisten verkostojen. (Green & Jenkins 2011, 116-117)

Viides levitettävyyden ominaisuus on Jenkinsin ja Greenin mukaan se, kuinka se luottaa siihen, että yleisö sirkuloi sisältöjä omien yhteisöjensä sisällä. Levitettävä sisältö siis tulee ihmisen luokse, eikä sitä tarvitse erikseen etsiä. Silti tuttavilta tai muilta yleisön jäseniltä saatu levitettävä sisältö ei tunnu pakotetulta, toisin kuin vaikkapa mainokset, koska se on kehystetty niiden mielenkiinnon kohteiden mukaan, jotka ensisijassa ovat saaneet meidät osaksi esimerkiksi tiettyä sosiaalisen median yhteisöä. Kuudenneksi levitettävyys riippuu kaupallisten ja ei-kaupallisten tahojen lisääntyneestä yhteistyöstä ja hämärtyneistä rajoista. Sisällöt leviävät ja sirkuloivat verkossa siitä huolimatta, salliiko mediayhtiö tai muu markkinaorganisaatio sen. Lopuksi levitettävässä mediassa olennaisia ovat usein paikalliset ja väliaikaiset verkostot, joiden kautta mediasisällöt sirkuloivat. (Emt. 117-118)

Greenin ja Jenkinsin esittelemät levitettävän median ominaisuudet korostavat nähdäkseni kuratoivan yleisön merkitystä juuri sirkulaation kontekstissa. Sosiaalisena kuratoijana yleisö osallistuu aktiivisesti sisällön arvon tuottamiseen ja sen liikkeeseen jakamalla ja suosittelemalla. Levitettävän median ominaisuuksissa painottuvat myös sosiaaliset suhteet, yhteisöt ja verkostot, joissa ja joiden kautta sisällöt sirkuloivat. Myös Villi painottaa, että yleisön koostuminen yhteisöistä on keskeistä sosiaalisen kuratoinnin kannalta (2011, 49). Sosiaalisessa kuratoinnissa on kyse horisontaalisesta viestinnästä, eli yleisön keskinäisistä yhteyksistä. Sosiaalinen konteksti on keskeinen osa sisältöjen kulutusta verkossa, ja erona aikaisempaan toisiinsa kontaktissa oleva yleisöyhteisö ei enää välttämättä jaa samaa fyysistä tilaa. Yleisöyhteisöjen myötävaikutuksesta mediasisältöjä sekä kuratoidaan että kulutetaan aktiivisesti. (Emt. 55)

Sosiaalisen median nousun myötä tutkijat ovatkin kiinnostuneet 'jakamistaloudesta' ('sharing' economy), jossa omistajaa ei vaihda raha. Sen sijaan ihmiset vaihtavat vapaasti asioita, kuten käyttäjien luomaa sisältöä (UGD), suosituksia tai yhteisen kiinnostuksen kohteita. Jakamistaloudessa käyttäjät luovat ja levittävät mediaa, tullen samalla median 'amatöörijäseniksi'. (Webster 2014, 52) Jakamistalouden motiivit ovat vaihtelevia ja vähemmän läpinäkyviä kuin kaupallisessa taloudessa. Esimerkiksi Wikipedian kaltaisia sivustoja rakennetaan anonyymisti julkisen hyvän vuoksi, kun toiset rakentavat yhteisöjä vaikkapa aatteiden ympärille, lisäävät omaa

sosiaalista pääomaansa tai muovaavat julkista identiteettiään. Ihmisen jakamisen motiivit saattavat vaikuttaa epätiteettisiltä, mutta ne voivat todellisuudessa palvella heidän omia etujaan. (Emt.)  
Pohdin tapaustutkimuksessa ja tutkielman johtopäätöksissä tarkemmin sitä, mikä lopulta motivoi yleisöä jakamaan sisältöä ja kuluttamaan jaettua sisältöä.

### 4.3. Yleisö luojana ja sisällöntuottajana

Tämän kappaleen alussa esitellyssä Lietsalan ja Sirkkusen (2008) kaaviossa (Kuva1) yleisön roolit muuttuvat yhä aktiivisemmiksi, ja niistä amatöörireportterin, luoja ja aktiivisen avustajan roolit liittyvät erityisesti sisällöntuotantoon. Pietilän ja Ridellin (2010b, 477) mukaan verkkoympäristössä kuka tahansa voi astua tuottamaan sisältöä, joten juuri siellä ajatus yleisöstä sisällöntuottajana tuntuu erityisen itsestään selvältä. Vaihtoehtoina on esimerkiksi perustaa blogi, kirjoittaa päivitys sosiaalisen median alustalle tai julkaista video jossain verkon videopalvelussa. Hajautunut verkkomedia mahdollistaa perinteisen joukkoviestinnän ylläpitämisen rakenteellisen jaon purkautumisen, kun puhe yleisöstä sisällöntuottajana jyrää perinteisen erottelun ammatillisiin sisällöntuottajiin ja yleisönä toimiviin vastaanottajiin. Pietilä ja Ridell kuitenkin huomauttavat, että ”toimiessaan annetun teknologian ja siihen liittyvien rakenteiden ehdoilla ihmiset jäävät verkkomediassakin tältä osin niiden ’yleisöksi’”. (Emt.)

Pietilä ja Ridell problematisoivat puheen yleisöstä sisällöntuottajana tuomalla esiin toimintamuotojen erot. Sisällöntuottajuudessa toimijoina ovat heidän mukaansa yleisön sijasta ihmiset, koska yleisöyttä määrittää toimintamuotona esitysten seuraaminen, ei niiden tuottaminen. (2010b, 480)

Jos yhtenä aikahetkenä yleisönä toimineet ihmiset alkavat seuraavana hetkenä tuottaa sisältöä, he siirtyvät yleisöydelle ominaisesta toimintamuodosta toisenlaiseen – tuottajuudelle ominaiseen – toimintamuotoon. (Emt.)

Vaikka tuottaminen ja vastaanotto niin verkkoympäristössä kuin muuallakin eroavat toisistaan, ne saattavat lomittua. Tuottajuus ja yleisöys lomittuvat laajemmassa merkityksessä siten, että henkilöllä täytyy olla esityksen tuottaakseen ainesta, josta sen voi tuottaa, ja sopiva ilmaisukaava sen tuottamiseksi johonkin mediaan. Nämä ainekset ja kaavat pohjautuvat Pietilän ja Ridellin mukaan ainakin osaltaan tapahtumiin, joiden yleisönä henkilö on tai joiden yleisöksi henkilö asettuu tuottaakseen esityksensä. ”Tässä laajassa mielessä tuottajuus edellyttää yleisöyttä.” (Emt. 481)

Vaikka tuottajuus ja yleisöys lomittuvat, kun ihmiset siirtyvät toimintamuodosta toiseen tai toimivat useassa muodossa samanaikaisesti, ne pysyvät eri toimintamuotoina (Pietilä ja Ridell 2010b, 481). Tässä tutkielmassa en puhu kuitenkaan rajatusti toimintamuodoista vaan laajemmista rooleista, yleisön toiminnalle annetuista merkityksistä, joita yleisö saa digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa. Kuten aiemmin olen tähdentänyt, yleisö on tässä tutkielmassa kattokäsite, joka pitää sisällään verkossa monimuotoisesti toimivat ihmiset, jotka eivät kuulu perinteisen median ammattilaisiin. On kuitenkin hyvä ottaa huomioon Pietilän ja Ridellin esittämä kritiikki, kun kartoitetaan yleisön toimintatapoja ja osallistumista sirkulaatioon, koska eri rooleissa voi olla lomittuneena erilaisia toimintamuotoja ja merkityksiä.

Yleisön tuottaja-roolia digitaalisessa julkisuudessa kuvaa hyvin verkkoympäristön yleisöjen tutkimuksessa kehitetty termi 'produser'. Käsitteellä viitataan yleisön (käyttäjien) aktiiviseen rooliin sisällöntuotannossa ilman (mediabisnekselle koituvan) taloudellisen hyödyn kontekstia. 'Produser' jättää terminä enemmän tilaa tuottamiselle (production), eikä täten asemoi vapaaehtoisesti sisältöä tuottavia käyttäjiä. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 19) Puhuttaessa yleisöstä produsereina, ei pidä unohtaa, että yhä huomattava enemmistö yleisön kuluttamista mediateksteistä on suurten mediayhtiöiden tuottamaa ja kierrättämää. Usein yleisön tuottajuus sisältää sellaisen sisällön uudelleenjärjestelyä ja sirkuloimista, jonka mediayhtiöt ovat tuottaneet. Sekä mediayhtiöt että sosiaalisen median sivustot hyötyvät prosumerismista, eli tuottaja-kuluttajuudesta, jota moni on kuvannut yleisön tekemäksi ilmaiseksi työkseksi. Esimerkiksi Facebookin todellinen taloudellinen arvo piilee siinä, että sen avulla saadaan hyödyllistä dataa produsereista, eli tuottaja-käyttäjistä, eikä itse yleisön tuottamassa sisällössä. (Devereux 2014, 266-267)

Vaikka verkko on lisännyt yleisön sisällöntuotantomahdollisuuksia, mediayhtiöt eivät välttämättä ole tarttuneet yleisön tuotantoon vielä kovin hanakasti. Mikko Villi (2011) puhuu nykykäytäntöjen kohdalla eräänlaisesta "median itsepalvelumallista", jossa yleisö tuottaa raakasisältöjä, kuten uutisvinkkejä ja valokuvia, ja jakelee mediayhtiöiden tuottamia sisältöjä. Hänen käsityksensä mukaan mediateollisuus on siis yhä kiinni pitkälti tuotokeskeisessä logiikassa, jossa yleisön rooli on lähinnä kulutusprosessin päätepisteessä. Villin mielestä sisältömurusten tuotannon ulkoistus ei edusta kovin syvää ja monimuotoista prosumerismia, mutta edellä käsitelty sosiaalinen kuratointi, eli sisällön valikointi ja jakelu, tuottaa lisäarvoa yleisön harkinnan, arvioinnin ja yhteisöllisyyden kautta. (Villi 2011, 54) Villin kirjoitus on kuitenkin osittain vanhentunut, vaikka sen julkaisusta on vain viisi vuotta. Sähköisen ja sosiaalisen median kehitysharppaukset ovat nähdäkseni lisänneet



yleisön tuottaman sisällön arvoa mediayhtiöille, kun uutisia kalastellaan huomiota keränneistä sosiaalisen median päivityksistä. Palaan tähän ajatukseen tarkemmin tapaustutkimuksessa.

Teknologian kehityksen ansiosta yleisö voit tuottaa ja luoda myös jotain laajempaa, kuin pelkkiä sisältöjä. Philip M. Napoli (2009) kritisoi sitä, että käyttäjien luomasta sisällöstä käytävissä keskustelussa on keskitytty harhaanjohtavasti pelkästään sisällön tuottamiskykyyn, joka on ollut olemassa jo hyvän aikaa, koska tuotantoteknologiat, kuten videokamerat, ovat olleet jo pitkään tavallisten kuluttajien ulottuvilla. Napolin mukaan nyt uutta ja erilaista on se, että mediayleisöillä on mahdollisuus itse päästä käsiksi mahdollisiin yleisöihin, mihin aiemmat sukupolvet eivät ole kyenneet. (Emt. 6) Myös Mikko Villi (2012, 10) yhtyy Napolin kritiikkiin väittäessään, että mediayhtiöiden toiminnan kannalta käyttäjien sisällöntuotantoa olennaisempaa ovat käyttäjien väliset suhteet ja yhteydet, ja käyttäjien tuottaman sisällön roolina on vetää toisia käyttäjiä luokseen ja saada heidät pitämään yhteyttä keskenään.

Käyttäjälähtöiseen sisältöön liittyvää toimintaa tutkinut hollantilainen mediatutkija Jose van Dijck (2009, 55) esittää, että käyttäjien toiminta sisältää sekä kulttuurisen roolin osallistajana ja osallistujana että käyttäjän taloudellisen merkityksen tuottajana ja kuluttajana sekä tämän epävakaa aseman 'työvoimana'. Hänen mukaansa verkossa toimivilla käyttäjillä on siis useita rooleja, joiden toimintaa teknologiat ja verkkosivujen operaattorit ja omistajat voivat ohjailla (emt.) Käyttäjä on tulkintani mukaan nimitys verkossa läsnä olevalle ja toimivalle ihmiselle, eli yleisölle bittiavaruudessa. Oletukseni on, että käyttäjän ja perinteisemmän yleisön erilaiset toimintamuodot sekoittuvat verkossa sellaisilla tavoilla, ettei niitä ole mielekästä erottaa ainakaan perustavanlaatuisesti toisistaan. Tämä on yksi syy lisää sille, miksi käytän tässä tutkielmassa yläkäsitettä 'yleisö', kun kartoitan ihmisten erilaisia rooleja sirkuksissa.

Viimeaikainen tutkimus siis osoittaa, että tänä päivänä verkon viestintäsovellusten käyttäjillä on kyky levittää ja sirkuloida sekä yleisön tuottamaa sisältöä että perinteistä mediasisältöä ennenäkemättömällä laajuudella. Tutkimukseni kontekstissa tämän voisi käsittää niin, että yleisö pääsee uudella tavalla osaksi sirkuksiprozessia, kun sillä on mahdollisuus osallistua sisällön kierrättämiseen ja sen tuotantoon uutistapahtuman sirkuksiprozessissa. Esimerkiksi Facebookin päivityksillä on omat, edellä kuvatut napolilaiset mahdolliset yleisönsä, joiden huomio on jokaisen sosiaalisen median sivuston käyttäjän ulottuvilla. Kun sosiaalisen median sisällöt lähtevät kiertämään, mahdolliset yleisöt lisääntyvät ja kasvavat. Mahdolliset yleisöt voivat nähdäkseni

laajentua myös perinteisen median yleisöihin, jos käyttäjän luoma sisältö kiinnittää valtamedian huomion, mikä tapahtuu myös tämän tutkielman tutkimustapauksessa.

#### **4.4. Yleisön merkitys yhteisönä**

Pietilä ja Ridell (2010b, 482-483) erottelevat omaksi, yleisöydestä ja tuottajuudesta eroavaksi, mediasuhteita rakentavaksi toimintamuodokseen yhteisöyden. Tähän käsitteeseen sisältyy heidän mukaansa ajatus 'interaktiivisista yleisöistä', jotka toimivat verkkomaailmassa ja ennen kaikkea keskustelevat verkkofoorumeilla. Pietilä ja Ridell käyttävät interaktiivisuuden kontekstissa sanaa yhteisöyden, koska se korostaa ihmisten tavoitetta olla mukana keskustelussa ja osallistua siihen sen kestäessä. Tämä tavoite toteutuu jonkinlaisia yhteisöyttä rakentavana vuorovaikutuksena. (Emt. 483) Vuorovaikutuksessa on tutkijoiden mukaan piirteitä sekä tuottajuudesta että yleisöydestä:

Tällöin niin tuottajuus puheenvuorojen esittämisenä kuin yleisöyden niiden seuraamisena saavat mielensä vuorovaikutuksen ja sen ylläpitämisen yhteisöyden pohjalta, joten ne lomittuvat omina toimintamuotoinaan tämän yhteisöllisen vuorovaikutuksen osaksi. Vuorovaikutus, keskustelu, on jatkuvaa siirtymistä näiden toimintamuotojen välillä. (Emt.)

Vuorovaikutus voi pitää yllä monenlaista yhteisöyttä, jotka Pietilä ja Ridell jakavat karkeasti tunneyhteisöyteen ja asiayhteisöyteen. Tunneyhteisöydessä vuorovaikutus on itsessään mielekästä toimintaa jatkuvana puhumisena ja kuuntelemisena, eikä se palvele mitään ulkopuolista tavoitetta. Asiayhteisöydessä taas pyritään johonkin vuorovaikutuksen ylittävään tavoitteeseen, eli puheenvuorojen tuottaminen ja seuraaminen ovat mielekkäitä tavoitteen saavuttamiseksi. Verkon keskusteluissa esiintyy lomittain kumpaakin yhteisöyttä. (Pietilä & Ridell 2010b, 483-484)

Vuorovaikutteisuuden liittyä vahvasti sosiaalinen media. Parhaimmillaan sosiaalinen media rakentaa perustan osallistavalle kulttuurille, jossa osallistujat saavat käyttöarvoa yhteisötoiminnan seurauksena. Ihmiset tekevät yhteistyötä sosiaalisessa mediassa ja yksilöiden toiminta voi tuottaa uusia, odottamattomiakin, tuloksia niin mediabisneksille kuin yksilöille itselleen. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 14) Nähdäkseni yleisön yhteisötoiminta luo digitaalisessa ympäristössä sekä perinteiselle että sosiaaliselle medialle monenlaisia mahdollisuuksia, mikä johtaa yleisön roolien kehitykseen ja muovautumiseen etenkin sirkuksen näkökulmasta.

Yleisöjen kokoontuminen antaa merkityksen ja tarkoituksen sekä pienille että suurille tapahtumille, joita digitaalinen media on täynnä. Tapahtumakirjon toisella laidalla ovat suuret mediatapahtumat, kuten olympialaiset, jotka keskeyttävät arkielämän ja kokoavat yhteen suunnattomia yleisöjä ”virtuaalisiin kokoontumisiin”. Toisella laidalla ihmiset kokoontuvat verkkoon esimerkiksi kommentoimaan reaaliaikaisesti katsomaansa TV-sarjaa tai laittavat kiertoa linkin saadakseen laajempaa huomiota jollekin asialle. Pienet ja suuret yleisöt onnistuvat määrittelemään niitä tiloja, joissa median objektit ja ideat sirkuloivat. (Webster 2014, 9) Näin ollen yleisön kokoontuminen, parhaimmillaan yhteisöinä toimiminen, määrittää verkossa niin mediasisältöjen ja tapahtumien syntyä, liikettä ja vastaanottoa kuin median toimintatilojakin. Yleisön kokoontumiset liittyvät osaltaan siihen, miten ja mikä sisältö lähtee sirkuloimaan verkon eri kanavissa.

#### **4.5. Yleisö ja suosion mittaaminen**

Sirkulaatioprosessissa yleisön toiminnalla näyttää olevan merkitystä myös suosion mittaamisen kannalta, mikä näyttää olevan yksi digitaalisen julkisuuden yleisön tavoista vaikuttaa välillisesti uutisaiheisiin. Valmiiksi suosituista ja paljon puhutuista aiheista kannattaa uutisoida, mikä liittyy aiemmin käsitelyyn kiinnostavuuteen uutiskriteerinä (Heikkilä ym. 2012). Aiemmin esittelemäni Websterin (2014) ajatus huomiotaloudesta liittyy myös osaltaan valmiiksi suosittujen sisältöjen suosimiseen verkon mediakentällä. Websterin mukaan kaikki mediatuottajat tasapainottelevat tarjonnassaan uuden ja käyttäjille tutun välillä. Kun sisällöntuotannon kulut kasvavat, media usein pienentää riskejä imitoimalla jo suosittuja sisältöjä. Samoin käyttäjien luoma sisältö ammentaa paljon populaarikulttuurista. Toimijat, joilla on siihen resursseja, käyttävät yleisöstä saatavaa dataa antaakseen ihmisille, mitä he vaikuttavat haluavan. Tuloksena on yllättävä samuus digitaalisen mediaympäristön sisällöissä, mikä on osin ristiriidassa sisältöjen määrän kanssa. Silti kukaan ei vaikuta tietävän tarkkaan, mikä herättää julkisen huomion. (Webster, 2014, 74)

Webster (2014, 163) huomauttaa, että usein huonon maineen saaneella suosiolla on myös hyvät puolensa. Suosio on hänen mukaansa uudessa mediaympäristössä tärkeää, kun yleisön huomio pikemmin keskittyy kun jakautuu. Sekä media että käyttäjät, jotka luovat yhdessä yhteiskuntaa yhdistävän kulttuurisen tasapainon, arvostavat suosiota. Useimmat mediatuottajat tavoittelevat julkista huomiota, ja suositut sisällöt vetoavat yleisöihin. Mediaorganisaatiot investoivat mielellään sisältöihin, joiden uskotaan houkuttelevan suuria yleisömassoja, mikä puolestaan houkuttelee mainostajia. (Emt.) Suosio on siis itsessään sirkulaatioprosessi, joka voi nähdäkseni saada

alkusysäyksen niin yleisön kuin mediankin päässä, kun sisällöt saavat suosiota yleisön parissa ja/tai media panostaa suosituiksi uskomiinsa sisältöihin.

Useimmat ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa henkilökohtaisiin tarkoituksiin ja luovat sisältöä sen itsensä vuoksi, jaettavaksi perheen ja ystävien kanssa. Webster muistuttaa, ettei koskaan kuitenkaan ole varmaa, mikä sisältö nousee suosituksi verkossa. (Emt. 53) Yksityiseksi tarkoitettu tarina voi levitä hyvin laajalle ja nousta lopulta sosiaalisesta mediasta perinteiseen mediaan, kuten kävi Lennin tapauksessa. Mediasisällöt voivat sirkuloida tavoilla, jollaisia niiden tekijät eivät ole voineet kuvitellakaan, eli julkinen huomio voi tulla ihmisen osaksi vaikka tämä ei sitä hakisikaan (emt). Sisällön suosiota ei siis voi ennustaa, mutta huomiota saaneet verkkosisällöt näyttävät saavan yhä enemmän huomiota, kun yleisö ja media tarttuvat niihin juuri aiemman suosion perusteella.

## 5. Tutkimuksen metodologia

Tutkimukseni on käsitelähtöinen, ja sen tarkoitus on olla kartoittava ja kuvaileva. Yleisön rooleja digiajalla on jo tutkittu mediatutkimuksen kentällä, mutta sirku-laation näkökulmasta tutkimusta on tehty vielä varsin vähän. Vastaan tässä pro gradu -tutkielmassa esittämiini tutkimuskysymyksiin käsitteellistämisen tutkimusmenetelmällä tapaustutkimuksessa. Analyysini pohjaa Stuart Hallin sisäänkoodauksen ja uloskoodauksen mallin merkitysten kierron ajatukseen digitaalisen julkisuuden kontekstissa. Tavoitteeni on luoda kuva sosiaalisesta mediasta alkunsa saaneen uutistapahtuman, ”Minäkin olen Lenni” -tapauksen, sirku-laatioprosessista ja yleisön rooleista siinä.

Tutkimuksen metodologisena kontekstina on sirku-laation käsite median viitekehyydessä ja tarkemmin yleisön osallistuminen sirku-laatioprosessin eri vaiheisiin. Tutkielmani lähtöoletus on se, että mediasisältöjen tuotantoon, jakeluun ja kuluttamiseen liittyvät asetelmat ovat muuttuneet verkon kehityksen ja sosiaalisen median myötä. Yleisön roolina ei ole olla enää pelkästään vastaanottaja, vaan se voi myös osallistua mediasisältöjen tuotantoon ja jakeluun moni eri tavoin. Pohdin tapaustutkimuksessa sitä, mitä medioissa tapahtui tapauksessa ”Minäkin olen Lenni”, miten yleisö merkityksellistettiin aineistoni verkkojutuissa ja mitä tämä kertoo yleisön rooleista digitaalisen julkisuuden sirku-laatioprosessissa.

Käytän tässä apunani Stuart Hallin (1992) sisäänkoodauksen ja uloskoodauksen mallia. Oletan, että sirku-laation eri vaiheissa tarina ”sisäänkoodataan” eri tavoin erilaiselle vastaanottajalle, yleisölle. Yleisöllä voi olla nähdäkseni myös ”sisäänkoodaajan” rooli, kun yksittäisen sosiaalisen median käyttäjän laatima päivitys voi nykyään nousta jakojen ja muun huomion kautta laajan yleisön tietoisuuteen ja tätä kautta sirku-laatiossa osaksi valtamedian uutisaineistoa.

Tutkimukseni edustaa digiajan kuvaa maailmasta, jossa tieto sirku-loi teknologian avulla yhä nopeammin ja helpommin. Verkko myös mahdollistaa sirku-laatioprosessiin osallistumisen yhä useammalle ryhmälle, jotka eivät edusta valtamediaa tai perinteistä journalismia. Perustan oletukseni aikaisempaan tutkimuskirjallisuuteen, joka ruotii yleisön muuttunutta roolia nykyajan mediakentällä. Kartoitan ja kuvailen tapaustutkimuksessa valtamedian ja yleisön toimintaa ja näiden toimijoiden vuorovaikutusta tapauksen sirku-laatioprosessissa. Tutkimuskohteena ovat sosiaalisen median kuvitellut yhteisöt, näiden reaktiot ja valtamedian yleisölle antamat merkitykset.

Tapaus toimii tässä tapauksessa esimerkkinä siitä, miten sirkuatio toteutuu digitaalisessa julkisuudessa yleisön ja valtamedian vuorovaikutuksessa.

## **5.1. Tutkimuksen tarkoitus**

Tutkimuksen tarkoitus ohjaa tutkimuksen kokonaisuutta, valintoja ja rajauksia (Tuomi 2007, 125). Tämän tutkielman tarkoitus on kartoittava tutkimus, jossa selvitetään vähän tunnettuja ilmiöitä, etsitään uusia näkökulmia tai kehitetään hypoteeseja. Kartoittava tutkimus pyrkii paljastamaan käsitteet, jotka ovat relevantteja tietyssä tilanteessa. (Tuomi 2007, 126 ja Hirsjärvi ym. 2004, 129) Yleisön rooleja verkon mediamaisemassa ja sirkuatioprosessissa on tutkittu vasta vähän, mutta juuri nyt käynnissä on lukuisia aiheeseen liittyviä tutkimuksia. Kartoittavia laadullisia tutkimuksia tehdäänkin esimerkiksi silloin, kun joltain alueelta on olemassa vain vähän tutkittua tietoa (emt.).

Tutkimukseeni on kartoittavan lisäksi kuvaileva. Tiettyyn tutkimukseen voikin sisältyä useampia kuin yksi tarkoitus (Hirsjärvi ym. 2004, 129). Kuvailevassa tutkimuksessa esitetään tarkkoja kuvauksia tapahtumista, henkilöistä ja tilanteista sekä dokumentoidaan ilmiöstä kiinnostavia, keskeisiä piirteitä. Tutkielmani kannalta keskeinen on kuvailevaan tutkimukseen liittyvä kysymys siitä, mitkä ovat tässä ilmiössä esiintyvät näkyvimmit käyttäytymismuodot, tapahtumat ja prosessit. (Emt. 130) Yleisön roolit ovat tällaisia käyttäytymismuotoja, joita minun on tarkoitus kuvailla tutkielmassani. Sirkuatio ja uutisointi ovat taas tapahtumia ja prosesseja, joiden sisällä yleisön roolit muodostuvat.

## **5.2. Tapaustutkimus**

Tapaustutkimus sisältää lähtökohtaisesti useita tutkimusmenetelmiä ja aineistoja, joten sitä ei voi kutsua metodiksi vaan tutkimustavaksi tai tutkimusstrategiaksi. Tapaustutkimuksessa tutkimuksen kohde on useimmiten ilmiö tai tapahtumakulku, eli siinä tarkastellaan usein vain yhtä tiettyä tapausta tai pientä joukkoa tapauksia. (Laine ym. 2007, 9) Tässä tutkimuksessa tarkastelen Minäkin olen Lenni –casen tapahtumakulkua, eli sirkuation etenemistä ja vaiheita. Tapaustutkimuksessa etsin siis yhdestä sirkuatiotapauksesta yleisön rooleja analysoimalla tästä tapauksesta tehtyjä verkkouutisia. Tapaustutkimus soveltuu hyvin vastaamaan kysymyksiin 'miten' ja 'miksi', koska se tarkastelee usein monimutkaisia ja pitkään jatkuneita ilmiöitä (emt. 10). Juuri tällainen ilmiö on

yleisön osallistuminen sirkulaatioprosessiin erilaisissa rooleissa digitaalisessa julkisuudessa, eli verkkoympäristössä.

Tapaustutkimus, kuten mikä tahansa muukin tutkimus, on valintojen tekemistä ja niiden perustelemista. Tapaustutkimus on erityinen, koska sen avulla pyritään ymmärtämään tarkasteltavaa ilmiötä monimutkaisena kokonaisuutena, jossa on erilaisia näkökulmia ja yhteiskunnallisia prosesseja. (Häikiö & Niemenmaa 2007, 42) Tapaustutkimuksen päämääränä on ”lisätä ymmärrystä tutkittavasta tapauksesta ja olosuhteista, joiden lopputuloksena tapauksesta tuli sellainen kuin tuli” (Laine ym. 2007, 10). Yksittäistä tapausta tai tilannetta tutkitaan yhteydessä ympäristöönsä (Hirsjärvi ym. 2004, 126).

Tapaustutkimuksen pohjimmainen tehtävä on tehdä tapauksesta ymmärrettävä. Tapaustutkimus voi tavoitella tietyn ilmiön kuvaamista tai selittämistä. Pyrkimys voi olla myös tulosten yleistäminen suhteessa muihin samankaltaisiin tapauksiin tai suhteessa tiettyyn akateemiseen keskusteluun. (emt. 31) Tässä tutkimuksessa tavoitteena on kuvata sosiaalisesta mediasta eli yleisöstä lähtöisin olevien sirkulaatioprosessien luonnetta ja ilmiötä, jossa yleisö osallistuu valtamedian kanssa uutisen sirkulaatioon ja saa kierrossa erilaisia rooleja.

Yhden tapaustutkimuksen tuloksia ei voi yleistää muihin samankaltaisiin, sosiaalisesta mediasta alkunsa saaneisiin uutistapahtumiin, mutta yhteyttä näihin ja laajemmin akateemiseen keskusteluun yleisön roolien muutoksista voidaan pohtia. Häikiön ja Niemenmaan (2007, 48-49) mukaan yksittäisten tapausten tutkiminen antaa välineitä ymmärtää erilaisia ilmiöitä, vaikka tapaukset eivät ole itsessään yleistettävissä. Heidän näkemyksensä on, että tapauksesta lähtevä tutkimus on ennen kaikkea ’prosessin dynamiikan’ tutkimista (emt. 49).

### **5.3 Käsitteellistäminen**

Tutkimukseni metodologinen lähtökohta on käsitteellistämisen menetelmällinen periaate. Ajatus käsitteellistämisestä tulee hollantilaiselta kulttuurintutkijalta Mieke Balilta (2002). Hän esittää, että kulttuurintutkimuksen pitäisi rakentua pikemmin käsitteiden kuin teorian varaan. Balin mukaan teoriasta tulee merkityksellinen vasta vuorovaikutuksessa tutkimuskohteen kanssa, joten analyysissa pitää ottaa huomioon samaan aikaan sekä teoria, käsitteet että tutkimuskohte. Käsitteet kannattaa laittaa analyysissa etusijalle, koska ne ovat joustavampia kuin teoria. Ball esittää, että käsitteet

liikkuvat sulavammin oppialarajojen yli, toimivat itsessään teoreettisina välineinä ja muuttuvat sekä saavat uudenlaisia merkityksiä analyysin edetessä. (Emt. 44-46)

Seuraan pro gradu –tutkielmassani Balin ajatusta käsitteellistämistä tutkimusmenetelmänä. Käytän tutkimukseni pääkäsitteitä, samoin kuin mediatutkija Laura Saarenmaa (2010) väitöskirjassaan, juuri käsitteinä: tutkimuksellisina työvälineinä, joilla ”rakennan tutkimuskohteeni ja tuotan siitä tulkintoja” (emt. 35). Sirkulaation, uutiskriteerin, agenda-settingin ja affektin käsitteet antavat tutkimustapauksen analyysille rakenteen ja ohjaavat sitä. Suhteutuessaan toisiinsa ne kertovat yleisön roolien muutoksista, kun ne asetetaan digitaalisen julkisuuden kontekstiin. Kun sirkulaatio, uutiskriteeri, agenda-setting ja affekti ovat analyysiani ohjaavia käsitteitä, digitaalisen julkisuuden käsite taas toimii olosuhteena, jossa tutkimukseni kohde merkityksellistyy.

Käsitelähtöinen tutkimus sopii metodiksi tutkielmani tapaustutkimukseen, koska digiajan yleisön rooleja on tutkittu vielä varsin vähän erityisesti sirkulaation näkökulmasta. Yleisöteorioihin, tuoreisiinkin, tukeutuminen asettaa analyysille nähdäkseni liikaa rajoitteita, eikä ole sopivin tapa kuvata yleisön roolien muutosta ja moninaisuutta juuri sirkulaation kontekstissa. Tutkielmani ei edustakaan yleisötutkimusta, vaan tutkimuksen kohteena ovat yleisön saamat merkitykset verkkojutuissa, joita analysoin juuri käsitteiden kautta. Bal esittää, että käsitteet ovat jatkuvassa muutoksessa, ja ne liikkuvat sekä omien määritelmiensä sisällä että sen mukaan, mitä objekteja ne kohtaavat (2002, 45-46). Pohdinkin ”Minäkin olen Lenni” –tapauksessa toimivan yleisön rooleja sirkulaatioprosessissa juuri verkkojutuista löytyvien merkitysten kautta.

Käsitelähtöisen analyysin kohteena ovat etenkin verkkouutisten kärjet ja otsikot sekä laajemmin aiheet. Etsin yleisön rooleja käsitteellisesti esimerkiksi sen kautta, missä määrin uutiset keskittyvät sirkulaatioon ja yleisön osallisuuteen siinä. Avaan yleisön osallisuutta sirkulaatioon myös alkuperäisen, Lennin äidin Facebook-statuksen jakojen ja kommenttimäärien sekä Minäkin olen Lenni –tapahtuman osallistujamäärien kautta, mutta analyysin pääkohteena ovat verkkojutut. Agenda-settingin ja uutiskriteerin sekä affektin käsitteet avaavat verkkojutuista lisää yleisölle annettuja merkityksiä, minkä kautta pohdin tapauksen yleisön aineistossa saamia toimintamuotoja ja sen myötä laajempia rooleja.



## 5.4. Sisäänkoodaus ja uloskoodaus digitaalisessa julkisuudessa

Perinteinen puhe sisällöntuottajista ja vastaanottajista liittyy kiinteästi amerikkalaisen kulttuuriteoreetikon Stuart Hallin (1992) sisäänkoodauksen ja uloskoodauksen menetelmään. Käytän tätä viestintämallia joukkoviestintäprosessista osana tutkimukseni metodologiaa, minkä avulla analysoin tapaustutkimuksessa verkon mediateksteistä löytyviä yleisön rooleja. Hallin (1992, 133) mukaan tiedotustutkimus on perinteisesti hahmottanut viestintäprosessin kiertokulkuksi, eli keskittynyt sanomien vaihtoon. Hänen mielestään prosessi on kuitenkin syytä hahmottaa rakenteeksi, joka ”syntyy toisiinsa liittyvien mutta erillisten osien – tuotannon, kierron, jaon/kulutuksen ja uusintamisen – nivelyssä yhteen ja pysyy tämän yhteenniveltymisen ansiosta koossa” (1992, 133). Hallin malli on tutkielmassani käyttökelpoinen, koska analysoin yleisön rooleja juuri kierron näkökulmasta. Seuraavaksi hahmottelen tutkimustapaukseni analyysin työkaluksi mallin ulottuvuuksia digitaalisen julkisuuden kontekstissa.

Hallin mukaan eräässä mielessä kierto alkaa diskurssia tuottavasta ’työprosessista’, jonka esimerkkinä hän käyttää tv-tuotantoa. Itse tuotantoprosessissa on diskursiivinen puoli, koska se on kauttaaltaan merkitysten ja ajatusten kyllästävä. Esimerkiksi yleisöä koskevat uskomukset antavat puitteet sille, miten tuotantorakenne muokkaa ohjelman. (1992, 135) Tämän pohjalta on nähdäkseni perusteltua, että etsin yleisön rooleja Minäkin olen Lenni –casen sirkulaatioprosessia käsittelevistä verkkouutisista. Oletetut yleisöt muokkaavat uutisten diskurssia, joten yleisön roolit ovat luettavissa ja analysoitavissa verkon uutisteksteistä. Se, miten yleisö merkityksellistetään teksteissä, kertoo yleisön toimintamahdollisuuksista ja vuorovaikutussuhteesta median kanssa: vallan ja toimintaedellytysten jakautumisesta yleisön ja perinteisten mediatoimijoiden kesken.

Hallin mukaan ennen kuin sanoma voi vaikuttaa, se on koodattava sisään eli omaksuttava mielekkäänä diskurssina. Ensin sanoma pitää siis tuottaa, eli koodia pitää soveltaa. (Emt. 136) Tällaisesta tilanteesta on nähdäkseni kyse myös silloin, kun sosiaalisen median käyttäjä, esimerkiksi Lenni-pojan äiti, kirjoittaa verkkoon päivityksen jostain tapahtumasta. Toisessa, Hallin mukaan ratkaisevassa, kohdassa sanoma uloskoodataan ja se niveltyy yhteiskunnallisten käytäntöjen rakenteeseen (emt.). Uloskoodaajan rooli on perinteisesti säilytetty yleisölle, kuten Hallkin tekee. Kuitenkin nyt digitaalisessa julkisuudessa myös mediatoimijoiden pitää harjoittaa uloskoodausta, kun juttuja tehdään yleisön sisäänkoodaamien (sosiaalisen median) tarinoiden pohjalta. Digitaalisen julkisuuden sirkulaatiossa siis sisään- ja uloskoodaus lomittuvat ja jakautuvat prosessin vaiheesta riippuen eri toimijoille.

Hallin mukaan tuotantokoneistot, -suhteet ja –käytännöt muuttavat tietynä kierron hetkenä muotoaan, eli astuvat esiin 'kielen' sääntöjen pohjalta rakentuvina symbolisina välineinä, ja itse tuotteen kierto ja leviäminen toteutuu aina diskursiivisessa muodossa. (Emt. 133-134) Kierron näkökulmasta sanoman diskursiivinen muoto on Hallilla viestinnällisessä vaihdossa etusijalla kierron näkökulmasta, eli sisään- ja uloskoodaus ovat ratkaisevia vaiheita. Todellisuuden raakatapahtumia ei voida esittää siinä muodossa kun ne tapahtuvat, vaan ne on merkityksellistettävä. ”tapahtumasta täytyy tulla 'juttu' ennen kuin siitä voi tulla viestittävä tapahtuma”. (Emt.) Yleisöllä on nähdäkseni nyt oma tuotantorakenne, sosiaalinen media, jonka mahdollistaa kehittynyt ja kaikkien saatavilla oleva teknologia. Myös sosiaalisen median julkaisut pitää merkityksellistää, mistä päästään jälleen yleisön mahdolliseen sisäänkoodaajan rooliin. Mikä tahansa teksti, oli se sitten uutisjuttu tai sosiaalisen median sisältö, pitää merkityksellistää ja koodata sisään mielekkäästi.

Vaikka median tuotantorakenteet luovat esimerkiksi tv-diskurssin, ne eivät muodosta Hallin mukaan suljettua järjestelmää. Tuotantorakenteet ammentavat muun muassa aiheita, agendoja eli päiväjärjestyksiä, tapahtumia, henkilöitä sekä mielikuvia yleisöstä muista lähteistä ja diskursiivisista muodostumista laajemman sosiokulttuurisen ja poliittisen rakenteen piiristä, jonka osa ne ovat. Hall viittaa Philip Elliottiin, joka puhui siitä, kuinka yleisö on sekä (tv-)sanoman lähde että sen vastaanottaja (emt. 135) Sosiaalista mediaa voisi pitää tällaisena diskursiivisena muodostumana, josta media, eli tuotantorakenteet, ammentaa sisältöä ja käsityksiä. Sosiaalista mediaa voidaan nähdäkseni pitää myös omana tuotantorakenteenaan, koska se Hallin määritelmän mukaisesti ammentaa aiheita ja informaatiota monista eri lähteistä. Hall tuo esiin myös sen, kuinka yleisön rooli ei rajoitu vastaanottajaan, ja tässä tutkimuksessa laajennan yleisön mahdollisten roolien kirjoa aina sisäänkoodaukseen asti.

Hall puhuu (emt. 143) denotaatiosta ja konnotaatiosta, eli yksinkertaistettuna ilmimerkityksistä ja piilomerkityksistä, jotka eivät kuitenkaan ole tutkielmani kannalta olennaisia. Sen sijaan hallitsevan merkityksen ajatus luotaa tapahtumien merkityksellistämisen prosessia, joka koostuu 'työstä', jota vaaditaan uloskoodaukseen hallitsevien määritelmien rajoissa: tällaisen uloskoodauksen voimaan saattamiseksi ja oikeuttamiseksi. Merkityksellistämiskäytännöt järjestävät uudelleen, rajoittavat ja määrittävät etukäteen sitä, mihin ”yksilön koko ympäristöä koskevaan tietoisuuteen” nämä merkit järjestetään. (Emt.)

Hall puhuu väärinkäsittämisestä ja siitä, kuinka toimittajia askarruttaa se, ettei yleisö ole toiminut hallitsevan tai etusijalle asettuvan koodin rajoissa. Hän väittää, että sisäänkoodaus voi yrittää asettaa itsensä etusijalle, muttei voi ennalta määrätä tai taata uloskoodausta, koska sisään- ja uloskoodauksen välillä ei ole välitöntä vastaavuutta. Valtaosassa tapauksista koodausmomenttien täytyy kuitenkin vastata ”jonkinasteisesti” toisiaan, jotta voitaisiin puhua tehokkaasta viestinnällisestä vaihdosta. Hall kutsuu tätä ”ei-välttämättömäksi vastaavuudeksi”. (Emt. 144-145) Koodit joko siirtävät täydellisesti tai puutteellisesti siirtoon pannun tai katkovat tai vääristävät sitä säännönmukaisesti (emt. 137).

Hall identifioi kolme hypoteettista asemaa, joista käsin uloskoodaukset voidaan rakentaa (emt. 145-148). Oman analyysini keskittyy Hallin merkitysten kierron ajatukseen, mutta merkitysprosessien vuorovaikutusulottuvuuden kannalta uloskoodausasemat kannattaa silti käydä läpi. Ensimmäinen näistä on hallitseva eli hegemoninen asema, jossa yleisö koodaa sanoman ulos sitä viitekoodia käyttäen, jolla se on sisäänkoodattu. Hegemonisen aseman sisällä on ammatillinen koodi, jossa ammattitoimittajat koodaavat sisään jo hegemonisesti merkityksellistettyä sanomaa. Hallin mukaan ammatillinen koodi uusintaa hallitsevia määrittelyjä peittämällä niiden hegemonisen luonteen. (emt. 145)

Toinen hypoteettinen asema voidaan nimetä neuvottelevaksi koodiksi. Se on sekoitus sopeutuvista ja vastustavista aineksista. Neuvottelevassa asemassa tapahtumien hallitsevat määrittelyt saavat etuoikeutetun aseman, mutta se varaa silti oikeuden neuvotella sovellutuksista silloin, kun kyse on paikallisemmista, ryhmäkohtaisemmista asemista. Nämä koodit toimivat osittaisesti ja tilannekohtaisesti. (emt. 146-147) Kolmannessa asemassa yleisö koodaa sanoman ulos kokonaan vastakkaisella tavalla, vaikka tunnistaisikin diskurssin kirjaimellisen ja konnotatiivisen jäsenyyksen. Tässä yleisö nojaa Hallin sanoin vastustavaan koodiin, eli ”merkityksenannon politiikka – taistelu diskurssista – kytkeytyy mukaan prosessiin”. (emt. 147-148)

## 6. Tutkimuskysymykset ja aineisto

Tutkin tässä pro gradu –tutkielmassa niitä erilaisia rooleja, joita yleisö saa yhdessä digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa. Etsin näitä rooleja analysoimalla käsitelähtöisesti tutkimustapauksestani ”Minäkin olen Lenni” tehtyjä verkkojuttuja. Yleisön toiminnan vaikutuksia etenkin informaation kiertoon ja median uutistuotantoon on tutkittu vielä varsin vähän sosiaalisen median aikakaudella, vaikka muuten yleisö on ollut laajan kiinnostuksen kohteena muuttuneessa viestintäympäristössä. Tutkielmani tavoite onkin avata verkossa toimivan yleisön mysteeriä juuri sirkulaation kontekstissa. Tapaustutkimukseni metodologisina lähtökohtina toimivat Mieke Balin (2002) käsitteellistämisen ajatus ja Stuart Hallin (1992) sisäänkoodauksen ja uloskoodauksen viestintämallin käsitys merkitysten kierrosta digitaalisen julkisuuden kontekstissa.

Digitaalisessa julkisuudessa agenda-setting-valta, eli kyky vaikuttaa siihen, mistä ihmiset keskustelevat, ei näytä olevan enää perinteisen median yksinoikeus. Vaikuttaakin siltä, että kehittyneen verkkoteknologian ansiosta yleisöllä on yhä enemmän osaa informaation ja uutisten sirkulaatiossa sekä julkisen keskustelun sisällön määrittelyssä. Tutkimukseni tavoite on tarkastella digitaalisen julkisuuden yleisön suhdetta perinteiseen mediaan ja luoda näin käsitys digitaalisen ajan yleisön uudenlaisista ja moninaisista rooleista, joissa yleisö pääsee eri tavoin osaksi uutistuotantoa ja –kiertoa. Tutkielmani lähtöoletus on, että yleisön ja uutisoinnin välille syntyy erityinen yhteys juuri sirkulaatioprosessissa, eli viestien kiertäessä sekä yleisön että mediatoimijoiden hallitsemien alustojen välillä.

Ymmärrän tässä tutkielmassa yleisön paitsi viestin vastaanottajaksi, myös aktiiviseksi digitaalisen julkisuuden toimijaksi. Analyysini kohdistuu sekä verkkojuttujen oletettuihin yleisöihin, joille jutut on osoitettu, että sosiaalisessa mediassa toimiviin ’käyttäjiin’, joille aineiston jutut antavat merkityksiä Stuart Hallia mukailen sekä sisäänkoodaamalla verkkojuttuja että uloskoodaamalla yleisön itse tuottamia viestejä. Tutkielmani yleisökäsitys muodostuu digitaalisessa julkisuudessa, ja käyttämäni kattokäsitteeseen ’yleisö’ sisältyy niin perinteinen viestejä vastaanottava yleisö, verkon viestintäalustoilla toimivat käyttäjät kuin aktiivisesti keskustelevan ’julkison’ ajatuskin.

Tässä tutkielmassa käytössä oleva käsite ’yleisö’ siis kattaa ihmisten erilaiset mahdolliset toimintatavat verkossa suhteessa toisiinsa, mediasisältöön ja mediatoimijoihin. Käytän

kattokäsitettä 'yleisö', koska olemassa olevat yleisökäsitteet painottavat nähdäkseni vain tiettyjä puolia verkkoyhteisön toiminnassa. Termi 'käyttäjä' sitoisi analyysia liikaa sosiaaliseen mediaan ja teknologiaan, kun 'julkison' käsite rajoittaisi huomion aktiiviseen keskusteluun ja osallistumiseen, mikä ei palvelisi tapaustutkimukseni laajempaa sirkuulaation kontekstia. Puhun 'yleisönä' niistä aineistosta luettavissa olevista ei-ammattimaisista toimijoista, jotka saavat aineistoni verkkojutuissa merkityksiä. Kun analyysini kohdistuu yleisölle annettuihin merkityksiin verkkojutuissa, en määrittele yleisöä vaan sen toimintaa. En siis tutki yleisöä, vaan sille mediassa annettuja merkityksiä.

Tutkielmani osallistuu käynnissä olevaan keskusteluun siitä, kuinka yleisön toiminta suhteessa valtavirtamediaan on muuttunut ja muuttuu digiajalla. Etenkin sosiaalinen media näyttää vaikuttavan enenevässä määrin mediassa kiertävien uutisten ja mediailmiöiden syntyyn. Mielenkiintoista on etenkin se, miten yleisön kasvava riippumattomuus valtavirtamediasta saattaa vaikuttaa uutisten aiheisiin ja julkiseen keskusteluun. Sirkulaatio linkittyy yleisön huomioon ja sosiaaliseen mediaan etenkin siinä, miten yleisö vaikuttaa viestien kiertoon verkossa sekä sosiaalisessa mediassa että perinteisessä mediassa. Nykyajan verkkouutistuotanto eskaloituu juuri tässä viestien kierrätyksessä. Lähtöoletukseni on, että mitä useampi puhuu aiheesta sosiaalisessa mediassa, eli mitä enemmän informaatio sirkuloi, sitä enemmän perinteinen media voi kierrättää tarinaa ja jatkaa sen lypsämistä. Vaikuttaa siltä, että erityisesti tunteita herättäviä uutisia jaetaan, kommentoidaan ja kierrätetään edelleen verkossa. Oletan, että yleisön toiminta voi siis olla itsessään uutiskriteeri, ja yleisö vaikuttaa yhä enemmän mediailmiöiden syntyyn ja kierrätykseen sekä julkisen agendan määrittelyyn.

## **6.1. Tutkimuskysymykset**

Tutkimuskysymykseni kohdistuvat aineistoon, eli tutkimustapaustani käsitteleviin verkkojuttuihin, joiden käsitelähtöisellä analyysillä pyrin valottamaan yleisön rooleja "Minäkin olen Lenni" -tapauksen sirkuulaatioprosessissa. Analyysini etenee käsitevetoisesti, ja sitä ohjaa ennen kaikkea sirkuulaation käsite. Käsitteet ohjaavat myös tutkimuskysymysten muotoutumista ja lopulta niihin vastaamista. Lähestyn tutkimustapausta kolmen käsitteen ja käsiteparin kautta. Näitä ovat sirkuulaatio, uutiskriteeri ja agenda-setting sekä affekti. Analyysin toisessa vaiheessa ja toisessa tutkimuskysymyksessä on mukana kaksi käsitettä, agenda-setting ja uutiskriteeri, niiden limittäisten merkitystasojen vuoksi.

Etsin aineiston käsitteellisellä analyysillä yleisön rooleja tutkimustapaukseni sirkulaatioprosessissa, jolloin pyrin vastaamaan tutkielmassani seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Mitä sirkulaation käsite kertoo yleisön rooleista ”Minäkin olen Lenni” -tapauksen sirkulaatioprosessissa?
2. Millaisina yleisön roolit näyttäytyvät aineistossa uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden valossa?
3. Millaisia merkityksiä yleisön toiminta saa verkkojutuissa affektin käsitteen kautta?

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni nojaa Minäkin olen Lenni –tapauksen kiertoon ja rakenteeseen. Etsin vastausta siihen tarkastelemalla sitä, miten yleisön toiminta merkityksellistyy sirkulaation käsitteen kautta kierron eri vaiheissa. Toinen tutkimuskysymykseni sukeltaa syvemmälle verkkoteksteihin, kun tarkastelen yleisön toimintaa verkkojutuissa uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden näkökulmasta. Kolmas tutkimuskysymys keskittyy affektin käsitteen kautta yleisön toiminnalle ja tunnereaktioille annettuihin merkityksiin verkkoteksteissä.

Tutkimuskysymykset muodostavat käsitteiden kautta tapaustutkimuksen analyysin rakenteen ja sen alaluvut kappaleessa seitsemän. Analyysi perustuu Mieke Balin (2002) ajatukseen käsitteellistämisestä, eli käsitteistä analyysin työvälineinä. Käsitelähtöinen analyysi mukailee Stuart Hallin (1992) sisään- ja uloskoodauksen joukkoviestintämallin ajatusta merkitysten kierrosta digitaalisen julkisuuden kontekstissa. Oletan Halliin nojaten, että verkon uutisteksteistä on luettavissa sisäänkoodattuja, kiertäviä yleisön merkityksellistämisiä, minkä perusteella teksteistä on analyysin avulla tulkittavissa yleisön rooleja digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa.

## **6.2. Aineisto**

Tapaustutkimukseni aineistoon kuuluu 18 verkkojuttua viidestä eri verkkomediasta. Valitsin lähteiksi kaksi iltapäivälehteä, julkisen yleisradioyhtiön ja kaksi Suomen suurimmista mediatoimijoista. Nämä ovat Iltalehti, Ilta-Sanomat, Yleisradio, Helsingin Sanomat ja MTV. Perustelen tätä sillä, että näin sirkulaatioprosessi saadaan analysoitua mahdollisimman kattavasti ja puolueettomasti, kun mukana on juttuja eri mediataloilta. Ilta-Sanomat ja Helsingin Sanomat

kuuluvat samaan konserniin, mutta niiden painotuserot saattavat tuoda esiin sellaisia piirteitä yleisön rooleista, jotka muuten jäisivät piiloon.

Aineiston jutut valikoituivat sen perusteella, että niissä mainittiin ”Minäkin olen Lenni” -tapaus joko alkuperäiseen äidin päivitykseen tai Facebook-tapahtumaan viittaamalla jossain muodossa otsikossa, ingressissä tai leipätekstissä. Valitsin aineiston lähteeksi juuri verkkomedian juttujen saatavuuden ja sirkulaatioprosessin kontekstin perusteella. Aineiston jutut sijoittuvat hieman yli viikon ajalle, kun ensimmäinen julkaistiin kesäkuun ensimmäinen päivä (Yle 1.6.2015/1) ja viimeinen kahdeksan päivää myöhemmin (MTV 8.6.2015). Analyysini keskittyy etenkin verkkojuttujen otsikkoihin, ingresseihin ja kärkiin.

Aineistoon kuuluu pääosin uutisjuttuja, joissa käsitellään alkuperäisen Facebook-päivityksen saamaa huomiota ja sen aikaansaamaa Facebook-tapahtumaa sekä sosiaaliseen mediaan ladattujen mekkokuvien tulvaa. Joissain jutuissa uutisoidaan ainoastaan päivityksestä itsestään ilman huomion kontekstia (IL 1.6.2015), kun useimmissa jutuissa keskiössä on juuri huomion volyymi (esim. MTV 1.6.2015, IS 1.6.2015, HS 7.6.2015). Huomio korostuu myös Lennin tueksi perustetusta Facebook-tapahtumasta kertovissa uutisissa. Pitää huomata, vaikka sillä ei ole analyysin kannalta merkitystä, että MTV:n jutussa (3.6.2015) puhutaan virheellisesti Facebook-ryhmästä eikä -tapahtumasta.

Lennin tapauksen sirkulaation taustalla olevaa ilmiötä, eli lasten sukupuolirooleja ja -odotuksia käsitellään kahdessa jutussa. Toisessa aiheesta haastatellaan kuusivuotista lasta ja lasten kanssa työskentelevää valmennuspäällikköä (Yle 1.6.2015/2), eikä itse tapausta mainita kuin ingressissä viittaamalla ”Lennin tapaukseen”, eli yleisön oletetaan seuranneen casea. Toisessa jutussa ilmiöön mennään syvemmälle (HS 3.6.2015) haastatteleamalla asiantuntijoita, eli perheterapeuttia ja lastenpsykiatria, itse tapauksen jäädessä taustalle. Poikkeuksena uutisjutuista mukana on Rakel Liekin kolumni (Yle 8.6.2015/2), jossa hän käsittelee Lennin tapausta juuri sen leviämisen ja etenkin yleisön toiminnan kannalta.

Keräsin aineiston hakemalla ”Minäkin olen Lenni” -hakufraasia eri suomalaisten medioiden verkkosivujen kohdennetuista hauista, ja valitsin eniten osumia tuottaneet mediat mukaan. Yleisradio oli lähteistä ainoa, jossa mukaan tuloksiin tuli kolumni (Yle 8.6.2015/2). Mielestäni sen ottaminen mukaan aineistoon on perusteltua, koska se valikoitui aineistoon saman hakuprosessin kautta kuin uutisjutut ja liittyy olennaisesti sirkulaatioprosessiin aiheensa puolesta. Liekin kolumni vetää yhteen sirkulaatioprosessin suuren kaaren ja valottaa etenkin yleisön roolia tavalla, joka

kertoo nähdäkseni jotain olennaista yleisön rooleista juuri tässä prosessissa. Kolumnin lopussa viitataan myös Yle Kioskin tv-lähetykseen, jossa käsiteltiin some-ilmioita, eli se todistaa myös tästä näkökulmasta sirkulaation laajuuden.

Uutismedioiden verkkojuttujen lisäksi aineistossa ovat viitteellisesti mukana Lennin äidin alkuperäinen Facebook-päivitys (31.5.2015) ja Lennin tueksi perustettu Facebook-tapahtuma ”Minäkin olen Lenni – Pukeudun vaaleanpunaiseen, kimallukseen tai mekkoon”. Käytän näitä aineistoja siis vain viitteenä yleisön vaikutuksesta kyseiseen sirkulaatioprosessiin ja siinä sirkuloivaan informaatioon. Itse analyysissä keskityn aineistoni verkkojuttuihin, joista suurimmassa osassa korostuu juuri yleisön tuottama sisältö, etenkin Facebook-päivitys ja -tapahtuma.



## 7. Yleisön roolit ”Minäkin olen Lenni” –tapauksen sirkulaatiossa

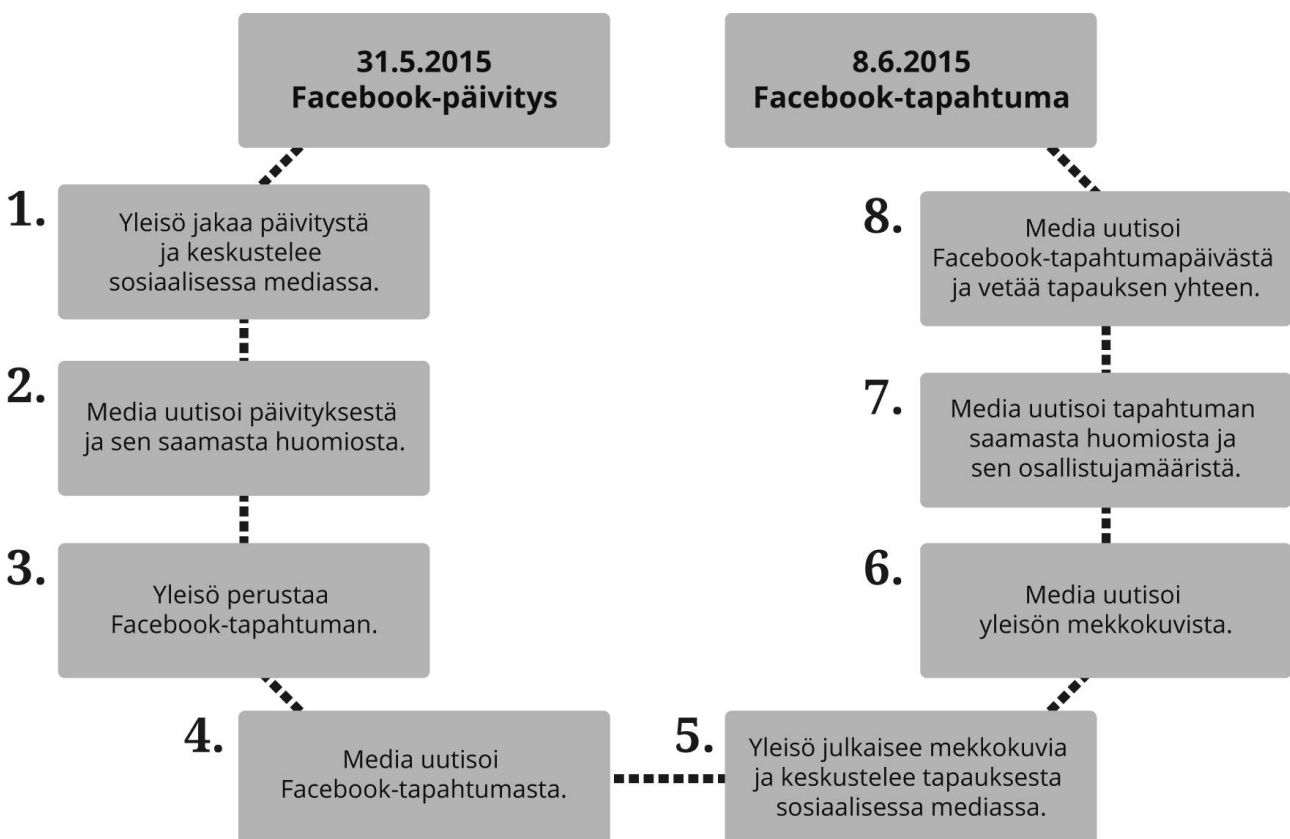
Vuoden 2015 toukokuun lopussa 4-vuotiaan Lennin äiti Mari Niinikoski julkaisi Facebook-päivityksen poikansa mieltymyksestä vaaleanpunaiseen ja kimallukseen. Hän kirjoitti siitä, kuinka aikuiset ivasivat nukeista pitävää poikaa ja naureskelivat sille, että poika pukeutui kuin tyttö. Tunteita herättänyt päivitys on kerännyt tähän mennessä yli 15 000 jakoa. Lähes 14 000 ihmistä osallistui Facebookissa *Minäkin olen Lenni - Pukeudun vaaleanpunaiseen, kimallukseen tai mekkoon* -nimiseen tapahtumaan, joka perustettiin reilu viikko Lennin äidin statuksen jälkeen. Lennin tarina ja sen aikaansaama toiminta sirkuloivat sosiaalisen median lisäksi monella eri alustalla, kun tapaukseen tarttuivat suuret suomalaiset mediat aina Helsingin Sanomista Yleisradioon ja iltapäivälehtiin.

Sirkulaatioprosessi kesti reilun viikon aina alkuperäisestä päivityksestä Facebook-tapahtuman tapahtumapäivään 8. kesäkuuta 2015 asti. Tämän ajanjakson aikana tapauksesta uutisoitiin verkkomediaissa ja yleisön keskustelu, sosiaalinen kuratointi ja sisällöntuotanto sosiaalisessa mediassa olivat kiivaimmillaan. Yleisö kommentoi niin Lennin äidin Facebook-päivitystä kuin median aiheesta tekemiä verkkojuttujakin ja julkaisi omilla sosiaalisen median tileillään kuvia itsestään mekoissa Lennin tueksi, minkä sai aikaan etenkin Lennin tueksi perustettu Facebook-tapahtuma. Keskustelua käytiin myös mikroblogipalvelu Twitterissä erilaisilla hashtagilla, kuten #mekkohaaste ja #olenlenni, ja aiheesta kirjoitettiin henkilökohtaisissa blogeissa. Kiusatun Lenni-pojan tarina on malliesimerkki digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessista, koska se liikkuu sekä sosiaalisen median sisällä että sosiaalisesta mediasta valtamediaan ja takaisin.

Vastaan tässä kappaleessa kysymykseen siitä, millaisia rooleja yleisöllä on sirkulaation eri vaiheissa, kun tarina kehittyy ja siirtyy välineestä toiseen. Analysoin näitä rooleja Minäkin olen Lenni –tapauksesta tehtyjen verkkouutisten aiheiden, otsikoiden ja kärkien pohjalta käsitelähtöisesti. Ensin tarkastelen yleisön rooleja sirkulaation käsitteen kautta. Toiseksi vastaan kysymykseen siitä, miten yleisö ja sen toiminta merkityksellistyvät verkkouutuissa uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden valossa. Kolmanneksi tartun kysymykseen siitä, kuinka yleisöä ja sen toimintaa merkityksellistetään affektin käsitteen näkökulmasta. Perustan analyysini ajatukseen siitä, että Stuart Hallin sisäänkoodauksen ja uloskoodauksen menetelmää mukailen mediateksteihin on

sisäänkoodattuna niiden oletetut yleisöt, minkä perusteella verkkouutisista on luettavissa digitaalisen julkisuuden yleisön erilaisia rooleja sirkulaation kontekstissa.

Yleisön roolien analysoinnin pohjaksi on hyvä ensin tuoda esiin tutkimustapauksen sirkulaatioprosessin eri vaiheet, joita on karkeasti eriteltynä kahdeksan. Havainnollistan sirkulaation vaiheita oheisella kaaviolla (Kuva 2). Minäkin olen Lenni –casen koko tarina alkaa yleisön tuottamasta sisällöstä. Mari Niinikoski julkaisi 31.5. Facebook-sivuillaan päivityksen, jossa hän kertoi tunteisiin vetoavasti vaaleanpunaisesta ja mekoista pitävän 4-vuotiaan poikansa kokemasta syrjinnästä ja kiusaamisesta. Sirkulaatio lähti liikkeelle, kun sosiaalisen median muut käyttäjät alkoivat jakaa päivitystä Facebookissa. Seuraavana päivänä päivitystä oli jaettu ”kello 16.30:een mennessä jo lähes 500 kertaa” (MTV 1.6.2015). Vain muutamaa tuntia myöhemmin jakokertoja oli jo yli 8000 (IS 1.6.2015), eli päivitys levisi yleisön sisällä huimaa vauhtia.



Kuva 2. ”Minäkin olen Lenni” –tapauksen sirkulaatioprosessi

Sirkulaatio levisi perinteiseen mediaan, kun Yleisradio (Yle 1.6.2015/1) tarttui verkkosivuillaan päivityksen leviämiseen ensimmäisenä jo kello 11 aamupäivällä, ennen kuin sirkulaation laajuus yleisön keskuudessa oli saavuttanut suurta mittakaavaa. Kutsun tätä Lennin tapauksessa sirkulaation

toiseksi vaiheeksi, jossa Lennin tarina levisi perinteiseen mediaan. Tässä vaiheessa mediateksteissä käsiteltiin Niinikosken päivityksen sisältöä ja sen leviämistä sekä sen herättämiä tunteita yleisössä. Lopulta tarina, ja sen sirkulaation, kasvoi, kun Iltalehti kirjoitti (IL 2.6.2015) lukijoilta pyytämistään kannustusviesteistä Lennin äidille ja Helsingin Sanomat (HS 3.6.2015) laajensi tarinaa analysoimalla lasten sukupuolirooleja ja –odotuksia.

Kolmannessa vaiheessa tarina palautui yleisölle, sosiaaliseen mediaan, kun Timo Santala perusti Facebookiin tapahtuman Lennin tueksi. Vaikka tapahtumapäiväksi laitettiin 8.6.2015, jo tapahtuman perustaminen sai yleisön toimimaan, eli ilmoittamaan osallistumisestaan tapahtumaan painamalla ”osallistun”-nappia tapahtumasivulla. Heti perään tuli siis sirkulaation neljäs vaihe, kun media uutisoi tapahtumasta (MTV 3.6.2015). Tapahtuma kuitenkin jäi verkkouutisten aiheissa syrjään, kun sirkulaation viides vaihe alkoi yleisön Lennin tueksi sosiaalisessa mediassa julkaisemien mekkokuvien muodossa. Näistä kuvista ensimmäisenä huomiota sai Juho Pylvänäisen Facebookissa ja Twitterissä julkaisema mekkokuva, josta uutisoitiin ensin itsenäisesti (IS 5.6.2015/1, IL 5.6.2015) ja lopulta osana suurempaa mekkokuvien tulvaa ( Yle 5.6. 2015). Pidän mekkokuvista uutisointia sirkulaation kuudentena vaiheena, kun tarina ja yleisön sen pohjalta luomat sisällöt kiersivät jälleen perinteiseen mediaan.

Seitsemännessä sirkulaatioprosessin vaiheessa verkkomediat kirjoittivat (IS 5.6.2015/2, HS 7.6.2015) Lennin tueksi perustetun Facebook-tapahtuman osallistujamääristä, eli yleisön toiminta sosiaalisen median alustalla jatkoi sirkuloimista valtamediassa. Samalla yleisön julkaisemat mekkokuvat pysyivät mukana sirkulaatiossa (MTV 7.6.2015). Sirkulaatioprosessi loppui Facebook-tapahtuman päivään 8.6.2015, hieman yli viikko alkuperäisen Mari Niinikosken Facebook-päivityksen jälkeen. Kahdeksannessa, ja viimeisessä, vaiheessa itse Facebook-tapahtumasta uutisoitiin (HS 8.6.2015, Yle 8.6.2015/1) ja lopulta ilmiö vedettiin yhteen raportoimalla erilaisista osallistumistavoista (MTV 8.6.2015) ja vetämällä yhteen koko sosiaalisen median Lenni-ilmiö (Yle 8.6.2015/2).

Edellä olen eritellyt Lennin tarinan sirkulaatioprosessin vaiheita sen perusteella, kuinka aineistosta on luettavissa informaation kierto sosiaalisen median ja perinteisen median verkkosivustojen välillä, eli yleisöstä mediaan ja takaisin. Tulee kuitenkin huomata, että koko sirkulaatioprosessin ajan tapahtui kiertoa pienemmässä mittakaavassa, kun yleisö jakoi median verkkojuttuja sosiaalisessa mediassa, eli toimi sosiaalisena kuratoijana. Juttujen jakomäärät vaihtelevat aina muutamista sadoista (HS 3.6.2015) ja tuhansista (IS 5.6.2015) jakokerroista yli kymmeneen tuhanteen (Yle

1.6.2015/1) asti. Keskityn kuitenkin analyysissä aineistoni verkkojuttujen teksteihin, eli niiden aiheisiin, kärkeihin ja otsikoihin, joten sekä sirkulaatioprosessin vaiheiden että yleisön roolien määrittelyssä yksittäisten juttujen jakokerrat (ja kommentit) ovat sivuosassa. Runsaat jakomäärät kertovat kuitenkin osaltaan tapauksen kiinnostavuudesta ja sirkulaation volyyymistä sekä yleisön roolista sosiaalisena kuratoijana, joten niitä ei voi jättää kokonaan huomiotta.

## **7.1. Sirkulaation kertomus yleisön toiminnasta**

Sirkulaation liike näkyy edellä tekemässäni Minäkin olen Lenni –tapauksen sirkulaatioprosessin vaiheiden erittelyssä. Aineiston verkkojuttujen aiheiden, otsikoiden ja kärkien perusteella yleisölle annetaan monia erilaisia merkityksiä tapauksen sirkulaation edetessä ja voimistuessa. Tarina leviää valtamediaan, ja on luettavissa aineiston verkkojutuista, erittelyni toisessa vaiheessa, kun Facebook-päivitys on ensin saanut huomiota yleisön keskuudessa sosiaalisessa mediassa. Lennin tarinan kertova alkuperäinen sisältö, eli Facebook-päivitys, sirkuloi itsessään eri verkkomedioissa, minkä jälkeen tarina laajenee päivityksen saamaan huomioon sosiaalisessa mediassa, sen aikaansaamaan liikehdintään ja toimintaan yleisössä sekä ilmiön käsittelyn tasolle. Tämä kaikki tapahtuu erittelyni mukaan yhdessä sirkulaation vaiheessa, eli muutamassa päivässä.

Valtamedian tarttuminen tapaukseen kasvattaa tarinaa ja merkityksellistää lopulta ilmiön keskusteluksi lasten sukupuolirooleista jo järjestyksessään toisessa aihetta käsittelevässä aineiston verkkojutussa (IL 1.6.2015). Lennin tarina siis sirkuloi aluksi yleisön hallitsemissa sosiaalisessa mediassa, mikä johtaa lopulta sirkulaatioon perinteisessä mediassa ja Lenni-ilmiön syntyyn. Sirkulaatio liittyy ilmiön synnyn ja kierron lisäksi myös yleisön rooleihin tapauksessa. Tarkastelen tässä alaluvussa ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni nojaten sitä, miten yleisön toiminta merkityksellisestään aineistossa sirkulaation käsitteen kontekstissa.

Yleisön toiminta sirkulaatiossa näkyy ensinnäkin siinä, millä tavalla tapausta käsitellään aineistoni verkkojutuissa, eli mikä niiden aihe on laajemmassa mielessä. Sirkulaatioprosessin alussa uutiset käsittelevät pääosin Niinikosken päivitystä (Yle 1.6.2015/1, MTV 1.6.2015, IS 1.6.2015), mutta kahdessa jutussa mennään jo syvemmälle ilmiöön. Iltalehden ensimmäinen juttu tapauksesta (IL 1.6.2015) käsittelee laajemmin lasten sukupuolirooleja. Uutinen kutsuu lukijoita kertomaan omista kokemuksistaan lasten kohtaamista sukupuolittuneista odotuksista tai paineista. Jutun otsikossa ja ingressissä kerrotaan, kuinka äiti kirjoitti kannanoton sukupuolirooleista. Sosiaalinen media

mainitaan kuitenkin vasta leipätekstin kolmannessa kappaleessa, kun jutun kärki keskittyy sukupuolirooleihin. Iltalehti on ensimmäinen media, joka käsittelee tapausta yhteiskunnallisen ilmiön kautta heti sirkulaatioprosessin alkuvaiheessa.

Yleisön toiminta merkityksellistyykin jo sirkulaatioprosessin alkumetreillä myös laajemman yhteiskunnallisen ilmiön kontekstissa. Toinen sirkulaation alkuvaiheen juttu, joka menee päivityksestä raportoimista syvemmälle, on Yleisradion jatkojuttu (Yle 1.6.2015/2), jossa lasten sukupuolirooleista haastatellaan 6-vuotiasta poikaa ja lasten urheilun parissa työskentelevää valmennuspäällikköä. Jutun aiheessa on huomionarvoista se, että yleisön oletetaan tunnevan tapaus, josta haastateltavilta kysytään kommenttia. Toki jutun kärjessä mainitaan, kuinka ”Kioskin juttu nelivuotiaan Lennin äidin koskettavasta Facebook-päivityksestä on herättänyt laajaa huomiota”, ja päivityksen sisältö tiivistetään lauseella, mutta muuten juttu käsittelee ilmiötä laajemmin ja unohtaa sosiaalisen median aspektin.

Lasten sukupuolirooleja laajempina yhteiskunnallisena ilmiönä käsitteleviä juttuja on kuitenkin aineistossa selvä vähemmistö. Helsingin Sanomien ensimmäinen juttu tapauksesta (HS 3.6.2015) tuo ainoana aineistossa esiin asiantuntijoiden mielipiteet aiheeseen, ja käsittelee ilmiötä muutenkin kokonaisvaltaisemmin kuin muut jutut. Tämäkin juttu alkaa Facebook-päivityksen ja sen saaman huomion tiivistyksellä, mutta jutun aihe on selvästi laajemmin lasten sukupuoliroolit yhteiskunnassa. Sirkulaatioprosessista määrittelemäni toinen vaihe, jossa yleisön tuottama sisältö ja yleisön reaktiot siihen nousevat valtamediaan, merkityksellistää yleisön puheenaiheen tuottajaksi ja ilmiöstä keskustelijaksi sirkulaatioon osallistumisen kautta. Helsingin Sanomien jutussa yleisön toiminta jää taka-alalle, mutta jutuissa mainitaan kuitenkin uutisoinnin ja ilmiön käsittelyn taustaksi yleisön toiminta sosiaalisessa mediassa ja yleisön tuottama sisältö. Yleisö kulkee mukana jutussa sosiaalisen median esiintuomisen kautta, vaikka se ei pääsekään itsessään uutisen kärkeen asti.

Vielä sirkulaatioprosessin keskivaiheilla, laajemmin sosiaalisen median mekkokuvista uutisoitaessa, Yleisradio (Yle 5.6.2015) muistaa kertoa, että mekkokuvien ”Ideana on kritisoida sukupuoli- ja pukeutumismormeja sekä kiusaamista”. Laajempi ilmiö jää kuitenkin sirkulaatioprosessin edetessä taka-alalle, kun yleisön reaktiot ja toiminta nousevat jutuissa keskiöön. Jutuissa käsitellään yhteiskunnallisen ilmiön sijasta sosiaalisen median ilmiötä, eli Lennin tarinan sirkulaatiota ja siihen liittyvää yleisön aktiivista toimintaa verkossa.

### 7.1.1. Sirkulaatio yleisön sisällä

Yleisön sisällä tapahtuva sirkulaatio nousee esiin lähes jokaisessa uutisessa. Sirkulaatioprosessin alussa esimerkiksi Yleisradion verkkojutuissa viitataan alkuperäisen Facebook-päivityksen ”leviämiseen” (Yle 1.6.2015/1) ja myöhemmin siihen, kuinka saman median edellinen, ensimmäisenä tapaukseen tarttunut juttu on herättänyt yleisön keskuudessa ”laajaa huomiota” (Yle 1.6.2015/2). Yleisön toiminta nousee keskiöön myös silloin, kun juttujen kärkeen nousee Facebook-päivityksen jakokertojen määrä (MTV 1.6.2015, IS 1.6.2015, ym.) Yleisön rooli sosiaalisena kuratoijana, eli sisällön jakajana ja suosittelijana, nousee siis uutisoinnin keskiöön jo tapauksen sirkulaation alkuvaiheessa. Sosiaalinen kuratointi liittyy tapauksessa tiiviisti sirkulaatioon, eli tarinan ja sen innoittamien yleisön tuottamien sisältöjen leviämiseen yleisön keskuudessa. Tämä rooli pysyy juttujen merkitystasolla mukana läpi sirkulaatioprosessin, kun sisältöjen sirkulointi yleisön sisällä, eli esimerkiksi alkuperäisen päivityksen ja mekkokuvien leviäminen, tuodaan toistuvasti esiin.

Facebook-tapahtuman perustaminen on erittelyni mukaan Lennin tapauksen sirkulaatioprosessin kolmas vaihe, ja neljäs vaihe on tapahtumasta uutisoiminen. Kolmas vaihe tapahtuu siis yleisön sisällä, kun alkuperäinen päivitys ja siitä uutisointi on sirkuloinut yleisön keskuuteen ja saanut aikaan konkreettista toimintaa tapahtuman perustamisen ja siihen osallistumisen muodossa. Kolmas vaihe on luettavissa neljännen vaiheen verkkojutusta (MTV 3.6.2015), kun MTV ainoana aineistoni mediana tarttuu tapahtumaan ennen yleisön sosiaaliseen mediaan tuottamien mekkokuvien aaltoa. Vasta kaksi päivää myöhemmin casen sirkulaatio mediassa kiihtyy, kun tapahtuma on tuottanut sirkulaatiota yleisön keskuudessa mekkokuvien muodossa, mitä nimitän erittelyssäni vaiheeksi viisi. Kuudennessa sirkulaation vaiheessa verkkojutut käsittelevät Facebook-tapahtumaa mekkokuvien yhteydessä (Yle 5.6.2015) tai jättävät sen huomiotta nostamalla jutun aiheeksi yksittäisen yleisön edustajan, Juho Pylvänäisen, mekkokuvan (IS 5.6.2015/1 ja IL 5.6.2015).

Yleisön osallisuus sirkulaatioon näkyy jutuista luettavissa olevista syy-seuraussuhteista. Facebook-tapahtuma on uutistekstien mukaan suoraa seurausta alkuperäisestä päivityksestä juuri sirkulaation kontekstissa. MTV:n (3.6.2015) jutussa kerrotaan, että juuri äidin kirjoitus Lenni-pojasta on ”kirvoittanut” tapahtuman Facebookiin. Tapahtumasta uutisoitaessa alkuperäinen Facebook-päivitys ja sen aikaansaama liikehdintä sosiaalisessa mediassa kerrataan useaan otteeseen (IS 5.6.2015, IL 5.6.2015/1 ym.) Jutuissa toistuu kerta toisensa jälkeen alkuperäisen päivityksen jakokerrat, jotka kasvavat sirkulaatioprosessin edetessä, ja sirkulaation edetessä myös Facebook-

tapahtumasta uutisoitaessa tuodaan esiin osallistujamäärät aina jutun otsikkoa myöten (IS 5.6.2015/2 ja HS 7.6.2015).

Leviämisestä puhutaan kuvista raportoinnin aloittaneen Juho Pylvänäisen mekkokuvan yhteydessä (IS 5.6.2015/1), ja mekkoon pukeutumisen pontimena oli Lennin äidin Facebook-päivitys. Sirkulaation liike näkyy verkkojutuissa siis paitsi alkuperäisestä päivityksestä Facebook-tapahtumaan, myös päivityksistä mekkokuvien tuottamiseen. Sirkulaatioprosessin edetessä yleisö saa merkityksiä vaikuttamisen kautta, kun Pylvänäisen kerrotaan pukeutuneen mekkoon ”tukeakseen kiusattua Lenniä” (IL 5.6.2015). Mekkokuvan julkaisun motivaatio on löytynyt siis Lennin äidin Facebook-päivityksestä.

Sirkulaatioprosessi tulee esiin myös Yleisradion (Yle 5.6.2015) uutisoidessa miesten mekkokuvista sosiaalisessa mediassa. Jutun ingressissä kerrotaan, että ”Lennin tapaus innoitti miehet julkaisemaan mekkokuvia.” Jutun leipätekstin kärjessä syy-seuraussuhde tulee esiin, kun ”tuhansia osallistujia keränneen” Facebook-tapahtuman ja Juho Pylvänäisen heittämän ”mekkohaasteen” käynnistäjäksi nimetään juuri ”Lenni-pojan nimittely ja homottelu”. Casen sirkulaation alkupiste pysyy siis tapauksen koko sirkulaatioprosessin ajan mukana jutuissa, kun Lennin äidin Facebook-päivityksen vaikutus yleisön toimintaan ja sosiaalisen median sisällöntuotantoon tuodaan esiin.

Sirkulaatioprosessin edetessä Ilta-Sanomat kertoo verkkojuttunsa ingressissä Lenni-pojan saaneen ”aikaan ilmiön” sekä tempauksen, jossa ”kaikkia kehotetaan pukeutumaan pinkkiin (IS 5.6.2015/2). Leipätekstin kärjessä sosiaalisen median ilmiön aikaansaajaksi tarkennetaan äidin Facebook-päivitys Lennistä. Tämä on ensimmäinen juttu, jossa Lennin tarinan aikaansaamaa liikehdintää ja toimintaa yleisössä kutsutaan ilmiöksi, eli koko Lennistä lähtöisin oleva sirkulaatio yleisön sisällä vedetään yhteen laajemmaksi kokonaisuudeksi.

Nelivuotiaan Lennin tueksi perustetun Facebook-tapahtuman, ja samalla muun yleisön toiminnan, taustaa valottaa myös Helsingin Sanomat (7.6.2015) kertoessaan, että ”tempauksen idea on arvostella sukupuoli- ja pukeutumismormeja sekä kiusaamista”. Yleisön vaikuttamispyrkimysten motivaatio tuodaan esiin koko sirkulaatioprosessin ajan, mikä vain korostuu tapauksen lähestyessä loppuaan. Jutussa tarkennetaan vielä, että ”Vaaleanpunaiset vaatteet ovat kannanotto vapaan ja suvaitsevaisen pukeutumisen puolesta”. Yleisön toiminta saa siis laajemman merkityksen kannanottona tiettyyn aiheeseen.

Sirkulaatioprosessin lopussa, Facebook-tapahtumapäivän uutisoinnissa, samat teemat toistuvat yleisön merkityksellistämässä. YleX:n verkkojuttu tapahtumasta (Yle 8.6.2015/1) kertoo ingressissään, että osallistamalla tapahtumaan ja pukeutumalla mekkoon voi ”tukea Lenniä”. Uutisen leipätekstin kärjessä kerrotaan äidin kirjoituksen leviämisestä ja kuinka se ”herätti keskustelua niin sosiaalisessa kuin perinteisessäkin mediassa”. Sirkulaatioprosessin molemmat osapuolet, media-alan ammattilaiset ja yleisö, tulevat jutussa sirkulaation näkökulmasta samalle viivalle keskustelijoina, ja tapauksen sirkulaation vuorovaikutuksellinen aspekti korostuu.

Kantaa ottamisen näkökulmaa tarkennetaan YleX:n jutussa kertomalla, että tapahtumassa ”osoitetaan solidaarisuutta Lenniä ja kaikkia muita samanlaisesta kohtelusta kärsineitä kohtaan”. Verkkojuttujen perusteella yleisön toiminta siis merkityksellistetään vaikuttamisen näkökulmasta koko sirkulaatioprosessin ajan. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, kuinka Helsingin Sanomat (HS 8.6.2015) uutisoi tapahtumapäivästä otsikolla ”Pinkillä suvaitsevaisuuden puolesta”.

Aineistoni kaksi viimeistä juttua käsittelee Lenni-ilmiötä kokonaisuudessaan. Näissä jutuissa koko sirkulaatioprosessi kootaan yhteen aina Lennin äidin statuspäivityksestä mekkokuvaan ja tapahtumaan asti. Rakel Liekki esittää kolumninsa (Yle 8.6.2015/2) ingressissä, että ”Lennin tapaus on hyvä esimerkki, kuinka yhdellä päivityksellä voi muuttaa maailmaa”. MTV (8.6.2015) taas nostaa ingressiinsä sen, kuinka Lennin ”tueksi luotu Facebook-tapahtuma on kerännyt jo yli 10 000 tukijaa”. Molemmissa jutuissa kuitenkin käydään läpi se, kuinka mekkokuvien idea lähti Lennin äidin päivityksestä, vaikkakin Liekin kolumnissa korostetaan juuri Yle Kioskin päivityksestä tekemän jutun leviämistä. Kolumnissa tuodaan esiin uutisen leviäminen niin sosiaalisessa mediassa kuin perinteisessäkin mediassa, sekä ihmisten toiminta Twitterin mekkohaasteen ja Facebook-tapahtuman poikimisen kautta. MTV:n juttu kertoo lyhyesti tapahtuman taustan ja juttu koostuu muuten yleisön sosiaaliseen mediaan jakamista mekkokuvista.

Edellä mainituissa jutuissa huomattavaa on se, kuinka niiden otsikot eroavat toisistaan. Liekin kolumnissa päivitys sai miehet pukeutumaan mekkoihin, kun MTV:n jutussa teemapäivä sai suomalaiset pukeutumaan pinkkiin. Otsikkotasolla ilmiö, ja sen myötä yleisö, merkityksellistetään sirkulaatioprosessista kerrottaessa eri tavoilla. Mekkokuvien, eli yleisön tuottaman sisällön, alullepanijaksi merkityksellistetään joko alkuperäinen päivitys tai siitä alkunsa saanut tapahtuma. Kolumnissa korostetaan yksittäisen päivityksen, yksittäisen yleisön jäsenen, valtaa nostaa esiin keskustelujaja, kun MTV:n uutisessa korostetaan yleisöä massana, tapahtumaan osallistujana.



Sirkulaation kiihdyttäjä on siis jutusta riippuen joko päivitys tai tapahtuma, mutta joka tapauksessa sirkulaatioon vaikuttaa vahvasti juuri yleisö.

Sirkulaation, johon yleisö on vahvasti osallisena, voi nähdä myös itsessään vaikuttavan aiheen sirkulointiin mediassa, kun yleisön toiminta sosiaalisessa mediassa nousee juttujen aiheisiin yhä laajemmin. Tämä näkyy etenkin sirkulaatioprosessin erittelyni seitsemännessä vaiheessa, kun Ilta-Sanomien jutussa (IS 5.6.2015/2) Lenni-ilmiö vedetään yhteen kertaamalla alkuperäisen päivityksen aikaansaama huomio ja toiminta, tapahtuman perustaminen ja siihen osallistujat sekä sosiaalisessa mediassa julkaistut mekkokuvat. Yleisön toiminta merkityksellistyy sirkulaation kautta, kun erilaiset osallistumisen muodot seuraavat toisiaan. Tieto tapauksesta kiertää yleisössä, mikä saa aikaan toimintaa yhä laajemmassa mittakaavassa.

Samaa vaihetta jatkavat kaksi päivää myöhemmin Helsingin Sanomat (HS 7.6.2015) ja MTV (MTV 7.6.2015), kun niiden jutuissa käsitellään Facebook-tapahtuman osallistujamääriä, tuodaan esiin tapahtuman perustaja sekä mekkokuvat. Koko ajan mukana pysyy Lenni joko jutun kärjessä (HS) tai muuten jutussa mainittuna (MTV). Jutuista on selvästi luettavissa yleisön toiminnan, huomion ja kiinnostuksen volyyymi ja merkitys juuri sirkulaation kontekstissa, kun ilmiö paisuu ja merkityksellistyy juttu jutulta yksityiskohtaisemmin yleisön toimintaa kuvattaessa. Yleisö merkityksellistyykin lähes jokaisessa aineiston jutussa aktiivisena sirkulaation osapuolena, joka toimii itsenäisesti suhteessa valtamediaan. Tästä poikkeuksen tekee Yle Kioskin jatkojuttu (Yle 1.6.2015/2), jossa korostetaan valtamedian sirkulaation aloittaneen jutun (Yle 1.6.2015/1) herättämää huomiota, eli sen vaikutusta ilmiön syntyyn ja kiertoon.

Facebook-tapahtuma päättää tapauksen sirkulaatioprosessin, kun verkkojutuissa uutisoidaan tapahtumasta sekä mekkokuvista yhteenvedon omaisesti. Yleisö merkityksellistyy sirkulaation lopun tapahtuma-uutisissa osallistujamäärän volyymin (HS 8.6.2015) ja julkaistuista kuvista kertomisen (Yle 8.6.2015) ja niiden määrän korostamisen (MTV 8.6.2015) kautta. Jutuista eniten sirkulaatiota korostaa Rakel Liekin kolumni (Yle 8.6.2015/2), joka vetää yhteen yleisön toiminnan casen aikana ja tuo esiin informaation sirkulaation volyymin yleisön keskuudessa. Sirkulaation päättyessä alkuperäisen päivityksen ja sen saaman huomion taustalla ollutta ilmiötä, eli lasten sukupuolirooleja, ei enää käsitellä, vaan jutut keskittyvät yleisön tuottaman sisällön ja yleisön sosiaalisen kuratoinnin raportoimiseen.

### 7.1.2. Sirkulaatio kertomuksena ja vuorovaikutuksena

Minäkin olen Lenni –tapauksen kierto voidaan nähdä sirkulaatiota mukailten kertomuksena, narratiivina, joka alkaa Mari Niinikosken Facebook-päivityksestä ja päättyy Lennin tueksi perustettuun Facebook-tapahtuman tapahtumapäivään. Tarinan edetessä sen keskiöön nousee eri henkilöitä, jotka toimivat osana yleisöä, mutta koko ajan päähenkilönä pysyy äitinsä koko tarinan aloittaneessa päivityksessä esiintyvä 4-vuotias Lenni. Hän ei kuitenkaan toimi verkkoteksteissä, vaan pysyy kertomuksen kohteena, ei kertojana. Sen sijaan kertojiksi nousee sirkulaation aikana kolme yleisöä edustavaa henkilöä. Ensiksi, sirkulaation alkuvaiheessa, kertojana on Lennin äiti Mari Niinikoski, jonka sisäänkoodaamasta narratiivista koko kierto saa alkunsa. Tämä kertomus pysyy mukana sirkulaatiossa sen koko elinkaaren ajan, mutta Niinikoski esiintyy nimettynä henkilönä vain alkuvaiheen jutuissa, jotka julkaistiin päivitystä seuraavan päivänä (paitsi Yle 1.6.2015/2).

Seuraava nimeltä mainittu toimija sirkulaation tarinassa on Facebook-tapahtuman perustaja Timo Santala, jolta pyydetään jopa kommenttia yhdessä jutussa (MTV 3.6.2015). Muuten hän esiintyy sirkulaation narratiivissa vain omien some-kirjoitustensa kautta sitaatteina, kuten käy suurimmassa osassa juttuja myös Mari Niinikoskelle. Hieman tapahtuman perustamisen jälkeen narratiivin keskiöön nousee Juho Pylvänäinen (IS 5.6.2015/1), joka julkaisi ensimmäisten joukossa mekkokuvan itsestään Facebookissa ja Twitterissä. Hän syrjäyttää Timo Santalan tarinan toimijana, minkä oletan johtuvan hänen näkyvämmästä toiminnastaan, joka lopulta panee ainakin verkkojuttujen narratiivissa alulle mekkokuvien julkaisemisen ilmiön yleisön keskuudessa.

Pylvänäinen on, kuten muutkin kaksi sirkulaatiossa toistuvasti nimeltä mainittua toimijaa, esillä teksteissä lähinnä sosiaaliseen mediaan kirjoittamiensa tekstien sitaatteina. Häntäkin haastatellaan median toimesta vain yhdessä jutussa (IL 5.6.2015). Voidaan miettiä, miksi juuri Pylvänäinen ja hänen mekkokuvansa nostettiin niin monessa eri mediassa esimerkiksi Lennin tueksi toimimisesta (IS, IL, Yle). Hänen jälkeensä kukaan henkilö ei enää nouse narratiiviin yksittäisenä toimijana, vaan jutut keskittyvät kuvaamaan Lenni-ilmiön volyyymia ja raportoimaan yleisön toiminnasta suurina ryppäinä, ikään kuin massana. Sirkulaation loppuvaiheessa Lennin äiti on jo hävinnyt verkkojutuista kokonaan, ja vain Lenni mainitaan enää nimeltä hänen tuekseen perustetusta tapahtumasta uutisoitaessa.

Loppujen lopuksi siis tarinan päähenkilönä koko sirkulaation ajan ei ollut sisältöä verkkoon tuottanut ihminen, vaan koko casen sirkulaation aloittaneessa sisällössä esiintynyt pieni poika. Sisältö menee aineistossa siis tuottajansa edelle, mistä voidaan päätellä, että samoin kuin ammattitoimittajien tuottamissa sisällöissä, sisällöntuottaja jää tekemänsä merkitystyön, eli sisäänkoodauksen, jälkeen taka-alalle. Tällöin siis juuri sisältö, tässä tapauksessa yleisön tuottama, on sirkuloiva objekti. Yleisö saa sirkulaatioprosessin alkuvaiheen verkkojutuissa merkityksen sisällöntuottajana, mikä vain korostuu sirkulaatioprosessin edetessä, kun verkkojutuissa käsitellään yleisön sosiaalisessa mediassa julkaisemia tukiviestejä ja mekkokuvia.

Sirkulaatioprosessin alussa kertomus käsittelee Lennin äidin päivitystä ja sen aiheuttamia reaktioita. Tapauksen sirkulaation kertomuksen uusi vaihe alkaa siitä, kun Timo Santala perustaa Facebookiin tapahtuman Lennin tueksi. Tieto tapahtumasta lähtee sirkuloimaan sosiaalisessa mediassa, tapahtuma kerää osallistujia ja lopulta se nousee myös osaltaan valtamedian uutisvirtaan. Tapahtumasta uutisointia voitaisiin nimittää jopa omaksi sirkulaatiokseen, mutta se on suoraa seurausta Lennin äidin päivityksestä. Sirkulaatiossa on lopulta yksi ja sama tapahtuma, sisäänkoodattu tarina, joka on vain muuttanut muotoaan kierron aikana ja saanut uusia tasoja. Alkuperäinen päivitys sai aikaan yhä uusia yleisön tuottamia sisältöjä mekkokuvien muodossa, mitä Facebook-tapahtuma vain vauhditti. Nämä kaikki erilliset sisällöt sirkuloivat omalla tahollaan, mutta ne sijoittuvat myös osaksi Minäkin olen Lenni –casen kokonaisuuden sirkulaatiota.

Casen pienempien sirkulaatioprosessien muodostamaan laajempaan kontekstiin sijoittuvat myös aineistoni jutut, joissa raportoidaan koko sirkulaatioprosessista vaiheittain, uusien sirkuloivien objektien ilmestyessä tapahtumakentälle. Nämä jutut sijoittuvat, kuten edellä esitin, sirkulaatioprosessin päätösvaiheeseen. Facebook-tapahtuma jatkaa Lennin tarinaa, jonka sirkulaatio olisi voinut ilman tapahtumaa ja sen myötä julkaistuja mekkokuvia kuihtua jo sirkulaation toisen vaiheen verkkojuttuihin päivityksestä, sen saamasta huomiosta ja lasten sukupuoliroolien analysoinnista. Yleisö siis sai osaltaan tapauksen elinkaaren ja sirkulaation pitkittymään sosiaalisen kuratoinnin ja sisällöntuotannon avulla, lisäämällä sirkulaatioon uutta informaatiota. Tämä on myös luettavissa verkkojuttujen teksteistä, kun yleisön toiminnan ja sisällöntuotannon mittavuuteen kiinnitetään erityistä huomiota ja ne muodostavat suuressa osassa jutuista niiden koko aiheen tai vähintään uutiskärjen.

Yleisön tuottama sisältö merkityksellistyy verkkojutuissa sirkulaation kontekstissa ensinnäkin prosessin alullepanijana, kun puhutaan Niinikosken alkuperäisestä Facebook-päivityksestä. Yleisön

sisällöntuotanto tulee ensimmäisen kerran esiin aineistossa, jos Lennin äidin päivitystä ei oteta huomioon, kun lukijoiden tukiviesteistä Lennin äidille (IL 2.6.2015) raportoidaan kattavasti Iltalehden verkkosivuilla. Tämä on aineistossa ainoa kerta, kun yleisöä on osallistettu suoraan pyytämällä heiltä kommentteja aiemmassa jutussa (IL 1.6.2015), ja lopulta näistä ”tukiviesteistä” tehdään oma juttunsa. Muissa aineiston jutuissa yleisön osallistuminen sisällöntuotantoon on jo tapahtunut sosiaalisessa mediassa, josta media nostaa juttuihin niin yleisön tuottamaa tekstiä kuin kuviakin. Aineiston juttujen lähteenä on näin ollen yleisön tuottama sisältö, ei itse yleisö.

Sirkulaation näkökulmasta yleisöllä näyttää olevan suuri merkitys koko Lennin tapauksen elinkaaren ajan. Lennin äiti aloittaa sirkulaatioprosessin päivityksellä, joka lähtee kiertämään yleisön sisällä, mikä on osa tapauksen mediassa sirkuloivaa tarinaa. Ensin verkkojutuissa siis sirkuloi Lennin äidin sisäänkoodaama tarina, johon yhdistyvät sirkulaation edetessä yleisön reaktiot päivitykseen ja päivityksen aikaansaama toiminta.

## **7.2. Yleisö, huomio ja kiinnostavuus**

Analyysini mukaan yleisön saamat merkitykset verkkojutuissa voidaan nähdä myös sen mukaan, miten yleisön toiminta on vaikuttanut tapauksen käsittelyyn mediassa ja siihen, että ilmiö on ylipäättään noussut uutisvirtaan. Tämä liittyy vahvasti uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteisiin, jotka limittyvät merkitystasoiltaan siinä määrin toisiinsa, että käytän käsitteitä analyysin välineinä suhteutettuna toisiinsa. Seuraavaksi analysoin siis verkkojuttujen yleisölle antamia merkityksiä keskittyen etenkin uutiskriteerin käsitteen kiinnostavuuden ulottuvuuteen ja agenda-settingin käsitteen huomion tasoon.

Uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteet avaavat Lennin tapauksen yleisön toiminnasta lisää tasoja. Esimerkiksi verkkojutuissa toistuva Lennin tarinan saaman huomion määrän korostaminen kertoo osaltaan tapauksen kiinnostavuudesta ja sen myötä siitä, kuinka yleisön toiminta vaikuttaa tässä tapauksessa sekä uutiskriteereihin että agenda-setting –prosessiin. Yhtenä yleisön roolina tapauksessa on olla, mukailten teoreettisessa viitekehyksessä esittelemääni aiempaa tutkimuskirjallisuutta, suosion mittari ja uutisoinnin oikeuttaja. Verkkojutuissa jo valmiiksi suositusta, sosiaalisessa mediassa huomiota saaneesta ja keskustelua herättäneestä, sisällöstä raportoiminen kertoo siitä, että yleisöllä on yhä suurempi rooli agendan määrittäjänä.

Yleisön sosiaalinen kuratointi merkityksellistyy aineistossa paitsi sisällön leviämisen ja sirkulaation niin myös sen suosion mittaamisen sekä kiinnostavuuden määrittelyn tasolla. Monessa jutussa korostetaan sisällön leviämisen volyymia esimerkiksi nostamalla alkuperäisen Facebook-päivityksen jakokerrat (IS 1.6.2015, HS 3.6.2015) sekä mekkokuvien esikuvaksi ja symboliksi nousseen Juho Pylvänäisen sosiaaliseen mediaan lataaman mekkokuvan jakokerrat sekä leviäminen (IS 5.6.2015) uutisten kärkeen. Jutuissa toistuu oletus siitä, että tapaus on kiinnostava, koska niin moni yleisössä on arvioinut sen jakamisen arvoiseksi. Etenkin juttujen kärjissä korostuu useaan otteeseen yleisön toiminta sosiaalisena kuratoijana ja sen myötä informaation sirkuloijana. Tämä merkitys löytyy sisäänkoodattuna sirkulaation alkuvaiheessa Facebook-päivityksen jakokertojen nostolla uutiskärkeen (MTV 1.6.2015, IS 1.6.2015).

Yleisön toimintaa voidaan pitää uutiskriteerinä itsessään aineiston mukaan silloin, jos sillä on riittävästi volyymia. Tästä kertoo se, että yleisön huomio ja sen volyymi tuodaan jutuissa esiin numeroiden kautta. Tapauksen sirkulaation alkuvaiheessa esimerkiksi Ilta-Sanomien jutun ingressiin on nostettu se, että ”Mari Niinikosken Facebook-päivitystä on jaettu jo tuhansia kertoja” ja vielä jutun ensimmäisessä kappaleessa tuodaan esiin, että jakokertoja on ollut ”jo yli 8000” (IS 1.6.2015). Ensimmäisessä Facebook-tapahtumaa käsittelevässä jutussa (MTV 3.6.2015) raportoidaan, että keskiviikkoamuun mennessä ”jo 1400 ihmistä on ilmoittautunut mukaan”. Sirkulaation eteneminen ja yleisön toiminta merkityksellistetään jutuissa osittain juuri ihmisten osallistumisinnon ja toiminnan volyymien kautta. Jutuissa esiintyvien lukujen kasvu kertoo sirkulaation liikkeen kiihtymisestä ja jutusta kiinnostuneen yleisön määrän noususta.

Kun alkuperäisen päivityksen kerrotaan nousseen suosituksi Facebookissa (IL 2.6.2015), juttu tekee sisäänkoodatun oletuksen toimivasta ja tuntevasta yleisöstä, joka on toisaalta jutun ulkopuolella sosiaalisessa mediassa, mutta toisaalta jutun sisällä yleisön kirjoittamina ”kannustusviesteinä”. Sisällön suosion nosto jutun kärkeen antaa uutisoitavalle ilmiölle enemmän uutisarvoa, koska se on kiinnostavaa. Kiinnostavuuden nousu uutiskriteeriksi (Heikkilä ym. 2011) näkyy siis selvästi Lennin tapauksessa, jossa yleisön huomio ja toiminta rakentavat kiinnostavuuden, eli oikeuttavat uutisoinnin, ja samalla sisäänkoodaavat oletuksen siitä, että sisältö ja uutisoitava ilmiö saattaisi kiinnostaa myös laajemmin. Kun yleisö on valikoinut juuri tämän päivityksen jakamisen arvoiseksi, niin media tohtii tarttua siihen ja pitää sitä uutisarvoisena.

Sirkulaatioprosessin edetessä, Juho Pylvänäisen mekkokuvasta uutisoitaessa, Iltalehden jutun kärkeen nousee se, kuina Lennin äidin statuspäivitys ”levisi tällä viikolla laajalti sosiaalisessa

mediassa” (IL 5.6.2015). Yleisön sosiaalisesta kuratoinnista ja huomion volyymin kasvusta siis raportoidaan tapauksen sirkulaatioprosessin loppuun asti. Myös Facebook-tapahtuman, ja samalla sirkulaatioprosessin lopun, lähestyessä uutisten kärkeen ja otsikoihin nousee osallistujien määrä (IS 5.6.2015/2 ja HS 7.6.2015). Jutuissa puhutaan tuhansista osallistujista, ja sirkulaation edetessä teksteihin nousee tarkkoja lukuja, jotka kasvavat aina 6000:sta (IS) yli 10 000:een osallistujaan (HS, MTV 7.6.2015). Sirkulaation eteneminen ja yhä suuremman ihmisjoukon osallistuminen sirkulaatioprosessiin näkyy jutuissa juuri numeroiden kautta.

Agenda-settingin käsitteen valossa yleisön toiminta merkityksellistyy Lennin tapauksesta kirjoitetuissa verkkojutuissa usein myös kannanotoksi ja vaikuttamispyrkimykseksi. Sirkulaation alkuvaiheen juttujen otsikoissa ja kärjissä Lennin äidin päivitystä kutsutaan ”kannanotoksi” (IL 1.6.2015) ja ”vetoomukseksi” (Yle 1.6.2015/1), eli heti casen alussa yleisö ja sen tuottama sisältö merkityksellistyy vaikutuspyrkimysten kautta. Juttuihin on sisäänkoodattuna Niinikosken some-toiminnan motiivi, joka on siis kaltoin kohdellun Lennin puolustaminen ja aikuisiin kiusaajiin vetoaminen. Media on joutunut kuitenkin ensin uloskoodaamaan tämän vaikutusulottuvuuden Lennin äidin päivituksesta, ja vasta sen jälkeen se on voitu sisäänkoodata uutisiin.

Teksteistä löytyy vaikuttamismerkityksiä myös laajemman toimivan yleisön kontekstissa, kun muut yleisön jäsenet reagoivat tapauksen aloittaneeseen päivitukseen. Yleisradio kysyy suoraan kahdelta haastateltavalta, kuusivuotiaalta pojalta ja valmennuspäälliköltä, mitä mieltä he ovat Lennin tapauksesta (Yle 1.6.2015/2), ja molemmat tuomitsevat tämän kohtelun. Yleisö merkityksellistyy tässä jutussa vaikuttajaksi ja kannanottajaksi jo pelkän näkökulman ja haastateltavien valinnan kautta. Yleisöä suoraan osallistavan Iltalehden jutun (IL 2.6.2015) ingressissä taas kerrotaan lukijoiden Lennin äidille kirjoittamista ”kannustavista viesteistä”, joita oli kaiken lisäksi ”runsain mitoin”. Tässä jutussa yleisön kannanottajan rooli näkyy selvimmän aineistossa. Juttu on seurausta aiemmasta uutisesta (IL 1.6.2015), jonka lopussa yleisöä pyydettiin suoraan osallistumaan keskusteluun lasten sukupuolirooleista. Molemmat Iltalehden jutut tekevät oletuksen yleisöstä, joka haluaa kannustaa ja puolustaa kovia kokenutta Lenniä, ja jatkojutussa yleisö merkityksellistyy pelkästään kannanottojensa perusteella.

Facebook-tapahtuman perustamisesta uutisoitaessa (MTV 3.6.2015) tapahtuman perustajan Timo Santalan kerrotaan pyytävän ihmisiä pukeutumaan vaaleanpunaiseen, kimallukseen ja mekkoon ”Lennin kunniaksi”. Osallistumalla tapahtumaan yleisö siis ottaa kantaa lasten sukupuolirooleihin ja Lennin epäoikeudenmukaiseen kohteluun. Samalla tavalla mekkokuvien julkaisu merkityksellistyy

aineistossa kannanottona, vaikka sitä ei siksi suoraan nimitetäkään. Yleisön pyrkimys vaikuttaa on sisäänkoodattuna verkkojuttuihin sirkulaatioprosessin puolivälistä sen loppuun asti konnotatiivisessa mielessä, kun prosessin alkuvaiheessa tämä merkitys on kirjoitettu auki teksteissä. Agenda-settingin näkökulmasta se, että yleisö osallistuu tapahtuman ympärillä vellovaan keskusteluun ja sisällöntuotantoon, on itsessään merkityksellistä juuri julkisen keskustelun kontekstissa. Yleisö pitää toiminnallaan Lennin tapausta agendalla, eli antamalla sille huomiota sosiaalisessa mediassa yleisö lisää tapauksen saamaa huomiota mediassa.

Kiinnostavuuden ja huomion, uutiskriteerin ja agenda-settingin, kannalta on myös merkittävää, että osassa jutuissa Lennin-tapausta ei enää sirkulaation edetessä selitetä tai taustoiteta, vaan yleisön oletetaan jo tunnevan tapaus pääpiirteittäin. Oletus tapauksen tuntemisesta alkaa Yleisradion toisesta aiheesta käsittelevästä jutusta (Yle 1.6.2015/2), jossa ei selitetä sen kummemmin Lennin tapausta, vaan viitataan aiheesta aiemmin kirjoitetun jutun saamaan ”laajaan huomioon” ja linkataan suoraan siihen. Otsikkotasolla Lenni esiintyy vain nelivuotiaana, jota on ”homoteltu”, eikä poikaa mainita nimeltä muutenkaan jutussa. Jo sirkulaatioprosessin alkuvaiheessa tapaus on siten noussut niin laajasti osaksi julkista keskustelua, ettei sen kertaamisen oleteta olevan tarpeellista.

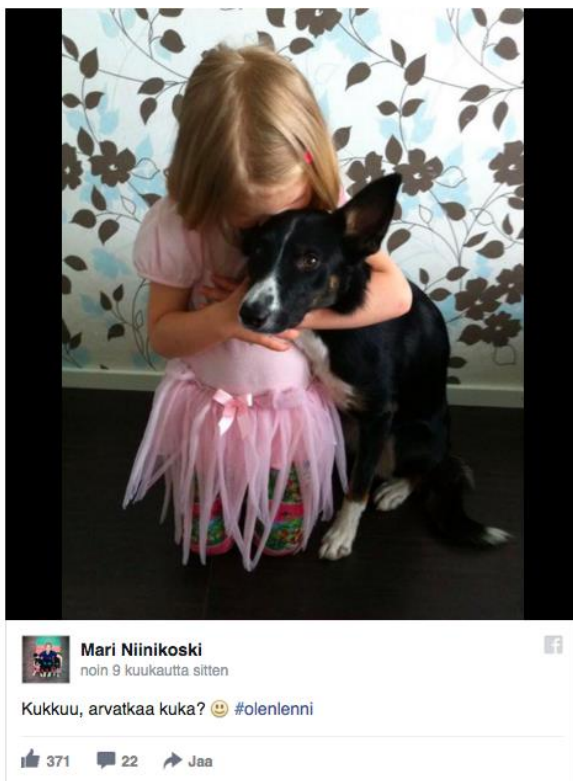
Sirkulaation edetessä yleisön liikehdintä Facebookissa kerrataan useaan otteeseen (HS 3.6.2015, MTV 3.6.2015, IS 5.6.2015/1), mutta oletus tapauksen tuntemisesta tulee esiin otsikkotasolla. Esimerkiksi Iltalehden jutussa (5.6.2015) tapaus kerrataan leipätekstin kärjessä, mutta otsikossa puhutaan Lennin tukemisesta. Otsikoissa esiintyvät määrittelemätön Lenni ( MTV 7.6.2015) ja ”pikkupoika” (HS 7.6.2015) tai mekkokuvissa esiintyvät miehet (Yle 5.6.2015). Tällaisiin otsikoihin on sisäänkoodattu ainakin osittain oletus siitä, että yleisö tuntee tapauksen ja on kiinnostunut sen etenemisestä. Monessa jutussa on näin ollen sisäänkoodattuna oletus siitä, että yleisö tuntee jo tapauksen ja on seurannut Lennin tarinaa ja sen sirkulaatiota, ehkä jopa osallistunut keskusteluun tai mekkokuvien julkaisuun. Yleisö saa näissä olettamuksissa merkityksen aktiivisena osana tapauksen syntyä ja sirkulaatiota sekä agenda-settingin näkökulmasta etenkin tapauksen merkittävyyden määrittäjänä.

### **7.2.1. Yleisön tuottama sisältö aineistossa**

Yleisön rooli sisällöntuottajana tulee vahvasti esiin verkkojutuissa koko sirkulaatioprosessin ajan, mikä on merkittävää etenkin uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden valossa. Niinikosken

päivitys, eli hänen sosiaaliseen mediaan tuottamansa sisältö, aloittaa koko tapauksen ja nousee ensin itsessään verkkomedioiden uutisiin. Sisältö kiinnostaa yleisöä, joten se saa huomiota, mikä saa median tarttumaan aiheeseen ja tapauksen sirkulaation kiihtymään. Yleisön sisällöntuotanto aiheuttaa siis yleisössä reaktioita, jotka toimivat uutiskriteereinä ja nostavat tapauksen julkiseen keskusteluun. Sisältö on tapauksen sirkulaation liikkeellepaneva voima, oli kyse sitten alkuperäisestä päivityksestä, Facebook-tapahtumasta tai mekkokuvista.

Yleisön tuottama sisältö esiintyy jutuissa sekä sitaatteina (IS 1.6.2015, IL 5.6.2015 ym.) että alkuperäisessä muodossaan upotettuna juttuun (Yle 1.6.2015/1, MTV 3.6.2015). Kun yleisön mekkokuvat päätyvät sirkulaatioon Juho Pylvänäisen kuvan johdolla (IS 5.6.2015/1), ne pääsevät Facebook-tapahtuman lähestyessä yhä suurempaan rooliin jutuissa (esim. MTV 7.6.2015). Mekkokuvia upotetaan juttujen yhteyteen, ja etenkin MTV:n ja Ilta-Sanomien sirkulaatioprosessin loppuvaiheen jutuissa ne muodostavat suurimman osan juttujen sisällöstä. Mari Niinikoski, Lennin äiti, osallistuu jälleen sisällöntuotantoon Facebook-tapahtumapäivänä (Kuva 3), mutta vain sirkulaatioprosessin päättävä MTV (8.6.2015) ottaa kuvan osaksi juttunsa kuvitusta. Niinikoski siis osallistuu aloittamaansa sirkulaatioprosessiin myös sen loppuvaiheessa, samankaltaisella mekkokuvalla ja hahshtagilla (#olenlenni) kuin monet muutkin yleisön jäsenet.



Kuva 3. Verkkojuttuun upotettu Mari Niinikosken Facebook-päivitys. (MTV 8.6.2015)



MTV:n verkkojutun tekstissä ei kuitenkaan nosteta esiin sitä, että tapauksen aloittanut äiti on julkaissut nyt pojastaan Lennistä kuvan. Ennen kuvaa tyydytään vain selittämään alkuperäinen päivitys Facebookiin luodun tapahtuman alullepanijana. Lennin äiti merkityksellistyy jutussa samalle toiminnan tasolle kuin muut mekkokuvien jakajat: keskusteluun osallistuvaksi sisällön luojaksi. Lenni-ilmiö on sirkuksien päättyessä kasvanut alkuperäistä päivitystä isommaksi kokonaisuudeksi, johon ovat osallistuneet niin mediatoimijat kuin suuret määrät yleisöäkin. Niinikosken tuottama sisältö on sirkuksien prosessin lopussa samalla viivalla muun yleisön tuottaman sisällön kanssa, eli osana Lenni-ilmiötä ja julkisen keskustelun puheenaihetta.

Kiinnostavuuteen ja huomioon liittyy myös se, kuinka yleisön sukupuoli tulee esiin juttujen sisäkköityksissä. Sirkuksien loppuvaiheen verkkojutuissa korostuu se, kuinka juuri miehet ovat pukeutuneet mekkoihin osoittaakseen tukea Lennille. MTV nostaa mekkokuvauutisensa (MTV 7.6.2015) kärkeen sen, kuinka pinkkiin, kimallukseen ja mekkoihin pukeutuvien suuressa joukossa Facebook-tapahtuman tapahtumapäivänä on ”myös miehiä”. Jutun otsikkoon on nostettu sitaatti eräästä Lennin sosiaalisessa mediassa mekkokuvien yhteydessä saamasta kannustusviestistä: ”Se on tosi mies, joka vetää mekon päälle”. MTV siis korostaa sitä, että juuri miehet ovat vetäneet mekon päällensä, kun samana päivänä julkaistussa Helsingin Sanomien jutussa kerrotaan, että pinkkiin ja kimallukseen pukeutuvat ”tuhannet suomalaiset” (HS 7.6.2015). Myös pari päivää aiemmin julkaistussa Yleisradion jutun (Yle 5.6.2015) aiheena on juuri miehet mekkokuvissa.

Yleisö merkityksellistyy myös sukupuolen kautta, kun miehet tekevät jotain sukupuolelleen konventionaalisesti vierasta pukeutumalla mekkoihin. Mieheyden korostaminen mekkokuvista uutisoitaessa on tyypillistä casen sirkuksien prosessista erittelemälleni kuudennelle ja seitsemännelle vaiheelle, kun media uutisoi mekkokuvista ja tämän kautta tapahtuman saamasta huomiosta. Kuitenkin kahdeksanteen ja viimeiseen vaiheeseen tultaessa miehuuden korostaminen jää taka-alalle, kun koko Lenni-ilmiötä vedetään yhteen sirkuksien näkökulmasta. Tästä poikkeuksen tekee Rakel Liekki kolumnissaan (Yle 8.6.2015/2), jonka otsikossa kerrotaan Facebook-päivityksen saaneen miehet pukeutumaan mekkoon. Miehet mekoissa ovat normista poikkeavuudessaan kiinnostava ilmiö, joka saa yleisöltä ja medialta huomiota sekä ilmiön että erilaisuuden merkitystasoilla.

Sirkuksien prosessin kahdessa viimeisessä jutussa merkityserona on se, että kolumnissa puhutaan miehistä mekkoon pukeutujina, ja MTV:n uutisessa (8.6.2015) suomalaisista. On huomattava, että

edellisessä MTV:n aihetta käsitelleessä jutussa (7.6.2015) mekkoon pukeutujia olivat Liekin kolumnin tapaan miehet. Yleisön toiminnan merkityksellistämisen kannalta on olennaista, puhutaanko heistä sukupuolen edustajina vai kansakuntana, suomalaisina. Uutiskriteerin kannalta suomalaiset saavat toimivana joukkona merkityksen Prakken (1968, Huovila 1990) maantieteellisen etäisyyden kannalta, kun uutinen on lähellä vastaanottajaa, eli suomalaista yleisöä. Suomalaisuus liittyy myös kulttuuriseen etäisyyteen, kun suomalainen vastaanottaja on osallisena tapahtumaan kansallisuutensa kautta.

Miehistä puhuminen liittyy myös Prakken esittelemään kulttuuriseen etäisyyteen, kun yleisö on kiinnostunut tapahtumasta konventioiden rikkomisen takia, ja tuntee jo sirkulaation loppuvaiheessa tapauksen, eli osaa yhdistää miehet mekoissa juuri Lenni-tapaukseen. Mies mekossa on myös jotain epätavallista ja sukupuolinormeista poikkeavaa, joten sen korostaminen jutuissa lisää aiheen kiinnostavuutta ja sen kautta sen saamaa huomiota, eli edesauttaa tapauksen nousua agendalle. Koko sirkulaatio lähti liikkeelle siitä, kuinka pieni poika piti vaaleanpunaisesta, kimalluksesta ja mekoista, ja häntä kiusattiin sen takia. Miehet mekoissa ovat paitsi solidaarisuuden osoitus Lennille, myös sellainen sukupuolisen konvention rikkominen, joka herättää huomiota.

Yleisö saa siis uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden, kiinnostavuuden ja huomion, kautta tarkasteltuna verkkojutuissa merkityksen toimivana ja ajattelevana massana, joka on valikoinut sirkulaation aloittaneen Niinikosken päivityksen tarpeeksi kiinnostavaksi ja toimii sen motivoimana, pyrkien ottamaan kantaa ja vaikuttamaan. Tiivistettynä yhteiskunnallinen ilmiö, eli lasten sukupuoliroolit, nousee julkiseen keskusteluun yleisön toiminnan ja etenkin sen tuottaman sisällön ansiosta, mikä johtaa itsessään sosiaalisen median ilmiön syntyyn.

### **7.3. Yleisö, affektit ja tahmea sirkulaatio**

Myös affektin käsite kertoo omaa tarinaansa yleisön saamista merkityksistä, eli rooleista, Lennin tapauksesta kertovissa verkkojutuissa. Tarkastelen seuraavaksi sitä, miten yleisö merkityksellistyy aineistossa affektiivisuuden kautta. Aineistoni verkkojutuissa yleisön toiminta, etenkin sosiaalisen median keskustelu ja mekkokuvat, merkityksellistetään affektien perusteella uloskoodaamalla yleisön tuottamista sisällöstä ja muusta yleisön toiminnasta affektiivisia reaktioita ja niiden syitä. Erittelen tässä alaluvussa aluksi affektiivisia tunnereaktioita verkkojuttujen tekstitasolla. Sen

jälkeen analysoin tapausta ja yleisön rooleja siinä verkkojuttujen kautta tarkemmin affektin käsitteen avulla.

Yleisön toiminnan affektiivisuus näkyy aineistossa siis ensinnäkin tekstitasolla. Heti ensimmäisen Lennin tapausta käsittelevän jutun (Yle 1.6.2015/1) otsikossa äidin vetoomusta kuvataan ”koskettavaksi”. Affektiiviset reaktiot esiintyvät tiuhaan juuri otsikkotasolla. Sirkulaation alkuvaiheessa affektiivisuus liitetään päivityksen kirjoittaneeseen äitiin. Otsikoissa aikuisten pilkka on ”suututtanut” äidin (IL 1.6.2015, IS 1.6.2015, HS 3.6.2015) tai äiti on ”tuskastunut” (MTV 1.6.2015) Lennin kohteluun. Affektiivisuuteen liittyy vahvasti se, kuinka äiti merkityksellistetään teksteissä lapsensa puolustajana.

Tämä kertoo merkityksenannon kierrosta, sirkuatiosta, Hallin sisäänkoodauksen ja uloskoodauksen mallia mukailleen. Ensin Mari Niinikoski sisäänkoodasi Facebook-päivitykseensä tarinan poikansa huonosta kohtelusta, joka sekä sisälsi affekteja että herätti niitä. Tarttuessaan päivitykseen ja sen saamaan huomioon valtamedia uloskoodasi päivityksestä äidin suuttumuksen ja tuohtumuksen sekä sen, että hän vetosi aikuisiin puolustaakseen vaaleanpunaiseen mieltynyttä poikaansa. Niinikosken sisäänkoodaaman tarinan lisäksi tapauksessa sirkuoivat niin sisäänkoodatut kuin uloskoodatutkin affektit. Lapsen puolustaminen on tapauksessa esimerkki affektiivisesta merkityksestä, joka pysyy mukana sirkuatioprosessissa kiertävänä merkityksenä, joka sisään- ja uloskoodataan verkkojutuissa yhä uudestaan tapauksen edetessä.

Havainto affektien sirkuatiosta vahvistuu sirkuatioprosessin edetessä verkkojuttuja tarkasteltaessa. Yleisöä osallistava Iltalehden juttu (IL 2.6.2015) kertoo otsikossaan, kuinka äidin kirjoitus ”kosketti tuhansia”. Päivitykseen liitetään ”koskettava”-määre myös muissa jutuissa (IS 3.6.2015, IS 5.6.2015/1 ja /2 ym.). Aineistossa etenkin Ilta-Sanomien jutuissa päivityksen koskettavuutta korostetaan. Juho Pylvänäisen mekkokuvasta kertovassa Ilta-Sanomien jutussa (IS 5.6.2015/1) kerrotaan, kuinka Pylvänäisen ”hermo meni Lenni-pojan pilkkaajiin” ja Iltalehti jatkaa samaa Pylvänäiseen liitettyä affektiivisuutta kertomalla tämän ”sisuuntuneen” Lennin kohtelusta. Affektiiviset reaktiot laajentuvat koskemaan koko yleisöä Helsingin Sanomien jutussa Facebook-tapahtumasta (HS 7.6.2015), jonka otsikossa ”Tuhannet tuohtuivat pikkupojan pukeutumisen arvostelusta”. Affektit liitetään yleisön toiminnan merkityksellistämässä juuri Lennin kohteluun, jonka äidin päivitys toi esiin. Yleisön affektiivisten reaktioiden taustalla on näin ollen juuri koko sirkuatioprosessin aloittanut Mari Niinikosken päivitys.

Päivityksen herättämät tunteet pysyvät verkkojutuissa mukana koko tapauksen sirkulaatioprosessin ajan. YleX kertoo vielä Facebook-tapahtumapäivän jutussaan (Yle 8.6.2015/1), että Niinikosken status ”kosketti monia”. Kun päivityksen aikaansaama yleisön toiminta merkityksellistetään affektiivisuuden kautta korostamalla koskettavuutta, yleisön toiminnan motiiviksi sisäänkoodataan tunnereaktio, joka on ensin uloskoodattu päivityksestä ja lopulta yleisön toiminnasta, keskustelusta ja mekkokuvista. Juttuihin on sisäänkoodattu oletus tuntevasta ja tunteen intensiteetin perusteella toimivasta, affektiivisesta yleisöstä. Affektiivisuus kasvaa, kun jutuissa kerrotaan tapauksesta tunnereaktioita saaneita olleen ”tuhansia” tai ”monia”. Tämä lisää affektiivisuuden lisäksi yleisön merkitystä tuntevana ja affektien johdosta toimivana massana.

Yleisölle aineistossa annetut affektiiviset merkitykset liittyvät osaltaan huomioon, mikä taas liittyy agenda-settingin käsitteeseen. Yleisön affektiiviset reaktiot saavat heidät toimimaan, esimerkiksi mekkokuvia julkaisemalla, Facebook-tapahtumaan osallistumalla ja Lennin äidin päivitystä jakamalla, mikä vahvistaa sirkulaatiota yleisön sisällä. Yleisö merkityksellistyy verkkojutuissa, kuten edellisessä alaluvussa analysoin, vaikuttamisen ja kantaa ottamisen kontekstissa, mitä affektiivisuus osaltaan vahvistaa. Kun Lennin kohtelu herättää yleisössä verkkojutuissa esiintyviä affektiivisiä reaktioita, kuten suuttumusta, se saa yleisön toimimaan ja antamaan tapaukselle huomiota. Juttuihin sisäänkoodattu yleisö siis tuohtuu koskettavasta päivityksestä, mikä johtaa tapauksen sirkulaatioon yleisön sisällä. Yleisön huomio nostaa Lennin tapauksen julkisen keskustelun agendalle juuri affektiivisten reaktioiden perusteella.

Affektit toimivat siis verkkojuttujen perusteella pohjana sille, että Lennin tapaus nousee julkiseen keskusteluun ja median agendalle. Yleisön affektiivisuus, ja sen seurauksena syntynyt huomio, saa myös median tarttumaan tapaukseen ja sen myötä koko sirkulaatioprosessiin. Verkkojutuissa esiintyvä yleisö ja sen nimeltä mainitut jäsenet merkityksellistyvät monessa jutussa juuri affektiivisuuden kautta. Kuten edellä tuli ilmi, tapauksessa sirkuloivat Lennin tarinasta ja yleisön toiminnasta kertovan informaation lisäksi affektit niin sosiaalisessa mediassa kuin valtamediassakin.

Sirkulaatioprosessin alussa verkkojutut korostavat alkuperäisen päivityksen julkaisseen Mari Niinikosken affektiivisiä reaktioita, kun jutuissa toistuu esimerkiksi äidin huoli pojastaan. Sirkulaation loppuvaiheessa Mari Niinikoski esiintyy jutuissa vain äitinä, eikä häntä mainita enää nimeltä. Toisin sanoen Niinikoski pelkistyy sirkuloivassa narratiivissa affektiiviseksi äidiksi, jonka reaktioihin muut vanhemmat voivat samastua. Esimerkiksi Helsingin Sanomat (HS 3.6.2015)

kirjoittaa asiantuntijoiden näkemyksiä sukupuolirooleista luotaavassa jutussaan, että moni vanhempi on kohdannut samanlaisia sukupuoliodotuksia poikiensa kohdalla.

Aineistoni perusteella affektiivisuus liittyy Lennin tarinan kiertoon siinä määrin, että tapauksessa sirkuloivaa sisältöä voidaan kutsua tahmeaksi. Tämä liittyy Sara Ahmedin (2004, 45) ajatukseen tahmeudesta, jonka mukaan sisältö on sitä affektiivisempää mitä tiiviimpää sen kierto on, eli toisin sanoen objektin kierto on affektiivisen arvon karttumista. Tahmeuteen kuuluu myös se, kuinka herkästi affektit kiinnittyvät objektiin, mikä lisää osaltaan kiertoa. Edellä erittelemäni verkkojuttujen affektiiviset ilmaukset liittyvät siis tiiviisti ilmiön sirkulaatioon. Aineiston perusteella näyttää siltä, että tutkimustapauksessa affektit kiinnittyvät Lennin tarinaan, minkä voidaan tulkita lisäävän objektin, eli koko Lenni-ilmiön, sirkulaatiota. Tapauksen tahmeus syntyy siis juuri yleisön reaktioista, mikä on luettavissa verkkojuttujen yleisöön liittämistä affektiivisista merkityksistä.

Uutiskriteeriksi, tässä tapauksessa kiinnostavuuden määrittäjäksi, näyttää riittävän jo sirkulaatioprosessin alkuvaiheen juttujen perusteella myös se, että yleisön tuottama sisältö herättää yleisössä tunteita. Sirkulaatioprosessia tarkasteltaessa on selvää, että affektiiviset reaktiot johtavat yleisön käytännön toimintaan, eri Ahmedin tahmean sisällön ajatus toteutuu tapauksessa. Sisältö herättää affektiivisiä reaktioita, jotka saavat yleisön toimimaan, eli sisältö lähtee sirkuloimaan. Affektiivisuus kerrotaan yleisön merkityksellistämiseksi ensin Lennin äidistä päivitykseen reagoivaan yleisöön, Facebook-tapahtuman perustamiseen ja siihen osallistumiseen sekä mekkokuvien julkaisemiseen. Tapauksessa affektit kerrostuvat juuri sirkulaatiossa. Aineistoni verkkojutuissa sirkuloi Lennin narratiivi, joka saa sirkulaation edetessä uusia affektiivisiä kerroksia. Sirkulaation loppuessa verkkojutuissa vedetään yhteen tapauksen affektiiviset kerrostumat sirkulaatioprosessin kertaamisen muodossa.

Affektiivisuus karttuu tapauksessa Lennin tarinan kiertäessä eri viestintäalustalta toiselle. Narratiivi saa uusia affektiivisiä kerrostumia kulkiessaan sosiaalisesta mediasta valtamediaan ja takaisin sekä eri mediatoimijoiden sivustojen välillä. Jokainen uloskoodaus ja sisäänkoodaus kerryttää tapauksessa affektiivisuutta, ja ahmedilaisen tahmeuden kontekstissa lisää kiertoa. Aineistoni verkkojutuissa affektiivisuutta kerryttää, ja kiertoa lisää, juuri yleisö: jakamalla, sisältöä tuottamalla, keskustelemalla, osallistumalla tapahtumaan ja niin edelleen. Näin ollen tapauksen tahmeus syntyy verkkojuttujen perusteella yleisössä ja yleisöstä.

Affektin käsitteen ruumiilliseen aspektiin liittyy ”miesten mekkokuvista” puhuminen, eli yleisön merkityksellistäminen sukupuolisten konventioiden perusteella. Ahmedin tavoin ajateltuna affektiivisuudessa on kyse myös ruumiillisista tuntemuksista, joita sisällöt herättävät, affektiivisten reaktioiden luomista rajoista itsen ja ”toisten” välille sekä merkityksen annosta ”toisille” tämän erottelun avulla (2004, 28). Lennin tapauksessa yleisön miesedustajat ovat Lennin tavoin ”toisia”, kun he pukeutuvat mekkoihin. Koko sirkulaatioprosessin liikkeelle paneva päivitys kertoo aikuisten affektiivisista reaktioista Lenniä kohtaan, kun hänet erotellaan epätavalliseksi pojaksi. Tämä affektiivinen toiseus tuottaa uloskoodattuna uusia affekteja yleisössä: myötätuntoa, halua puolustaa poikaa ja epäoikeudenmukaisuuden tunnetta lasten kokemista sukupuolirooleista.

Affektiivisuus näkyy sisäänkoodattuna aineiston verkkojutuissa, kun yleisön miehet merkityksellistyvät Lennin tavoin ”toisina”. Ennen affektien sisäänkoodaamista verkkojutut uloskoodaavat yleisön tuottamasta sisällöstä, yleisön toiminnasta, ruumiillisia merkityksiä niin Lennin pukeutumisesta, aikuisten reaktioista Lennin pukeutumiseen kuin mekkoihin pukeutuneiden miesten käytöksestäkin. Verkkojutuissa esiintyvä affektiivisuus on sisäänkoodattu kahteen kertaan: ensin alkuperäisen sisällöntuottajan, eli yleisön, toimesta ja sitten uloskoodauksen jälkeen valtamedian toimesta. Sekä yleisö että media tuottavat ja lopulta sirkuloivat affekteja, mikä vaikuttaa yleisön saamiin merkityksiin aineistossa. Affektin käsitteen perusteella yleisö saa verkkojutuissa merkityksen affektien tuottajana, Lennin tapauksen tahmeuden synnyttäjänä sekä sisällöntuotannon kautta kannanottajana ja toiseuden ilmentäjänä. Sekä tapauksen some-ilmiö, että sen taustalla oleva yhteiskunnallinen ilmiö, ovat täynnä kiertäviä ja kerrostuvia affekteja, joiden lähteenä ja kohteena on juuri yleisö.

## 8. Johtopäätökset

Olen kysynyt tässä pro gradu –tutkielmassa, millaisia rooleja yleisö saa Minäkin olen Lenni –tapauksen sirkulaatiossa. Etsin tähän vastausta kolmella tutkimuskysymyksellä, jotka rakentuvat eri käsitteiden ja käsiteparien varaan. Tutkin tapaustutkimuksessa aineiston verkkojuttujen käsitelähtöisellä analyysillä sitä, miten yleisön toiminta merkityksellistyy (1) sirkulaation, (2) uutiskriteerin ja agenda-settingin ja (3) affektin käsitteiden kontekstissa. Analyysin metodologisena apuvälineenä olen käyttänyt Stuart Hallin sisään- ja uloskoodauksen viestintämallin merkitysten kierron ajatusta digitaaliseen julkisuuteen sovellettuna.

Tässä luvussa kokoan yhteen aineistosta käsitteiden avulla tekemäni tulkinnat yleisön rooleista ja vastaan luvussa 4 esittämiini tutkimuskysymyksiin. Reflektoin tapauksesta saamiani tuloksia myös Stuart Hallin merkitysten kierron ajatukseen. Lopuksi pohdin tutkielmani luotettavuutta, tutkimustavan vaikutusta tuloksiin, tulosten yleistettävyyttä ja merkitystä sekä mahdollisuuksia jatkotutkimuksiin.

### 8.1. Yhteenveto yleisön rooleista tutkimustapauksessa

Minäkin olen Lenni –tapauksen sirkulaatioprosessista (kuva 2) on käsitelähtöisen analyysin mukaan löydettävissä moninaisia yleisön toimintamuotoja. Erittelen ja yhdistelen tässä yhteenvedossa näitä toimintamuotoja laajemmiksi rooleiksi mukaillen metodologialuvussa esittelemääni Mieke Balin (2002) ajatusta käsitteellistämisestä. Balin mukaan käsitteet ovat itsessään teoreettisia välineitä, jotka muuttuvat ja saavat uudenlaisia merkityksiä analyysissa. Käsitteellistämisessä olennaista on käsitteiden liike ja niiden käyttäminen analyysin välineinä. (Emt. 44-46)

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni etsi vastausta siihen, mitä sirkulaation käsite kertoo yleisön rooleista Minäkin olen Lenni –tapauksen sirkulaatioprosessissa. Toinen kysymykseni oli se, millaisina yleisön roolit näyttävät tapauksessa uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden valossa. Kolmanneksi kysyin, millaisia merkityksiä yleisön toiminta saa affektin käsitteen kautta tarkasteltuna. Tutkimuskysymykseni tuottivat samankaltaisia tuloksia yleisön rooleista, joten käsitteiden niihin analyysin avulla löytämiäni vastauksia yhteydessä toisiinsa. Verkkojutuista

analysoimani yleisön merkityksellistämiset muodostuvat käsitteiden ja Stuart Hallin sisään- ja uloskoodauksen viestintämällin kautta tarkasteltuna rooleiksi, joissa yhdistyy erilaisia toimintamuotoja. Nidon nämä roolit yhteen Balin käsitteellistämisen ajatusta mukaillen, eli yhdistelen samankaltaisia toimintamuotoja käsitteiden kautta ja annan niille nimityksiä sen mukaan, miten nämä roolit ovat vaikuttaneet tapauksen sirkulaatioprosessiin verkkojuttujen mukaan.

Yleisön roolit eivät näytä muotoutuvan tai jakautuvan selkeästi tapauksen sirkulaatioprosessin vaiheiden mukaan. Yleisö saa aineistossa uusia merkityksiä sirkulaation edetessä, mutta jo esiin tulleet merkitykset jatkavat kiertoa verkkojutuissa koko tapauksen elinkaaren ajan. Yleisölle annettavat merkitykset aineistossa siis sirkuloivat ja kerrostuvat sirkulaation edetessä muodostaen yhä monimuotoisemman kuvan yleisön toiminnasta. Seuraavaksi kokoan yhteen tutkimuskysymyksiini saamiani vastauksia, eli yleisön rooleja tapauksen sirkulaatioprosessissa.

Ensimmäinen ja merkitystasoltaan yksinkertaisin aineistosta löytämistäni rooleista on *sosiaalinen kuratointi*, eli sisällön suosittelu ja jakaminen, joka nousee esiin aineistossa jo tapauksen sirkulaatioprosessin alussa ja pysyy verkkojuttujen yleisölle antamissa merkityksissä mukana koko tapauksen sirkulaation ajan. Ensinnäkin sosiaalinen kuratointi asettaa yleisön aktiiviseksi ja itsenäiseksi toimijaksi sirkulaatiossa; sirkulaation liikkeen tuottajaksi ja sirkulaatioprosessin pitkittäjäksi. Tässä roolissa korostuu sirkulaatio yleisön sisällä, mikä johtaa sisällön leviämiseen aina mediaan asti. Analyysini mukaan verkkojutut antavat yleisön toiminnalle merkityksen sosiaalisena kuratoijana samalla tavalla kuin Mikko Villi (2011, 49) näkee sosiaalisen kuratoinnin, eli siihen liittyy muun muassa arviointi, arvottaminen ja valikointi.

Villi nostaa esiin myös sen, kuinka sosiaalinen kuratointi voi lisätä mediasisältöjen merkittävyyttä ja laajentaa niiden kiertoa (emt.), mikä käy toteen myös tutkimustapauksessani. Yleisö merkityksellistyy verkkojutuissa aktiivisena osana sisällön liikettä, sirkulaatiota. Sosiaalisena kuratoijana toimiessaan yleisö vaikuttaa aktiivisesti siihen, että Lennin tapaus nousee julkiseen keskusteluun. Tapauksen myötä myös laajempi yhteiskunnallinen ilmiö, eli lasten sukupuoliroolit, tarinan taustalla päätyvät osaksi julkista keskustelua. Yleisön sosiaaliseen kuratointiin liittyy sosiaalisessa mediassa syntyvä ja tapahtuva Lenni-ilmiö, josta aineiston verkkojutut raportoivat. Verkkojuttujen perusteella sosiaalisessa kuratoinnissa on merkityksellistä myös se, kuinka suuri on kuratoinnin volyyymi. Mitä suurempi joukko osallistuu kuratointiin, sitä suositumpi levitettävä sisältö on, eli sitä enemmän sisältö saa huomiota. Kun yleisö jakaa sisältöä, se osallistuu julkiseen



keskusteluun ja nostaa sinne aiheita. Samalla sisältö voidaan olettaa kiinnostavaksi. Sosiaalinen kuratointi liittyy täten läheisesti myös uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteisiin.

Yleisön tuottama sisältö on merkittävässä osassa sekä tapauksen sirkulaatiossa että aineiston yleisölle antamissa merkityksissä. Sisällöntuotanto vaikuttaa toimintamuotona niin moneen yleisön saamaan merkitykseen verkkojutuissa, etten yksilöi sitä omaksi roolikseen. Yleisön sisällöntuotanto ei nimittäin saa tapauksessa merkityksiä itsessään, vaan suhteessa eri viestintäalustojen ja toimintamuotojen vuorovaikutukseen. Kun otetaan huomioon se, kuinka aineiston verkkojuttujen lähteenä toimii pikemmin juuri yleisön tuottama sisältö kuin yleisö itse, pidän yhtenä yleisön roolina *lähteen tuottajaa*. Yleisö siis tuottaa sisältöä, eli informaatiota, joka sirkuloi sekä yleisön sisällä että valtamediassa. Lennin tapauksessa verkkojuttujen lähde ei ole siis suoraan yleisö, vaan media tekee uloskoodauksia ja niiden myötä omia sisäänkoodauksiaan yleisön sosiaaliseen mediaan tuottamista sisällöistä. Yleisö tuottaa Lennin tapauksessa näin ollen lähteitä, joiden pohjalta media tekee uutisia ja joiden kautta tapauksessa sirkuloiva kertomus Lenni-ilmiöstä rakentuu. Lähteen tuottajan rooli liittyy sirkulaation lisäksi agenda-settingin käsitteeseen, kun yleisön tuottamat sisällöt asettavat tapauksessa uutisoinnin aiheen ja näkökulman, eli ne nostavat lähteenä lasten sukupuoliroolit julkiseen keskusteluun.

Toinen sisällöntuotantoon kytkeytyvä rooli tapauksessa liittyy siihen, että yleisön toiminta saa verkkojutuissa merkityksiä myös sen mukaan, kuinka yleisön tuottama sisältö saa aikaan toimintaa sekä yleisössä että mediassa. Tämä näkyy aineistosta löytyvissä syy-seuraussuhteissa, kun yleisö reagoi alkuperäiseen päivitykseen, perustaa sen pohjalta tapahtuman ja osallistuu siihen sekä julkaisee mekkokuvia. Nimitän tätä *mobilisoijan* rooliksi, jossa yleisön toiminta vetää mukaan muita yleisön jäseniä tuottamaan sisältöä ja keskustelemaan sekä houkuttelee median tarttumaan tapaukseen. Tässä kohtaa yhdistyvät siis sekä sirkulaatio yleisön sisällä että mediassa. Mobilisoijan rooli mahdollistuu, koska mediayleisöillä on mahdollisuus päästä itse käsiksi mahdollisiin yleisöihin (Napoli 2009,6), joihin kuuluvat niin yleisön kuin mediankin edustajat. Mobilisointiin liittyy myös Mikko Villin ajatus siitä, että käyttäjien tuottaman sisällön roolina on vetää puoleensa toisia käyttäjiä ja saada heidät pitämään yhteyttä (2012,10).

Verkkojutuista erittelemäni mobilisoijan rooli on koko sosiaalisen median ilmiön, eli Minäkin olen Lenni –tapauksen, rakentumisen taustalla, kun yhä suurempi joukko yleisön jäseniä lähtee mukaan tapahtuman sirkulaatioon. Täten tämä rooli liittyy sirkulaation käsitteen lisäksi uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteisiin. Selvin esimerkki tästä on Facebook-tapahtuman perustaminen ja Juho

Pylvänäisen mekkokuva, joista raportoidessaan aineiston verkkojutut antavat yleisölle merkityksen toimintaan kehottajana ja Lennin tukemiseen kannustajana. Mobilisoijan rooliin liittyy myös sirkuloivan informaation kerrostuminen ja lisääntyminen, kun yleisö tuottaa sirkulaatioon yhä uutta materiaalia, mikä lisää ja pitkittää tapauksen sirkulaatiota. Mobilisoijana yleisö siis vaikuttaa koko sirkulaatioprosessin syntyyn, sisällöntuotantoon sekä tapauksen elinkaaren pituuteen. Mobilisoijan rooliin liittyy myös affektin käsite, kun yleisö motivoi muita yleisön jäseniä tunteisiin vetoamalla ja muutenkin affektiivisia reaktioita herättämällä.

Lennin tapaus keräsi paljon huomiota, mikä voidaan päätellä päivityksen kommentti- ja jakokerroista, yleisön sosiaalisessa mediassa Lennin tueksi julkaisemasta sisällöstä, Facebook-tapahtuman runsaasta osallistujamäärästä, mikä raportoidaan tapauksen verkkojutuissa. Huomioon liittyvät myös valtamedian puolella aiheesta tehdyt verkkojutut sekä niiden yksittäiset jakokerrat sekä yleisön juttujen yhteyteen kirjoittamat kommentit. Aineistosta on luettavissa analyysini perusteella yleisön rooli *suosion mittarina*, kun verkkojutut antavat yleisön toiminnalle merkityksiä tapaukseen osallistumisen volyymin ja sille annetun huomion määrän kautta. Tätä roolia tukee muun muassa Websterin (2014, 163) ajatus siitä, että sekä media että yleisö arvostavat suosiota, eli mediatuottajat investoivat mielellään julkista huomiota tavoitellessaan suosittuihin sisältöihin, jotka vetoavat sekä yleisöihin että mainostajiin. Suosion mittari –rooli liittyy siis suoraan sisältöjen sirkulaatioon.

Lennin tapauksessa suosion mittari –rooli näkyy etenkin siinä, että aineiston verkkojutut esittävät yleisön osallistumisen numeroina, jotka kasvavat juttu jutulta. Journalismin kiinnostavuuden mittaamisessa onkin siirrytty yhä enemmän mediakäytön volyymin ja käyttäjien lukumäärän tarkasteluun (Heikkilä ym. 2012, 55-56). Yleisön suosion mittaamisen kautta tapauksessa sirkuloivassa tarinassa syntyy täten oletus suosituista sisällöistä ja lopulta sosiaalisen median ilmiöstä. Suosion mittari- rooli löytyy siis analyysini mukaan sekä sirkulaation että uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden kautta.

Edellisestä roolista erottuu tulkintani mukaan *agendan määrittäjän* rooli, vaikka ne pinnalta katsoen ovatkin lähellä toisiaan merkitysten tasolla. Verkkojutuista on luettavissa oletus yleisöstä, joka nostaa Lennin tarinan ja laajemman yhteiskunnallisen ilmiön, eli lasten sukupuoliroolit, julkiseen keskusteluun ja median agendalle. Ajatustani agendan määrittäjän roolista tukee etenkin se, että Lennin tapauksesta uutisoinnin sävy ja näkökulmat ovat aineiston perusteella yleisön määrittämiä. Yleisön osallisuus agendan määrittämiseen ilmenee sirkulaatioprosessin edetessä myös siinä,

kuinka osassa jutuista yleisön oletetaan tuntevan tapaus niin hyvin, ettei sitä kerrata yksityiskohtaisesti. Yleisö määrittää agendan tapauksessa etenkin antamalla huomiota tapaukselle, mikä johtaa myös sisällöntuotantoon eli sirkuloivan informaation kasvuun. Agendan määrittämiseen liittyy lisäksi affektiivinen taso, kun affektiiviset reaktiot saavat yleisön toimimaan ja nostamaan juuri Lennin tapauksen agendalle. Kahden edellä esitellyn roolin ero on siinä, että yleisö on passiivisella tasolla suosion mittari, kun agendan määrittäminen edellyttää ainakin näennäisesti aktiivista toimintaa.

Agenda-setting ei näytä olevan enää uutismedian yksinoikeus, vaan esimerkiksi yleisön julkinen huolenaihe voi asettaa median agendan (McCombs 2004, 14), mikä näyttää korostuvan ainakin tapaustutkimukseni mukaan digitaalisessa julkisuudessa. Agendan määrittäjän rooliin liittyykin tiiviisti myös se, kuinka yleisöllä on verkkojuttujen perusteella pyrkimys vaikuttaa. Yleisön toiminnan taustalla on aineiston verkkojutuissa usein kantaa ottaminen, mikä saa yleisön tuottamaan sisältöä ja sen myötä nostamaan tapausta aktiivisesti julkiseen keskusteluun. Erottelen tämän toimintamuodon *kannanottajan* rooliksi, mikä ilmenee ensinnäkin sirkulaation tasolla motiivina tuottaa sisältöä ja perustaa Facebook-tapahtuma. Kantaa ottaminen lisää tapauksen sirkulaatiota, ja se toistuu yleisölle annettuna merkityksenä sirkuloivassa kertomuksessa. Kannanottajan rooliin liitetään verkkojutuissa myös affektiivisiä merkityksiä, kun yleisön vaikuttamispyrkimykset johdetaan affektiivisistä reaktioista, kuten suuttumuksesta, Lennin ja hänen kaltaistensa sukupuolinormeista poikkeavien lasten kohteluun. Lisäksi yleisö lisää kannanottajana tapauksen kiinnostavuutta ja antaa sille huomiota, eli rooli löytyy aineistosta myös uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden kautta tarkasteltuna.

Yleisön kannanottaminen liittyy lisäksi Boutrosin ja Willin (2010,7) käsitykseen siitä, kuinka sirkulaatio vakiinnuttaa kulttuuristen muotojen liikkeenä diskursseja. Kannanottajan rooli onkin erityisen tärkeä Lennin tapauksen sirkuloivan kertomuksen rakentumisen kannalta. Tästä hyvä esimerkki on se, että analyysini perusteella tapauksessa toimivat yleisön jäsenet pääsevät sirkulaation kertomuksen kertojiksi juuri vaikutuspyrkimystensä kautta. Sekä alkuperäisen päivityksen julkaissut Lennin äiti Mari Niinikoski, Facebook-tapahtuman perustaja Timo Santala että suurimman huomion mediassa saaneen yksittäisen mekkokuvan julkaissut Juho Pylvänäinen nousevat sirkulaatioprosessin eri vaiheissa Lenni-tapauksen kertojiksi, koska he haluavat verkkojuttujen mukaan ottaa toiminnallaan kantaa. Näiden kolmen yksilöidyn yleisön jäsenen lisäksi verkkojutuista löytyy myös kantaa ottava yleisö joukkona, joka toimii esimerkiksi

mekkokuvia julkaisemalla vaikuttaakseen. Muissakin rooleissa merkityksiä saavat sekä yleisön yksittäiset jäsenet että yleisö suurempana toimivana ja reagoivana joukkona.

Affektin käsitteen kautta löysin analyysissä tapauksen sirkulaatioon tiiviisti liittyvän roolin, jota kutsun *tahmeuden synnyttäjäksi*. Sara Ahmedin mukaan tahmeus tarkoittaa sitä, että sisältö on sitä affektiivisempää mitä tiiviimpää sen kierto on, ja affektien kiinnittyminen objektiin lisää sen kiertoa (2004,45). Minäkin olen Lenni –tapauksessa juuri yleisö synnyttää toiminnallaan ja reaktioillaan tahmeutta, eli Lenni-ilmiön voi nähdä tahmeaksi juuri yleisön aktiivisen osallistumisen kautta. Yleisön affektiiviset reaktiot kiinnittyvät sirkuloivaan ”objektiin”, joka on tutkimustapauksessa Lennin tarina ja siitä kummunnut sosiaalisen median ilmiö, mikä lisää kertomuksen sirkulaatiota. Yleisö siis synnyttää tahollaan tapauksen tahmeutta. Affektiiviset reaktiot kerrostuvat sirkulaatioprosessin edetessä, mikä antaa merkityksiä yleisön toiminnalle. Tahmeus liittyy myös uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteeseen. Tahmea, affekteilla kyllästetty ja tiuhaan sirkuloiva sisältö oletetaan kiinnostavaksi, eli mitä tahmeampi sisältö on, sitä kiinnostavampaa se on. Analyysini mukaan yleisö synnyttää tapauksen tahmeuden aluksi omalla tahollaan, ja valtavirtamedia lisää tätä yleisön tuottamaa tahmeutta uutisoimalla tapauksesta.

Tapauksen sirkulaation kannalta tärkeä on toinen erityisesti affektin käsitteen avulla erittelemäni yleisön rooli, jossa affektit kiinnittyvät yleisöön. Käytän tästä roolista nimitystä *affektiivinen tarttumapinta*. Aineiston verkkojutuissa yleisöön sitoutuu siis affektiivisiä merkityksiä, jotka saavat aikaan toimintaa sekä yleisössä että valtavirtamediassa sirkulaation kontekstissa. Liitän tähän rooliin analyysini perusteella kaksi affektiivistä merkitystasoa. Ensinnäkin yleisö merkityksellistyy verkkojutuissa samastumisen kohteena, kun esimerkiksi Lennin äidin tunnereaktioita korostetaan ja lopulta hän pelkistyy affektiiviseksi äidiksi, jonka kiukkuun muut yleisön vanhemmat voivat samastua. Samoin itse Lenni erilaisena ja ennakkoluuloista kärsivänä lapsena on samastuttava hahmo, jota kohtaan yleisö voi tuntea myötätuntoa. Tämä samastuminen saa verkkojutuista tekemäni analyysin mukaan aikaan myös toimintaa yleisön mekkokuvien ja muun Lenniä tukevan sisällön, kuten Facebook-tapahtuman, muodossa. Kun sirkuloivassa tarinassa on samastuttavia hahmoja, tapaus saa huomiota ja se kiinnostaa, eli se voi nousta median agendalle. Samoin voidaan tulkita, että mitä useampi voi samastua kertomukseen, sitä enemmän se kiinnostaa. Samastumisen taso voidaankin tulkintani mukaan löytää myös uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteiden kautta.

Toiseksi affektiivisen tarttumapinnan roolissa on nähdäkseni toiseuden tuottamisen taso, mikä tulee ilmi verkkojuttujen raportoidessa yleisön sosiaaliseen mediaan tuottamista mekkokuvista. Kuten

edellisessä kappaleessa esitin, yleisö saa verkkojutuissa merkityksiä myös sukupuolensa mukaan, kun sisällöntuottajista puhutaan ”miehinä mekkokuvissa”. Tällöin yleisöön kiinnitty toiseutta tuottava affekti, joka liittyy myös Lenni-pojan saamiin merkityksiin tapauksessa sirkuloivassa tarinassa. Ahmed esittää, että affektiivisuuteen liittyvät myös affektiivisten reaktioiden luomat rajat itsen ja toisten välille sekä se, kuinka tämä erottelu antaa merkityksiä ”toisille” (2004, 28). Kun yleisö toimii verkkojutuissa sukupuolisten konventioiden vastaisesti, se synnyttää toiseutta luovia affektiivisia reaktioita, jotka kiinnittyvät yleisön toimintaan ja antavat sille merkityksiä. Tältä kannalta affektiivisena tarttumapintana toimiminen lisää tapauksen kiinnostavuutta ja uutisarvoa sekä sen saamaa huomiota. Toiseuden merkitykset pysyvät aineistossa mukana koko tapauksen sirkulaatioprosessin ajan lähtien Lennistä ja loppuvaiheessa kiinnittyen mekkokuvia julkaisevaan yleisöön.

Kuten tässä yhteenvedossa on tullut ilmi, yleisön roolit Minäkin olen Lenni –tapauksen sirkulaatioprosessissa ovat limittäisiä, ja useimmat niistä merkityksellistyvät usean tutkimusvälineenä käyttämäni käsitteen kautta. Tapauksen sirkulaatioprosessin ja tutkimuskäsitteiden kautta tulkitsemiini yleisön rooleihin yhdistyy siis monia eri toimintamuotoja, eli erilaisia yleisölle ja sen toiminnalle verkkojutuissa annettuja merkityksiä. Olen tässä yhteenvedossa erotellut ja yhdistellyt näitä toimintamuotoja kahdeksaksi eri rooliksi Mieke Balin (2002) käsitteellistämisen ajatukseen tukeutuen. Oheinen taulukko (Kuva 4) havainnollistaa analyysissä esiin tulleiden yleisön roolien yhteyttä eri tutkimuskysymysten käsitteisiin.

Yleisön rooli	Sirkulaatio	Uutiskriteeri/Agenda-setting	Affekti
Sosiaalinen kuratoija	●	●	
Lähteen tuottaja	●	●	
Mobilisoija	●	●	●
Suosion mittari	●	●	
Agendan määrittäjä		●	●
Kannanottaja	●	●	●
Tahmeuden synnyttäjä	●	●	●
Affektiivinen tarttumapinta		●	●

Kuva 4. Yleisön roolit ja niiden yhteys tutkimuskäsitteisiin tapauksessa ”Minäkin olen Lenni”.

Taulukosta näkyy, kuinka eri käsitteiden kautta tarkasteltuna aineistosta löytyy samankaltaisia ja merkitystasoiltaan kerrostuvia yleisön rooleja, joista muodostuu kolmen tutkimuskysymyksen

kautta kokonaiskuva yleisön rooleista Minäkin olen Lenni –tapauksen sirkulaatioprosessissa. Yleisön saamat merkitykset sirkuloivat verkkojuttujen perusteella tapauksessa samaan tapaan kuin informaatio. Huomattavin taulukosta näkyvä tulos on se, kuinka kaikki käsitteellisen pohdinnan kautta erittelemäni roolit liittyvät uutiskriteerin ja agenda-settingin käsitteisiin. Tämä vahvistaa tutkimuskysymysten ohessa esittämäni oletuksen siitä, kuinka yleisön toiminta voi itsessään vaikuttaa uutiskriteereihin sekä synnyttää ja liikuttaa ilmiöitä, eli nousta median agendalle digitaalisessa julkisuudessa.

Tapaustudkimuksen yleisö näyttäytyy edellä erittelemieni roolien perusteella paitsi aktiivisena ja osallistuvana, niin myös ainakin näennäisesti valtavirtamediasta riippumattomana, autonomisena toimijana. Digitaalisen julkisuuden yleisö on viestintäprosesseissa ainakin periaatteessa riippumaton valtavirtamediasta (ks. Quandt ja Singer 2009,138), mikä on hyvin esillä aineiston jutuissa, mikä liittyy etenkin edellä esiteltyyn sosiaalisen kuratoijan ja agendan määrittäjän rooleihin. Kuitenkin sirkulaatioprosessin kokonaisuutta tarkasteltaessa on selvää, että tapauksen kierto ei olisi ollut näin laajassa mittakaavassa mahdollista ilman valtavirtamedian avustusta. Sirkulaation näkökulmasta media ja yleisö tekevät tapauksessa tiivistä yhteistyötä sirkuloivan kertomuksen tuottamisessa. Vaikka tapauksen sirkulaatioprosessin alkupiste on yleisössä, eli Lennin äidin Facebook-julkaisussa, ja sen alkusysäyksen antoi yleisön aktiivinen sosiaalinen kuratointi, tarinan sirkuloiminen mediakentälle ja eri medioiden välillä teki osaltaan tapauksen kokonaissirkulaation jatkumisen mahdolliseksi. Valtavirtamediasta riippumattomasta sirkulaatiosta kertoo esimerkiksi se, kuinka jutuissa kerrotaan päivityksen (Yle 1.6.2015/1 ja Yle 8.6.2015/2) sekä Juho Pylvänäisen mekkokuvan (IS 5.6.2015) ”leviämisestä” sosiaalisessa mediassa. Sirkulaatio esiintyy näin ollen aineistossa myös suoraan yleisön aikaansaamana toimintana, joka tapahtuu sosiaalisessa mediassa.

Tulosten perusteella voi tulkita, ettei tapauksen sirkulaatioprosessi ole suoraviivainen, eli sen vaiheet eivät seuraa suoraan toisiaan. Yleisön toiminta merkityksellistyy jutuissa sirkulaatioprosessin edetessä myös silloin, kun toiminta on tapahtunut jo monta sirkulaatiovaihetta sitten. Esimerkiksi päivityksestä ja sen saamista huomiosta uutisoidaan vielä sirkulaation jo loppuessa (HS 8.6.2015 ym.). Tapauksessa sirkuloiva kertomus kasvaa koko ajan uusilla näkökulmilla ja toimijoilla sekä yleisön toiminnan saamalla merkityksillä, jotka tulevat mukaan eri alustoilta sirkulaation edetessä ja kiihtyessä. Sirkulaatio näyttäytyy tapauksessa prosessina, jossa yleisön ja median tuottama informaatio kerääntyy yhteen suuremmaksi kokonaisuudeksi, mikä muodostaa Lennin tapauksen kokonaiskuvan.

## 8.2. Hallin kierron ajatus tapauksessa ”Minäkin olen Lenni”

Käytin tapaustutkimukseni metodologisena välineenä käsitteellistämisen ohella Stuart Hallin (1992) sisään- ja uloskoodauksen viestintämallia. Etenkin Hallin ajatus merkitysten kierrosta osoittautui erityisen hedelmälliseksi yleisön roolien etsimisessä. Analyysistä saamieni tulosten perusteella on selvää, että Hallin näkemys merkitysten kierrosta toteutuu tutkimustapauksessa. Hall puhuu viestintämallissaan sanomien vaihdosta rakenteena, joka syntyy tuotannon, kierron, jaon ja kulutuksen sekä uusintamisen liittyessä yhteen. Tuotantosuhteet ja -käytännöt muuttavat tiettyä kierron hetkenä muotoaan ja itse tuotteen kierto toteutuu diskursiivisessa muodossa. (Emt. 133-134) Tutkimustapauksesta erittelemistäni sirkulaatioprosessin vaiheista (Kuva 3) voidaankin nähdä, kuinka yleisön suhteet valtavirtamediaan muuttavat muotoaan sirkulaation mukana. Tapauksessa kiertävät merkitykset näyttävät syntyvät yleisön ja median vuorovaikutuksessa.

Hall kehitti viestintämallinsa silloin, kun televisio oli uusinta viestintäteknologiaa, ja hän käyttääkin esimerkkinä kierron aloittavasta, diskurssia tuottavasta työprosessista juuri tv-tuotantoa (1992, 135). Malli näyttää tapaustutkimukseni mukaisesti toimivan myös sovellettuna digitaaliseen julkisuuteen ja verkkoympäristöön, verkkotuotantoon, kun tarkastellaan viestintäsuhteita ja merkitysten kiertoa. Aineiston analyysissä mallin soveltaminen avasi ovia yleisön rooleihin, kun tarkastelin käsitelähtöisesti yleisölle verkkojutuissa annettuja merkityksiä. Aineistosta on luettavissa se, kuinka yleisö on mukana tuotteen kierrossa ja diskursiivisen muodon rakentumisessa. Hallin ajatus viestien vaihdosta eri toimintamuodoista koostuvana rakenteena asettaa tapauksen yleisön verkkojuttujen mukaan aktiiviseksi osaksi sanoman tuotantoa, kiertoa, jakoa ja uusintamista.

Merkitysten syntyä ja kiertoa tarkasteltaessa on kuitenkin hyvä ottaa huomioon myös yleisön rooleja muovaavat rakenteet, joihin lukeutuu digiajalla sosiaalinen media. Hallin ajatuksia sosiaalisen median kriittiseen tutkimukseen soveltanut Minna Saariketo (2015, 128) esittää sisäänkoodaus–uloskoodaus-mallia mukaillen, että sosiaalista mediaa tutkittaessa on syytä ottaa huomioon sekä sivustojen rakentuminen ja merkitysten ensisijaistaminen että se, miten ihmiset ymmärtävät sivustojen merkityksen toiminnalleen. ”Minäkin olen Lenni” tapauksessa sosiaalinen media tuottaa yleisölle tiettyjä rooleja, jotka kiertävät, vahvistuvat ja monistuvat aineiston verkkojutuissa. Olen analysoinut tapaustutkimuksessa yleisön toiminnalle verkkojutuissa annettuja kiertäviä merkityksiä, mutta on syytä silti muistaa Saariketoa mukaillen näiden toimintamuotojen syntyneen ja mahdollistuneen sosiaalisen median alustoilla, niiden rakenteiden ja painotusten mukaisesti.

Sisään- ja uloskoodauksen viestintämalli on siis analyysini perusteella käyttökelpoinen myös digitaalisen julkisuuden viestintäsuhteiden tarkastelussa, kun sisään- ja uloskoodauksen rooleja ei säilytetä yksinomaan valtavirtamedialle tai yleisölle. Hall tuo esiin sen, kuinka yleisö voi olla sekä viestin vastaanottaja että sen lähde (1992, 135). Tämä tuli selvästi esiin Lennin tapauksessa, kun yleisön tuottama sisältö sekä sen sirkulointi yleisön sisällä sirkuloivat valtavirtamedian teksteissä. Analyysini vahvistaa tutkimukseni metodologiaa esittelevässä luvussa 5 esittämäni ajatusta siitä, että digitaalisessa julkisuudessa sisään- ja uloskoodaajan roolit voivat jakautua sekä yleisölle että medialle.

Kun sisään- ja uloskoodausta harjoittavat sekä yleisön jäsenet että media, tapauksessa sirkuloivan kertomuksen merkitykset toistuvat ja kerrostuvat. Yleisön sisäänkoodaajan rooli näkyy eritoten siinä, kuinka yleisön tuottamaa sisältöä käytetään verkkojuttujen lähdemateriaalina. Sirkulaatioprosessin alussa Lennin äidin päivitykseensä sisäänkoodaamat merkitykset kiertävät mediassa, mitä on edeltänyt näiden merkitysten uloskoodaus päivityksestä sekä niiden sisäänkoodaus uudestaan verkkojuttuihin. Perustaessaan ja osallistuessaan Facebook-tapahtumaan sekä julkaistessaan mekkokuvia sosiaalisessa mediassa yleisö sisäänkoodaa jälleen uusia merkityksiä, jotka kiertävät ulos- ja sisäänkoodattuina mediassa sirkuloivassa kertomuksessa.

Yleisön saamat merkitykset verkkojutuissa kiertävät sirkulaatioprosessin edetessä Hallin kuvailemalla tavalla. Tästä paras esimerkki on tapauksessa toistuva affektiivisuus. Jokainen sisään- ja uloskoodaus, oli se sitten yleisön tai valtavirtamedian roolina, kerryttää tapauksen kertomuksessa sirkuloivia affektiivisiä merkityksiä ja uusintaa niitä. Muun muassa edellä kuvailemani yleisön kannanottajan rooli nousee esiin verkkojutuista, kun yleisön toiminta saa kerta toisensa jälkeen merkityksen vaikuttamispyrkimyksenä ja solidaarisuuden osoituksena Lenniä kohtaan. Tämä merkitysten kertyminen ja toistuminen näkyy myös siinä, kun verkkojutut olettavat yleisön tuntevan Lennin tapauksen niin hyvin, ettei mekkokuva-ilmiön taustoja selitetä monessa jutussa kovinkaan tarkasti. Samoin yleisön toiminta, kuten sosiaalinen kuratointi, saa merkityksiä esimerkiksi tapauksen kiinnostavuuden osoituksena mistä kertoo edellä kuvailemani yleisön suosion mittari – rooli. Nämä merkitykset kiertävät ja uusintuvat sirkulaatioprosessin alusta loppuun verkkojutuissa sekä yleisön sosiaalisen median toiminnassa, josta jutut raportoivat.

Tapauksen kannalta merkitystä on myös sillä, että Hallin mielestä kierto alkaa diskurssia tuottavasta ”työprosessista”, joka on kauttaaltaan merkitysten ja ajatusten kyllästävä (Emt.). Lennin tapaus sai alkunsa Mari Niinikosken päivityksestä, johon sisäänkoodatut merkitykset sirkuloivat



verkkouutisissa aina sirkulaatioprosessin loppuun asti. Tutkimustapauksen sirkulaatio alkoi siis ensinnäkin sosiaalisen median ”työprosessista”, eli yleisön sisällöntuotannosta ja sosiaalisesta kuratoinnista, kun yleisö reagoi Niinikosken päivitykseen omilla viestintäalustoillaan tuottaen tapauksen diskurssia. Toisekseen sirkulaation alkuun vaikuttivat päivityksen saamista huomiosta raportoineen valtavirtamedian ”työprosessit”, jotka tahoillaan lisäsivät merkityksiä tapauksessa kiertävään diskurssiin. Näin ollen Hallin sisään- ja uloskoodauksen viestintämalli osoittautui erittäin käyttökelpoiseksi analyysissa ja avasi mahdollisuuksia verkkojuttujen merkitysten tutkimiseen muutenkin kuin tekstitasolla, etenkin sirkulaation liikkeen ja viestinnän osapuolten vuorovaikutussuhteiden näkökulmasta.

### **8.3. Pohdinta**

Digitalisaation vaikutus viestintäteknologioiden ja –suhteiden kehitykseen on prosessi, joka jatkuu edelleen. Yleisön määrittäminen koko ajan muuttuvassa verkkoympäristössä on haasteellista, ja tutkimukset vanhenevat nopeasti. Huomasin tämän ongelman myös tätä tutkielmaa tehdessäni. Vain muutama vuosi sitten julkaistut tutkimukset ja teoriat vaikuttivat vanhentuneilta, kun vertasin niitä omiin kokemuksiini verkkoviestijänä. Sain huomata, että nykyajan mediatutkimuksessa on otettava aina huomioon vielä käynnissä oleva kehitys, jota ei ole vielä ehditty raportoida kattavasti tutkimuskirjallisuudessa. Yleisön roolit ovat digitaalisessa julkisuudessa jatkuvassa muutoksessa, joten tämänkin tutkielman tulokset saattaisivat olla erilaisia muutaman vuoden päästä, ja nyt tekemäni tulkinnat voivat olla vanhentuneita jo huomenna. Tämä pro gradu –tutkielma onkin kuva tästä ajasta, pohdinta median ja yleisön vuorovaikutussuhteista yhdessä tämänhetkisen digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosessissa, joka on saanut alkunsa yleisöstä.

Tämänhetkinen yleisö vaikuttaa olevan mysteeri niin mediatutkijoille kuin mediatalojen toimituksillekin, joten digiajan yleisön toiminnan, tai sen mediassa saamien merkitysten, tutkimus vaatii liukuvaa käsitystä yleisöstä. Tapaustutkimukseni perusteella verkossa toimii nykyaikaisia teknologioita hyödyntävä ja monilta osin valtavirtamediasta riippumaton yleisö, jota ei voi enää rajata tiukasti perinteiseen tapaan passiiviseen tai aktiiviseen. Esimerkiksi yleisön aktiiviseen osallistumiseen kansalaisjournalismin nousun aikaan kehitetty käsite julkiso ei anna tutkimukseni mukaan kokonaisvaltaista kuvaa digitaalisen julkisuuden yleisöstä, josta vain osa osallistuu aktiivisesti sisällöntuotantoon ja verkon julkisen keskustelun määrittelyyn.

Tästä huolimatta julkisouden ajatus on merkityksellinen tutkimustulosteni, eli Lennin tapauksen sirkulaatioprosessista erittelemieni roolien, kannalta. Pietilän ja Ridellin (2010b, 484-485) mukaan julkisena toimiminen, eli julkisous, kuvaa mediaan suhtautuvien toimintamuotojen lomittumista kattavimmin. Julkisouden voi laukaista jokin median kertoma tieto, jolloin ihmiset toimivat julkisena osana laajempaa mediayleisönä olemista. Mediasta kimmokkeen saava julkinen toiminta voi myös pyrkiä vaikuttamaan median ulkopuolelle, jolloin toiminta ei ole Pietilän ja Ridellin mielestä enää osa ”mediayleisöysprojektia”. (Emt.) Julkisous on tätä ajatusmallia mukailleen merkittävässä osassa erittelemiäni rooleja, mutta ne eivät rajoitu julkisouteen. Julkison käsite ei esimerkiksi ota huomioon sitä, kuinka julkinen toiminta voi saada kimmokkeensa median sijaan yleisöstä. Käsitys julkisosta korostaa mediayleisönä toimivien ihmisten aktiivisuutta, keskustelua ja osallistumista, mutta jättää mielestäni digitaalisen julkisuuden kontekstissa osin huomiotta tämän toiminnan saamat merkitykset esimerkiksi mediakonventioiden ja laajemmin mediailmiöiden synnyn kannalta. Julkison käsite keskittyy ihmisten väliseen vuorovaikutukseen, kun digitaalisessa julkisuudessa merkittävää on myös vuorovaikutus median ja yleisön välillä.

Julkison käsite kattaa näin ollen vain osan yleisön rooleista ”Minäkin olen Lenni” –tapauksessa, kun joissakin rooleissa yleisön osallisuus sirkulaatioprosessiin korostuu esimerkiksi uutiskriteerin, eli median konventioiden, kautta. Tämän hetken verkkoyleisöä tarkasteltaessa tuleekin huomata, kuten tutkimustulokseni osoittavat, että yleisön rooli verkon sirkulaatioprosesseissa voi olla sekoitus monia eri toimintamuotoja, niin aktiivisia kuin passiivisiakin. Julkison käsite kuvaa hyvin aktiivisesti keskustelevaa ja osallistuvaa digitaalisen julkisuuden yleisöä, mutta se saattaa jättää huomiotta hienovaraisemmat digiajan yleisön roolit, jotka vaikuttavat esimerkiksi viestien sirkulaatioon. Verkossa yleisön pieni aktiivinen vähemmistö saa suuren näkyvyyden (Villi 2011, 52), joten digiajan yleisölle on saatettu antaa liian painava rooli viestintäprosesseissa niin mediataloissa kuin tutkimuskentälläkin, mihin omakin tutkielmani voi osin sortua.

Tarkastelin yleisön rooleja tutkimustapauksen sirkulaatioprosessin kautta, koska juuri yleisön osallisuus verkon mediailmiöiden liikkeeseen ja syntyyn on minusta erityisesti tutkimisen arvoista digitaalisen murroksen vaikutusten näkökulmasta. Sirkulaation liike yleisön sisällä sekä yleisön ja valtavirtamedian välillä antoi analyysilleni tarpeelliset rajat, joiden avulla yleisön roolien hahmottaminen ja merkitysten löytäminen juuri toiminnan kontekstissa osoittautui mahdolliseksi. Käsitteet toimivat tapaustutkimuksessa Mieke Balin (2002) käsitteellistämisen ajatusta mukailleen työvälineinä, joiden kautta yleisölle verkkojutuissa annetut merkitykset tulivat nähdäkseeni yksityiskohtaisemmin esiin.

Käyttämäni käsitteet ohjasivat analyysia ja tulkintaa, joten toisenlaiset käsitteet olisivat voineet johtaa eri tavalla painottuneiden yleisön roolien löytymiseen. Kuitenkin etenkin tutkielmani pääkäsite sirkulaatio osoittautui tutkimustavalleni korvaamattomaksi. Sirkulaation ohella oli luontevaa käyttää käsiteparia uutiskriteeri ja agenda-setting eritoten sirkulaatioprosessiin vaikuttavan yleisön toiminnan saamien merkitysten avaamiseen. Affektin käsite taas oli käyttökelpoinen, koska analyysi kohdistui sosiaalisessa mediassa, ihmisten välisen vuorovaikutuksen ja affektiivisten reaktioiden keskiössä, alkunsa saaneeseen ja liikkuneeseen tapaukseen. Olen tyytyväinen valitsemiini käsitteisiin, sillä niiden avulla tapaustutkimuksen rakenteen ja tutkimuskysymysten määrittely oli vaivatonta ja tuntui tarkoituksenmukaiselta.

Tämän pro gradu-tutkielman syntyprosessi on ollut monivaiheinen, mutta alusta asti tutkimusaihe ja tutkimustapa ovat olleet selviä. Tutkimuksen oli alun perin tarkoitus olla teoreettinen kartoitus viimeaikaisesta yleisötutkimuksesta, minkä kautta olisin tarkastellut ”Minäkin olen Lenni” -tapauksen sirkulaatioprosessista löytyviä yleisön rooleja. Aineistoon tutustuttuani kuitenkin huomasin, että tarkempi yleisölle annettujen merkitysten tarkastelu on paikallaan, jotta saisin luotua kattavan kuvan yleisön rooleista juuri ”Minäkin olen Lenni” –tapauksesta raportoivien verkkojuttujen pohjalta. Tapaustutkimuksen olisi voinut toteuttaa myös diskurssianalyysillä, mikä olisi saattanut tuottaa hieman eri tavalla painottuneita tuloksia. Analyysini lähestyykin paikoitellen diskurssianalyysia, kun etsin verkkojutuista käsitteiden avulla toistuvia yleisölle annettuja merkityksiä, eli tutkin myös tapoja, joilla yleisöstä puhutaan aineistossa. Valitsemani käsitelähtöinen tutkimustapa antaa kuitenkin tilaa yleisölle annettujen merkitysten löytämiselle myös laajemmin kuin pelkän tekstin tasolla, kun diskurssianalyysi olisi saattanut rajoittaa analyysia liikaa.

Tässä tutkielmassa olisi ollut mahdollista myös testata hypoteesia tutkimuskysymysten ja käsitteellisen pohdinnan sijaan, mikä oli alun perin yksi tutkimusvaihtoehdoista. Hypoteesini oli aluksi se, että digitaalisen julkisuuden sirkulaatioprosesseissa yleisön toiminta voi olla itsessään uutiskriteeri, ja yleisöllä on yhä enemmän valtaa mediailmiöiden synnyssä sekä julkisen agendan määrittämisessä. Hypoteesi näyttää toteutuneen, kun tarkastellaan analyysin pohjalta erittelemieni yleisön roolien yhteyttä tutkimuskäsitteisiin (Kuva 5). Tämän tutkimuksen tarkoitusta palveli kuitenkin paremmin käsitteellinen analyysi, kuten edellä olen esittänyt, ja tähän pohjautuen tutkimuskysymysten rakentuminen käsitteiden varaan. Tätä tutkielmaa innoittanut hypoteesi löytyy

kuitenkin oletuksena tutkimuskysymysten yhteydestä, mikä valottaa osaltaan tutkielman syntyprosessia.

Kuten esitin edellisessä alaluvussa, Stuart Hallin merkitysten kierron ajatus näyttää toteutuvan selvästi tapauksessa, eli sisään- ja uloskoodauksen ottaminen osaksi tutkimuksen metodologiaa oli perusteltu ja onnistunut valinta. Viestintämallin ja sen kierron ajatuksen soveltaminen digitaaliseen julkisuuteen toimii erityisen hyvin, kun analysoin aineistoa käsitelähtöisesti ja tapauksen sirkulaation kontekstissa. Aluksi hankaluuksia aiheutti kuitenkin Hallin ajoittain vaikeaselkoinen ilmaisutapa, mutta lopulta viestintämalli alkoi käydä järkeen, kun suhteutin sen verkkoympäristöön. Mahdollinen sudenkuoppa voi olla se, että olen saattanut nähdä merkityksiä tai sisään- ja uloskoodauksia siellä, missä niitä ei todellisuudessa ole ollut. Kuten jokainen analyysi, tämäkin tapaustutkimus on vain yksittäisen henkilön tulkinta tutkittavasta kohteesta ja siinä esiintyvistä merkityksistä. Tapaustutkimukseni tavoite ei ollutkaan löytää varmoja vastauksia, vaan pohtia yleisön rooleja juuri tässä tapauksessa käsitteellisesti aineiston verkkojuttujen perusteella.

Tutkielmani ei edusta yleisötutkimusta, vaan kartoittaa yleisölle ja sen toiminnalle mediateksteissä annettuja merkityksiä. Tutkimustulokseni, eli analyysin avulla tapausta käsittelevästä aineistosta löytämäni yleisön kahdeksan eri roolia, antavat viitteitä siitä, kuinka monimuotoista ja omaehtoista yleisön osallistuminen verkossa kiertäviin ilmiöihin ja julkiseen keskusteluun voi olla. Tuloksia ei voi välttämättä yleistää kaikkiin yleisöstä lähtöisin oleviin sähköisen median uutistapahtumiin, mutta tutkielmani voi paitsi valottaa verkkoyleisön moninaisia rooleja, myös kannustaa niin tutkijoita kuin mediatalojakin päästämään lopullisesti irti tiukasta jaosta aktiiviseen ja passiiviseen yleisöön.

Kuten edellä on tullut ilmi, digitaalisessa julkisuudessa yleisö näyttää koostuvan yksilöistä ja yhteisöistä, jotka toimivat pääosin omien intressiensä mukaisesti joko sivustakatsojina tai keskustelijoina ja sisällöntuottajina. Tutkimustulosteni kannalta olennaista on se, kuinka yleisö osallistuu verkossa ilmiöiden syntyyn ja puheenaiheiden nostamiseen julkiseen keskusteluun. Tutkimustapauksessani valtavirtamedia pääosin raportoi yleisön toiminnasta ja sosiaalisen median ilmiöstä, eli on ikään kuin ulkopuolinen tarkkailija itsenäisen yleisön luomassa ja hallinnoimassa tapahtumassa. Tulee kuitenkin muistaa, kuten edellisessä alaluvussa esitin, että yleisön toimintamahdollisuuksiin vaikuttavat myös teknillis-taloudelliset tilat, kuten sosiaalinen media, joissa ihmiset verkossa toimivat (Saariketo 2015). Ihmisten toimintamahdollisuuksiin vaikuttavien

rakenteiden tarkastelu olisi oma kriittisempi tutkimuksensa, kun tässä tutkielmassa olen keskittynyt yleisön roolien kartoittamiseen tutkimustapauksessa.

Verkkoyleisöä tutkitaan tällä hetkellä paljon ympäri maailmaa, ja Suomessakin on tekeillä lukuisia tutkimuksia aiheesta. Koko ajan muuttuva ja kehittyvä teknologia lisää yleisön mahdollisuuksia kuluttaa, jakaa ja tuottaa informaatiota, mikä väistämättä vaikuttaa myös journalismiin. Tätä kirjoittaessa lähes jokaisen suuren suomalaisen verkkomedian sivuilta löytyy vähintään yksi juttu, jossa raportoidaan tavallisten ihmisten sosiaalisessa mediassa julkaisemista sisällöistä, jotka ovat herättäneet laajaa huomiota yleisön keskuudessa. ”Minäkin olen Lenni” –tapaus ei siis ole yksittäinen poikkeus, vaan osa tällä hetkellä vallitsevaa trendiä. Yleisöstä saadaan uutisaiheita, jotka huomiota kerätessään ovat mediatalojen näkökulmasta takuulla kiinnostavia ja vetävät varmasti lukijoita. Sosiaalinen media on täynnä valmista materiaalia, jota media voi hyödyntää sen saaman huomion perusteella. Monet mediatoimijat ovatkin perustaneet täysin verkon tapahtumien uutisointiin keskittyviä tai niitä tarjonnassaan painottavia sivustoja, joista tämän tutkielman aineistossa esiintyvät Iltalehden Fiidi.fi ja Yleisradion Yle Kioski ja YleX.

Yleisön osallistumista verkon mediailmiöiden syntyyn ja uutistuotantoon voisi tutkia myös muuten kuin mediatekstejä analysoimalla. Esimerkiksi toimittajien haastattelututkimuksilla voitaisiin selvittää, millaisena yleisön rooli nähdään mediataloissa ja millä perusteilla sosiaalisen median sisältöä nostetaan uutisvirtaan. Samaten aktiivisesti sisällöntuotantoon osallistuvan yleisön haastattelututkimus voisi kertoa julkiseen keskusteluun osallistumisen ja sisällöntuotannon motiiveista, kun taas median sisältöjä ja ilmiöitä sivusta seuraava yleisö voisi toimia tässä toisena ääripäänä. Tämäntyyppistä tutkimusta onkin jo tehnyt muun muassa Minna Saariketo (2015) tutkiessaan Facebookin käyttäjien ja ei-käyttäjien suhtautumista alustaan teknologiavälitteisenä tilana. Haastattelututkimuksen avulla voitaisiin mielestäni pureutua myös siihen, miksi yleisö toimii tietyllä tavalla sosiaalisessa mediassa ja mitä se haluaa tai uskoo saavuttavansa toiminnallaan. Selvää kuitenkin on, että yleisö vaikuttaa mediatuotantoon digitaalisessa julkisuudessa yhä moninaisemmilla tavoilla aina ilmiöiden ja uutisten synnystä julkiseen keskusteluun.

Median ja sen yleisön lisäksi yleisötutkimus on murroksessa. Tässä tutkielmassa olen joutunut painiskelemaan etenkin yleisöön viittaavien käsitteiden kanssa. Miten kutsua joukkoa ihmisiä, joita ei voi pelkistää perinteiseksi massayleisöksi, osallistuvaksi ja keskusteleväksi julkiseksi tai verkon viestintäalustojen käyttäjiksi? Tässä tutkielmassa olen käyttänyt verkossa viestivistä ihmisistä, jotka eivät ole journalismin ammattilaisia, kattokäsitettä ”yleisö”. Viimeaikaisessa tutkimuksessa

vakiintuneet yleisökäsitteet olisivat saattaneet rajoittaa analyysia, koska ne eivät mielestäni ota tarpeeksi laajasti huomioon verkon yleisölle tarjoamia moninaisia toimintamahdollisuuksia sekä niiden käyttämättä jättämistä. Tutkimustulosteni perusteella verkossa toimii osallistuva ja muita osallistava yleisö, joka viestii omilla ehdoillaan samalla valtavirtamediasta riippumatta ja sen kanssa vuorovaikutuksessa. Yleisöllä on teknologian kehityksen ansiosta lukemattomia mahdollisuuksia osallistua sisällöntuotantoon ja keskusteluun, mutta kaikki eivät ole yhtä aktiivisia. Tutkielmani mukaan verkossa toimiva yleisö vaatii uudenlaista terminologiaa, joka ottaisi huomioon digiajan mukaan tuomat mahdollisuudet sekä yleisön riippumattomuuden valtavirtamediasta.

Tarvetta uudelleen yleisökäsitykseen tukee ajatus interaktiivisesta uudesta mediasta, joka Listerin ym. mukaan tarkoittaa yleisölle muun muassa itsenäisempää suhdetta tiedon lähteisiin, suurempaa valinnanvapautta sekä yksilöllistyvää mediakäyttöä (2009, 21). Tutkimustulokseni osoittavat, että digitaalisen julkisuuden yleisö ei rajoitu yhteen käsitykseen yleisöstä, vaan sen toimintamuodot ja -mahdollisuudet läpileikkaavat ja ylittävät olemassa olevia yleisökäsityksiä. Tutkimustapaukseni yleisön saamisissa merkityksissä korostuu etenkin valinnanvapaus ja vuorovaikutus, mitä ei ole mielestäni otettu vielä tarpeeksi huomioon verkon yleisöjä määriteltäessä. Oma tutkimuksensa olisi se, miten yleisön sirkulaatioprosessissa saamat roolit suhteutuvat olemassa oleviin yleisökäsityksiin ja -käsitteisiin. Kuten edellä olen todennut, tämä tutkielma ei edusta yleisötutkimusta, mutta tutkimustuloksista voisi saada irti uusia tasoja yleisötutkimuksen menetelmillä.

Verkon yleisön roolien jatkotutkimukseen on loputtomasti mahdollisuuksia, mutta mielestäni erityisen tärkeää olisi juuri yleisökäsityksen tarkempi uudelleenmäärittely: keitä he ovat, miksi he toimivat tietyllä tavalla ja mikä heidän merkityksensä on verkkoon painottuvalle uutistuotannolle. Yleisön roolien pohtiminen on avannut silmäni eritoten sille, kuinka verkkoyleisön toiminta vaikuttaa yhä enemmän median käytäntöihin. Uutisaiheiden ammentaminen sosiaalisesta mediasta saattaa vaikuttaa laiskalta journalismilta, mutta tällaiset jutut ovat silti hyvin luettuja ja jaettuja. Nyt olisikin erityisen tärkeää ymmärtää sosiaalisen median potentiaali ja hyödyntää sitä journalismissa mahdollisimman luovasti ja kiinnostavasti, eikä mennä siitä mistä aita on matalin. Digitaalinen murros kurittaa perinteistä mediaa, mutta se tarjoaa sille myös mahdollisuuksia. Katsokaa vaikka yleisöä – ja ottakaa oppia.

## 9. Lähteet

- Ahmed, Sara (2004) *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- Bal, Mieke (2002) *Travelling Concepts. Rough Guide in Humanities a Rough Guide*. Toronto: Toronto University Press.
- Boutros, Alexandra & Straw, Will (2010) *Circulation and the City: Essays on Urban Culture*. Montreal: McGill-Queen's Press.
- Cotter, Colleen (2015) *Discourse and Media*. Teoksessa *The Handbook of Discourse Analysis*. Volume II. Toim. Tannen, Deborah et al. New York: John Wiley & Sons, 796-821.
- Couldry, Nick (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, Nick ym. (2007). *Media consumption and public engagement: beyond the presumption of attention*. London: Palgrave Macmillan.
- Dean, Jodi (2010). *Blog Theory: Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. Cambridge: Polity Press.
- Dearing, James W. & Rogers, Everett M. (1996) *Communication Concepts 6. Agenda-Setting*. Sage Publications, Inc.
- Deuze, Mark (2007) *Media Work*. Cambridge: Polity Press.
- Devereux, Eoin (2014) *Understanding the Media*. Third Edition. London: SAGE Publications Ltd.
- Green, Joshua ja Jenkins, Henry (2011) *Spreadable media: how audiences create value and meaning in a networked economy*. Teoksessa *The Handbook of Media Audiences*. Toim. Nightingale, Virginia. Wiley-Blackwell, 109-127.
- Gripsrud, Jorstein & Moe, Hallvard (2010) *The Digital Public Sphere. Challenges for media Policy*. Teoksessa *The Digital Public Sphere. Challenges for Media Policy*. Gripsrud, Jorstein & Moe Hallvard (toim.) Nordicom. University of Gothenburg. 9-19.
- Habermas, Jürgen (1962) *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Darmstadt-Neuwied: Luchterhand.
- Hall, Stuart (1992) *Sisäänkoodaus/uloskoodaus*. Teoksessa *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Hall, Stuart. Tampere: Vastapaino. 133-148.
- Heikkilä, Heikki & Ahva, Laura (2015) *The Relevance of Journalism*. Julkaisussa *Journalism Practice*, 9:1, 50-64.
- Heikkilä, Heikki ym. (2012) *Kelluva Kiinnostavuus*. Tampere: Vastapaino.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko, Sarjavaara, Paula (2004) *Tutki ja kirjoita*. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

- Huovila, Tapani (1990) *Uutiskynnys ylittyy*. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.
- Häikiö, Liisa & Niemenmaa, Vivi (2007) *Valinnan paikat*. Teoksessa *Tapaustutkimuksen taito*. Toim. Laine, Markun, Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 41-56.
- Jenkins, Henry (2006) *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.
- Jensen, Klaus Bruhn & Rosengren, Lars Erik (1990) *Five Traditions in Search of the Audience*. *European Journal of Communication* 5: 2-3. 207-238.
- Kantola, Anu (2011) *Notkean journalismin nousu*. Teoksessa *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. Toim. Kantola, Anu. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. 115-141.
- Kuutti, Heikki (2012) *Mediasanasto*. Jyväskylä: Media Doc Oy.
- Korpiola, Lilly (2012) *Arabikevät ja journalismin uusi ekosysteemi*. Julkaisussa *Journalismikritiikin vuosikirja 2012*. *Media & Viestintä* 1/2012. Journalismin, median ja viestinnän tutkimuskeskus Comet, 14-24.
- Laine, Markus & Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka (2007) *Tapaustutkimuksen käytäntö ja teoria*. Teoksessa *Tapaustutkimuksen taito*. Toim. Laine, Markun, Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 9-38.
- Lietsala, Katri & Sirkkunen, Esa (2008) *Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: Tampere University Press.
- Lister, Martin ym. (2009) *New Media: a critical introduction*. Second edition. London and New York: Routledge.
- Livingstone, Sonia (2013) *The participation paradigm in audience research*. Julkaisussa *Communication Review*, 16:1-2, 21-30.
- Lee, Benjamin ja LiPuma, Edward (2002) *Cultures of Circulation: The Imaginations of Modernity*. *Public Culture* Volume 14, Number 1, Winter 2002.
- Massumi, Brian (2002) *Parables for the Virtual. Movement, Affect, Sensation*. Durham: Duke University Press.
- Matikainen, Janne & Villi, Mikko (2015) *Aktiivinen yleisö? Tutkimus yleisön asenteista sisällön tuottamista ja jakelua sekä verkossa osallistumista kohtaan*. Julkaisussa *Media & Viestintä* 38(2015):3, 147-164.
- McCloud, Maxwell (2004) *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.



- Mcnamara, Jim (2010) *The 21st Century Media (R)evolution: Emergent Communication Practices*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Menon, Jisha (2013) *The Performance of Nationalism: India, Pakistan, and the Memory of Partition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Merrin, William (2009) *Media Studies 2.0.: Upgrading and open-sourcing the discipline*.  
Julkaisussa *Interactions: Studies in Communication and Culture* 1:1, 17-34.
- Napoli, Philip M. (2009) *Navigating Producer-Consumer Convergence: Media Policy Priorities in the Era of User-Generated and User-Distributed Content*. McGannon Center Research Resources. Paper 6.
- Napoli, Philip M. (2011) *Audience Evolution. New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.
- Nieminen, Hannu ja Pantti, Mervi (2012) *Media Markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Paasonen, Susanna (2014) *Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit*. Julkaisussa *Media & Viestintä* 37:4, 22-39.
- Peterson, Mark Allen (2003) *Anthropology and Mass Communication. Media and Myth in the New Millennium*. New York: Berghahn Books.
- Pietilä, Veikko (2010) *Julkiso ja yleisö. Teoksessa Julkiso, yleisöt ja media. Veikko Pietilä ja Julkisuuspiiri*. Tampere: Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print, 201-216.
- Pietilä, Veikko ja Ridell, Seija (2010a) *Yleisö käsitystapojen ristiaallokossa. Teoksessa Julkiso, yleisöt ja media. Veikko Pietilä ja Julkisuuspiiri*. Tampere: Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print, 296-320.
- Pietilä Veikko ja Ridell, Seija (2010b) *Verkkomedia toimijuuden alustana. Yleisö, yhteisö, julkiso ja YouTube. Teoksessa Julkiso, yleisöt ja media. Veikko Pietilä ja Julkisuuspiiri*. Tampere: Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print, 477-501.
- Pönkä, Harto (2015) *Sosiaalisen median katsaus 02/2015*.  
<http://www.slideshare.net/hponka/sosiaalisen-median-katsaus-022015>  
Julkaistu 26.2.2015. Viitattu 11.4.2016.
- Quandt, Thorsen ja Singer, Jane B. (2009) *Convergence and Cross-Platform Content Production*. Teoksessa *The Handbook of Journalism Studies*. toim. Wahl-Jorgensen, Karin ja Hanitzsch, Thomas. Lontoo: Routledge, 130-144.
- Russell, Adrienne (2011) *Networked. A Contemporary History of News in Transition*. Cambridge: Polity Press.
- Saarenmaa, Laura (2010) *Intiimin äänet. Julkisuuskulttuurin muutos suomalaisissa ajanvietelehdissä 1961–1975. Akateeminen väitöskirja*. Tampere: Tampereen yliopistopaino – Juvenes Print, Tampere.

Saariketo, Minna (2015) Neuvotteluja sosiaalisen median arkkitehtuurisesta vallasta. Käyttäjien ja ei-käyttäjien suhtautuminen teknologiavälitteisenä tilana. Julkaisussa *Media & viestintä* 38(2015): 3, 128-146.

Sumiala, Johanna ja Tikka Minttu (2009) "Netti edellä" kuolemaan - koulusurmat kommunikatiivisena ilmiönä. Julkaisussa *Media & Viestintä* 32:2, 5-18.

Tuomi, Jouni (2007) Tutki ja lue. Johdatus tieteellisen tekstin ymmärtämiseen. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino Oy.

Valaskivi, Katja & Sumiala, Johanna (2014) Circulating social imaginaries: Theoretical and methodological reflections. *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 17(3), 229-243.

Van Dijck, José (2009) Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media Culture Society* 31:1, 41-58. London: SAGE Publications.

Villi, Mikko (2011) Sosiaalinen kuratointi verkossa. Mediasisältöjen sosiaalinen kulutus ja osallistava yleisöys. Julkaisussa *Media & viestintä* 34(2011): 4, 48-65.

Villi, Mikko (2012) Käyttäjien käyttäjät: Mediyhtiöt ja käyttäjien implisiittinen osallistuminen sosiaalisessa mediassa. Julkaisussa *Lähikuva* 25:2, 9-21.

Webster, James G. (2014) *The Marketplace of Attention. How Audiences Take Shape on Digital Age*. Cambridge, Massachusetts and London, England: The MIT Press.

## 10. Aineisto

*Kaikkien linkkien toimivuus tarkistettu 19.4.2016*

### Verkojutut:

YLE 1.6.2015/1 <http://kioski.yle.fi/omat/aidin-koskettava-vetoomus-poikansa-nimittelijoille-lapseni-ei-ole-drag-queen-han-on-lenni>

IL 1.6.2015 [http://www.iltalehti.fi/perhe/2015060119789095\\_pr.shtml](http://www.iltalehti.fi/perhe/2015060119789095_pr.shtml)

YLE 1.6.2015/2 [http://kioski.yle.fi/omat/kuusivuotias-ja-valmennuspaallikko-kommentoivat-nelivuotiaan-homottelua?\\_ga=1.187668200.1714363166.1444630291](http://kioski.yle.fi/omat/kuusivuotias-ja-valmennuspaallikko-kommentoivat-nelivuotiaan-homottelua?_ga=1.187668200.1714363166.1444630291)

MTV 1.6.2015 <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/aiti-tuskastui-aikuisten-pilkasta-pinkkiin-pukeutuva-4-vuotias-poikani-ei-ole-drag-queen-han-on-lenni/5150720>

IS 1.6.2015 <http://www.iltasanomat.fi/perhe/art-1433128844000.html>

IL 2.6.2015 [http://www.iltalehti.fi/perhe/2015060219794525\\_pr.shtml](http://www.iltalehti.fi/perhe/2015060219794525_pr.shtml)

HS 3.6.2015 <http://www.hs.fi/elama/a1433212550919>

MTV 3.6.2015 <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/vaaleanpunaisesta-tykkaava-lenni-poika-sai-oman-teemapaivan/5155828>

IS 5.6.2015/1 <http://www.iltasanomat.fi/perhe/art-1433475702516.html>

IL 5.6.2015 [http://www.iltalehti.fi/fiidifi/2015060519811381\\_fd.shtml](http://www.iltalehti.fi/fiidifi/2015060519811381_fd.shtml)

YLE 5.6.2015 <http://kioski.yle.fi/omat/miehet-mekkokuvissa-ihan-hemmetin-mukava-vaate>

IS 5.6.2015/2 <http://www.iltasanomat.fi/perhe/art-1433470229003.html>

HS 7.6.2015 <http://www.hs.fi/kotimaa/a1305961232349>

MTV 7.6.2015 <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/se-on-tosi-mies-joka-vetaa-mekon-paalle-pinkista-tykkaavalle-lenni-pojalle-sataa-tukea-netissa/5169110>

HS 8.6.2015 <http://www.hs.fi/kaupunki/a1433646378007>

YLE 8.6.2015/1 [http://yle.fi/ylex/uutiset/tanaan\\_on\\_hyva\\_paiva\\_pukeutua\\_vaaleanpunaiseen/3-8055448](http://yle.fi/ylex/uutiset/tanaan_on_hyva_paiva_pukeutua_vaaleanpunaiseen/3-8055448)

YLE 8.6.2015/2 [http://kioski.yle.fi/omat/kolumni-paivitys-joka-sai-miehet-pukeutumaan-mekkoihin?\\_ga=1.187668200.1714363166.1444630291](http://kioski.yle.fi/omat/kolumni-paivitys-joka-sai-miehet-pukeutumaan-mekkoihin?_ga=1.187668200.1714363166.1444630291)

MTV 8.6.2015 <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/minakin-olen-lenni-teemapaiva-sai-suomalaiset-pukeutumaan-pinkkiin/5171636>

### **Facebook:**

Mari Niinikosken Facebook-päivitys

<https://www.facebook.com/mari.niinikoski/posts/10153043861558772>

Facebook-tapahtuma <https://www.facebook.com/events/346382902198558/>