

**Sananvapauden harjalla –  
verkkokeskustelujen sääntely ja kommentointikäytännöt  
Yleisradion ja suomalaisten maakuntalehtien journalistisissa  
sisällöissä**

Robert Kauppinen  
Kandidaatintutkielma  
Journalistiikka  
Kevät 2020  
Kieli- ja viestintätieteiden laitos  
Jyväskylän yliopisto

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Kauppinen, Robert	
Työn nimi – Title Sananvapauden harjalla – verkkokeskustelujen sääntely ja kommentointikäytännöt Yleisradion ja suomalaisten maakuntalehtien journalistisissa sisällöissä	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Kandidaatintutkielma
Aika – Month and year Maaliskuu 2020	Sivumäärä – Number of pages 27 sivua + liitteet (2 sivua)
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tässä tutkielmassa kartoitetaan, millaisia eroja ja yhteneväisyyksiä suomalaisten mediatalojen verkkokeskustelujen kommentointikäytännöissä on. Tarkoituksena on myös selvittää, miten niiden toimituksissa säännellään verkkokeskusteluja.</p> <p>Työn aineisto koottiin neljästä puolistrukturoidusta teemahaastattelusta. Tutkimusta varten haastateltiin yhtä henkilöä Ilkasta, Kalevasta, Keskisuomalaisesta ja Yleisradiosta. Aineistoa analysoitiin laadullisen sisällönanalyysin keinoin ja pyrittiin selvittämään medioiden toimintatapoja.</p> <p>Kommentointikäytännöissä merkittävänä seikkana korostuu se, minkälaisia tunnistetietoja käyttäjien on itsestään mediaorganisaatiolle annettava voidakseen kommentoida niiden julkaisemia sisältöjä. Tutkituissa medioissa havaittiin hyvin erilaisia käytäntöjä tämän suhteen. Myös perusteluissa käytännöille huomatiin eroja.</p> <p>Toisena seikkana tutkimuksessa korostuu se, miten toimituksissa valvotaan verkkokeskusteluja. Keskusteluita säännellään sekä etu- että jälkikäteen. Varsinkin jälkikäteen säännellessä toimitusten toimintatavat poikkesivat toisistaan paljon.</p>	
Asiasanat – Keywords Verkkokeskustelut, kommentointikäytännöt, sääntely, sananvapaus, maakuntalehti, media, journalismi	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän Yliopisto, Kieli- ja viestintätieteiden laitos	
Ohjaaja – Supervisor Villi, Mikko	

# Sisällys

1 Johdanto.....	1
2 Aiempi tutkimus ja teoreettinen tausta.....	3
2.1 Verkkokeskustelujen moderointi journalistisilla alustoilla .....	3
2.1.1 Toimittajat portinvartijoina.....	3
2.1.2 Sananvapaus ja verkkokomentointi.....	4
2.1.3. Kommentoijien anonymiteetti.....	6
2.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset.....	7
3 Aineisto ja tutkimusmenetelmät .....	8
3.1 Tutkittavat mediaorganisaatiot .....	8
3.2 Puolistrukturoitu teemahaastattelu .....	8
3.3 Laadullinen sisällönanalyysi tutkimusmenetelmänä .....	9
4 Tulokset.....	11
4.1 Miten kommentointi tapahtuu? .....	11
4.2 Mitä tunnistetietoja kommentoijalta vaaditaan? .....	12
4.3 Millaisin keinoin kommentointia säännellään? .....	13
4.4 Minkälaiset sisällöt avataan kommentoitaviksi? .....	16
4.5 Mikä merkitys kommentoinnilla on? .....	17
5 Johtopäätökset.....	20
6 Lopuksi .....	23
6.1 Tutkimuksen arviointi .....	23
6.2 Jatkotutkimuksen aiheita .....	24
Kirjallisuus .....	25
Liitteet .....	28
Haastattelukysymykset .....	28

# 1 Johdanto

Median kulutustavat ovat digitalisoitumisen ja internetin myötä muuttuneet merkittävästi. Kaikkien suomalaisten sanomalehtien printtiversioiden tilausmäärät vähenevät jatkuvasti, ja sanomalehdet panostavat yhä enemmän digitaalisten sisältöjen tekemiseen. Paitsi että käytännössä kaikki printtiversioon tulevat jutut julkaistaan myös lehden verkkosivuilla, lehdet julkaisevat myös paljon pelkästään digiversioon tulevaa sisältöä. Vuodesta 2015 lähtien verkkomedia onkin tavoittanut suuremman osan suomalaisista kuin printtimedia. (Reunanen 2018, 7). Tätä enemmän kulutuksen siirtyminen digitaaliseen mediaan näkyy siinä, mitä suomalaiset pitävät pääasiallisena uutislähteenään. Noin puolet suomalaisista pitää verkkoa merkittävimpänä uutislähteenään, kun painettu sanomalehti on tärkein uutislähde enää 11%:lle suomalaisista. (mts. 8–10).

Lukijoiden näkökulmasta median kulutuksen siirtyminen internetiin on parantanut erityisesti heidän mahdollisuuksiaan saada äänensä kuuluviin mediassa. Ennen internet-aikaa lukijat pystyivät kommentoimaan uutisia ainoastaan lehden mielipidesivuilla, ja tällöinkin aina toimituksen moderointiseulan läpi. Sanomalehtien mielipidepalstat, joissa voi esittää mielipiteensä jostakin ajankohtaisesta aiheesta ovat yhä pitäneet pintansa lehtien sivuilla.

Sisältöjen internetiin siirtymisen myötä lukijoilla on nyt merkittävästi suurempi väylä kommentoida niitä kuin painetun lehden valtakaudella. Usealla suomalaisella sanomalehdellä on jokaisen verkossa julkaisemansa jutun yhteydessä kommenttikenttä, jossa lukijat voivat kommentoida käsitellyttä aihetta ja keskustella siitä toistensa kanssa. Vaikka verkkokeskustelut ovat suhteellisen uusi ilmiö, niistä on tullut kaikkialla läsnä olevia sanomalehtien joukossa. (Santana 2014, 3). Lisäksi mediatalojen julkaisemia juttuja on mahdollista kommentoida myös niiden omilla sosiaalisen median tileillä, kuten Facebookissa, Twitterissä ja Instagramissa, joihin ne myös monesti linkittävät tekemänsä jutut.

Suomalaisten mediatalojen verkkokeskusteluista löytyy laaja kirjo toisistaan poikkeavia kommentointikäytäntöjä. Mediataloilla on esimerkiksi erilaiset käytännöt sen suhteen, toivovatko

ne lukijoidensa kommentoivan juttuja nimimerkillä vai omalla nimellään. Kasvava trendi vaikuttaa kuitenkin olevan, että kommentointiin vaaditaan yhä useammin todellisen nimen käyttöä. Esimerkiksi Helsingin Sanomat muutti toukokuussa 2019 verkkokommentoinnin linjaansa niin, että osaa sen artikkeleista voi kommentoida vain omalla nimellä. (Mäkinen, 2019). Sisältöjä kommentoidakseen käyttäjän on kirjauduttava Helsingin Sanomien verkkopalveluun. Sen sijaan iltapäivälehtien kaikkia sisältöjä voi kommentoida nimimerkin takaa. Iltalehti sallii myös omalla nimellä kommentoinnin nimimerkin käytön lisäksi.

Uutismedioiden verkkokommentointia koskeva uutisointi käsittelee usein sitä, mihin aihepiiriin liittyvien uutisten kommentteja moderoidaan ja kuinka paljon. Tästä aiheesta on myös tehty perusteellista tutkimusta. Tehdäkseni tästä tutkielmasta mahdollisimman tarpeellisen medioiden verkkokommentointia koskevalla tutkimuskentällä kohdistan sen pääpainopisteet mediatalojen verkkokeskustelujen sääntelyn keinoihin ja siihen, minkälaisia eroja ja yhteneväisyyksiä mediatalojen kommentointikäytännöissä on. Lisäksi käsittelen tutkimuksessa verkkokeskustelujen merkitystä mediataloille. Näitä aiheita käsitteleviä suomenkielisiä tutkimuksia on tehty niukasti.

Tutkin aihetta Yleisradion ja kolmen eri maakuntalehden edustajien teemahaastatteluilla, joita analysoin laadullisen sisällönanalyysin avulla. Aineiston ja menetelmien esittelyä ennen pureudun aiheeseen liittyvään teoreettiseen taustaan. Esittelen toimittajien toteuttamaan moderointiin liittyvää tutkimusta ja sananvapauden kytköstä verkkokeskusteluihin luvussa 2.1. Tämän jälkeen käyn läpi aiempaa tutkimusta kommentointikäytäntöihin liittyen. Käsittelen kommenttipalstoille rekisteröitymistä, nimimerkkien käyttöä ja anonymiteettia luvussa 2.2.

## 2 Aiempi tutkimus ja teoreettinen tausta

### 2.1 Verkkokeskustelujen moderointi journalistisilla alustoilla

Medioiden verkkokeskusteluja voidaan tarkastella sekä toimittajien että yleisön näkökulmasta. Verkkokeskustelua valvovia toimittajia tai muita valvonnasta vastaavia työntekijöitä kutsutaan moderaattoreiksi. Sanomalehtien kyky asettaa julkinen päiväjärjestys on kohonnut, kun ne eivät vain kerro ihmisille, mistä uutisista ajatella jotakin, vaan tarjoavat heille myös julkisen keskustelutilan. (Santana, 152). Keskusteluihin vaikutetaan uutiskattavuuden tiheydellä. Mitä enemmän uutisaihetta katetaan verkossa, sitä enemmän siitä myös keskustellaan siellä. (Roberts, Wanta, and Tzong-Horng 2002).

Kuutti (2012, 126) määrittelee moderaattorin verkossa toimivan keskusteluryhmän ylläpitäjäksi, joka valvoo kommentointia joko etu- tai jälkikäteen. Moderaattorin tehtäviin kuuluu myös keskustelun aiheesta pitäminen ja sen sävyn rajojen määritteleminen poistamalla sisällöltään keskusteluun kuulumattomia viestejä. (mp.)

Moderaattoreina toimivat toimittajat pyrkivätkin säilyttämään kontrollin keskustelun osallistujiin ja sääntöihin. He odottavat vilpittömyyden ja kohteliaisuuden ohjaavan kommentoijia. Lisäksi he sijoittavat traditionaalisia journalistisia laatuodotuksia kommentoijiin mainostamalla enemmän niitä, jotka keskustelevat artikkelista tai tarjoavat medialle uutisellista informaatiota kuin niitä, jotka vain arvelevat jotakin. (Hermida 2011.)

#### 2.1.1 Toimittajat portinvartijoina

Portinvartija on toimittaja, joka pystyy vaikuttamaan journalistiseen valintaprosessiin, sillä hänellä on edustamassaan viestimessä valtaa vaikuttaa siihen, millaista aineistoa viestin päästää julkisuuteen. Portinvartijan valintaprosessiin vaikuttaa kolme tekijää: yksilökohtaiset, toimituskohtaiset ja vastaanottajakohtaiset tekijät. (Kuutti 2012, 151.) Uudella interaktiivisella digitaalisella web 2.0:n aikakaudella portinvartijuusteorian luonnehditaan sopivan verkkotoimittajille. (Santana 2016, 145). Verkkotoimittajat tekevät työssään jatkuvasti päätöksiä

siitä, minkälaisista sisältöä media julkisuuteen päästä ja milloin. Päätöksien kohteena oleviin sisältöihin kuuluu niin mediaorganisaation tuottamien omien sisältöjen kuin yleisön välittämien sisältöjen läpikäynti.

Robinson (2010, 130–131) osoittaa kaksi journalistista filosofiaa, jotka sisältyvät yleisön panostukseen suhteessa tuotantoon. ”Traditionalistit” uskovat, että journalistit ovat auktoriteettiasemassa ja heidän tulisi osoittaa ammattimaisuutensa erottuakseen yleisöstä. Sen sijaan ”konvergoija” uskoo, että yleisöllä tulisi olla enemmän mahdollisuuksia osallistua sisältöjen tuotantoon ja tulkintaan. (mp.) Useimpien sanomalehtien keskustelufoorumit on jäsennelty perinteisen menettelyn mukaan, jossa yleisölle on osoitettu alisteinen asema suhteessa mediaorganisaatioihin. (Wahl-Jorgensen, 2015).

Yksinkertaisimmillaan yleisö osallistuu mediaorganisaatioiden sisällöntuotantoon median käyttäjän lähettäessä kommentin mediatalon ylläpitämään verkkokeskusteluun. Vuonna 1997 julkaistussa tutkimuksessa Singer löysi samankaltaisuuksia siitä, millaisena printti- ja verkkojournalistit pitivät rooliaan ihmisten mobilisaattoreina; 59 prosenttia verkkotoimittajista ja 52 printtitoimittajista oli sitä mieltä, että tavallisille kansalaisille on tärkeää antaa mahdollisuus ilmaista mielipiteensä. (Singer, 1997).

Merkittävä osa toimittajista on kuitenkin sitä mieltä, että väylän antaminen lukijoiden mielipiteiden ilmaisuun ei ole niin tärkeää. Thurmanin (2011) mukaan toimittajien on todettu epäilevän käyttäjälähtöisen sisällön arvoa. He uskovat, että käyttäjien aikomuksena on vahingoittaa mediabrändin luotettavuutta ja uskottavuutta. (mt.) Toinen tutkimus on myös osoittanut, että toimittajat ottavat yleensä heikosti kantaa kommenttifoorumilla. Toisaalta he lukevat niitä löytääkseen tarinan ideoita ja pysyäkseen kosketuksissa lukijoiden kanssa. (Santana 2011, Nielsen 2012.)

### 2.1.2 Sananvapaus ja verkkokomentointi

Journalistin ohjeiden mukaan sananvapaus rakentaa demokraattista yhteiskuntaa. Hyvään journalistiseen tapaan kuuluu kaikkien oikeus vastaanottaa tietoja ja mielipiteitä. (Julkisen sanan

neuvosto 2014.) Sananvapauden osa-alueisiin kuuluu niin kansalaisen vapaus ilmaista mielipiteensä kuin median vastuu toimintatavoistaan. Perinteisesti journalismin rooli suhteessa sananvapauteen on ollut merkittävä, sillä ihmisillä ei ole ollut muuta mahdollisuutta käyttää sananvapauttaan ja esittää mielipiteensä kuin medioiden välityksellä. (Kuutti 2012, 167.) 2000-luvulla tilanne on kuitenkin muuttunut sosiaalisen median myötä: nykyään käytännössä jokaisella, jolla on pääsy internetiin ja valmiudet edes sen yksinkertaiseen käyttöön, on mahdollisuus tuoda ajatuksensa julkisuuteen sosiaalisen median tiliensä kautta.

Internetin elinkaareissa on havaittavissa trendi, jossa sanan käyttöä valvotaan yhä enemmän. Ekholmin ja Karhulan (2016) mukaan verkkokeskustelujen ja sosiaalisen median nousun myötä sananvapauden rajojen määrittely nousi esiin julkisessa keskustelussa 2000-luvun taitteen jälkeen. Tuolloin verkkoon liittyvä säätely alkoi kasvaa ja sensuurin keinot edistyä. (mt.) Kuutin (2012, 171) mukaan sensuurilla tarkoitetaan sisällön perusteella toteutettavaa esittämisen kieltoa tai viestin säätelyä. Sensuuri voi olla sekä ennako- että jälkikäteistä. (mp.) 2000-luvun loppuun mennessä sensuurista ja valvonnasta oli tullut jo yleisesti hyväksyttyä ja huomio alkoi kiinnittyä siihen, mitä ja millä tavoin tulisi sensuroida, sen sijaan, että olisi keskusteltu sensuurin oikeutuksesta. (Ekholm & Karhula, 2016).

Kulloisenkin median verkkotoimittajien käsitys sananvapaudesta vaikuttaa siihen, millaista keskustelua he antavat lukijoidensa käydä verkkojulkaisuidensa yhteydessä. Vuonna 2016 julkaistussa (Pöyhtäri ym., 220) eri maiden mediayhtiöiden vihapuhesuhdetta vertailevassa tutkimuksessa todettiin, että moderaattorit eivät pitäneet sananvapautta täysin rajoittamattomana oikeutena. Heidän antamissaan haastatteluissa keskustelijan lähtökohtaisesti rajoittamaton sananvapaus ja uutismedian tai keskustelufoorumin julkaisuvapaus asettuivat vastakkain. Moderaattoreiden katsantokannasta julkaisuvapaus, jossa julkaisija voi toimia oman säännöstönsä ja linjansa mukaisesti on tärkeämpää kuin keskustelijan sananvapauden tunnustaminen ja arvon antaminen sille. (Pöyhtäri ym. 2016, 220.)

Edellä mainitussa tutkimuksessa sanotaan moderoinnin olevan todistus siitä, etteivät toimittajat pidä kaikkien kansalaisten ääniä yhtä toivottavina. Haastatteluissa toimittajat kertoivat toivovansa kommenttien ja keskustelujen tuottavan täysin vapaasti ilmaistujen mielipiteiden



lisäksi myös lisäarvoa ja laatua medialle. Tästä herää kuitenkin kysymys siitä, millaista demokratiaa on keskustelu, jossa ääntään käyttävät vain harvat, ja heidänkin on mielipiteidensä esittämiseksi suostuttava toimitusten tai moderointitiimien asettamien normatiivisten reunaehtojen noudattamiseen. (Pöyhtäri ym. 2016, 216.) Tilastokeskuksen mukaan vuosina 2014–2017 kaikista vastaajista vain 8 prosenttia oli kommentoinut uutisia verkkolehtien tai televisiokanavien sivuilla viimeisen kolmen kuukauden aikana. (Tilastokeskus, stat.fi., 2017.)

### 2.1.3. Kommentoijien anonymiteetti

Mediataloilla on olemassa monenlaisia käytäntöjä sen suhteen, miten niiden julkaisemia sisältöjä kommentoidaan verkkokeskustelupalstoilla. Käyttäjän näkökulmasta merkittävin seikka verkkokommentoinnissa lienee se, kommentoidaanko juttuja omalla nimellä vai nimimerkin takaa. Julkaisua kutsutaan anonymiksi, mikäli sen kirjoittajaa ei tiedetä tai sitä ei mainita julkaisun yhteydessä. (Kuutti 2012, 11).

Internetin tullessa ihmisten saataville 1990-luvun alussa havaittiin, että tietokonevälitteisessä viestinnässä anonymiteetilla on yhtäläistävä vaikutus. Ihmisten muodostaessa päätöksiä kasvokkain statukseltaan korkea-arvoisempi on neuvotteluissa hallitsevampi osapuoli. Sen sijaan silloin, kun samat ihmiset kommunikoivat sähköpostin välityksellä, statukset ja eriarvoisuudet purkautuvat. (Dubrovsky, Kiesler, and Sethna 1991.)

Sanomalehtien keskustelupalstoilla epäasiallisia kommentteja saavat usein aikaan ihmisissä tunteita herättävät aiheet. Vuonna 2014 (Santana, 11) julkaistussa tutkimuksessa tarkasteltiin sanomalehtien verkkokeskustelupalstojen anonymiuden vaikutuksia. Tutkimuksessa havaittiin, että maahanmuuttoutisointiin liittyneissä anonyymeinä käydyissä verkkokeskusteluissa yli puolet kommenteista oli epäkohteliaita. Kommentteihin sisältyi vihan tunteita, muukalaisvihaa ja kiihkoilua, minkä vuoksi ne loukkasivat myös räikeästi niitä kommentointiohjeita, jotka sanomalehdet ovat asettaneet. (mp.) Nimettöminä käytävissä verkkokeskusteluissa kommentoijat vapautuvat olemasta vastuussa sanomisistaan, mikä synnyttää herkästi räävitöntä keskustelua.

Yleisesti ottaen nimettömyys voi edistää rankaisemattomuuden tunnetta, itsetietoisuuden menettämistä ja todennäköisyyttä toimia normaalista poikkeavalla tavalla. Tällöin henkilön toimintatapa eroaa selkeästi siitä, mitä se olisi hänen ollessaan offline-tilassa. (Siegel et al. 1986.)

## 2.2 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tässä tutkielmassa kartoitan suomalaisten mediatalojen verkkokeskusteluja ja niiden kommentointikäytäntöjä. Tavoitteena on kuvata, millaisia eroja ja yhteneväisyyksiä suomalaisten mediatalojen verkkokeskustelujen kommentointikäytännöissä on. Lisäksi tarkoituksena on selvittää, miten niiden toimituksissa säännellään verkkokeskusteluja. Tarkasteluni ulottuu ainoastaan mediatalojen verkkosivuillaan julkaisemien journalististen sisältöjen yhteydessä esiintyviin keskusteluihin. Joidenkin mediatalojen verkkosivuillaan ylläpitämiä keskustelupalstoja en aio tutkia. En myöskään aio tutkia mediatalojen omissa sosiaalisen median kanavissa käytäviä keskusteluja.

Tutkimuskysymykseni ovat seuraavat:

- 1. Millaisia eroja ja yhteneväisyyksiä suomalaisten mediatalojen verkkokeskustelujen kommentointikäytännöissä on?*
- 2. Millaisin keinoin verkkokeskusteluja säännellään suomalaisissa mediataloissa?*
- 3. Mikä merkitys verkkokeskusteluilla on suomalaisille mediataloille?*

Vastaan tutkimuskysymyksiin neljällä puolistrukturoidulla teemahaastattelulla ja laadullisella sisällönanalyysillä. Näistä menetelmistä kerron tarkemmin seuraavassa luvussa.

## 3 Aineisto ja tutkimusmenetelmät

### 3.1 Tutkittavat mediaorganisaatiot

Haastattelin tutkimusta varten Yleisradion ja kolmen eri maakuntalehden edustajaa. Yleisradion lisäksi tutkimuksessa käsittelemäni lehdet ovat Ilkka, Keski-suomalainen ja Kaleva.

Valitsin tutkimukseni kohteiksi Yleisradion ja edellä mainitut lehdet, sillä niiden tutkiminen antaa mahdollisimman monipuolisen kuvan tämänhetkisestä tilanteesta suomalaisten maakuntalehtien osalta, tutkimuksen tuomat rajoitteet huomioon ottaen. Tutkittavat maakuntalehdet ovat kokonaislevikiltään omien maakuntiensa johtavia lehtiä. Lisäksi kaikki lehdet edustavat eri konserneja. Sen sijaan Yleisradion verkkosisältöjen käyttäjäkunta kattaa koko Suomen. Siinä missä maakuntalehdet kannattelevat toimintaansa maksullisilla sisällöillä ja mainostuloilla, Yleisradio on julkisrahoitteinen media.

### 3.2 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Toteutin tutkimushaastattelut puolistrukturoituina teemahaastatteluina. Puolistrukturoidussa teemahaastattelussa haastateltavalle esitettyihin kysymyksiin ei anneta valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan hän saa vastata kysymyksiin omin sanoin. Haastatteluja ohjaa sama kysymysrunko (ks. liitteet), mutta siitä voidaan poiketa, jos tarvetta lisäkysymyksille tai -keskusteluille ilmenee. (Eskola & Suoranta 1998, 86.)

Jokaisessa haastattelussa haastateltiin yhtä mediaorganisaation edustajaa. Analyysiluvussa heidän antamiaan vastauksia käsitellään vain heidän edustamiensa mediaorganisaation nimiä käyttäen. Tutkimus keskittyy mediaorganisaatioihin organisaatiotasolla, eivätkä haastateltavat edusta tutkimuksessa itseänsä. Tämän takia haastateltavien nimiä tai titteleitä ei mainita.

Nykyään on yleistä, että haastatteluaineistot taltioidaan ääninauhoille. Tämän jälkeen aineisto litteroidaan eli muunnetaan tekstimuotoon. Tutkimusongelma ja metodinen lähestymistapa

määrittävät asianmukaisen litterointitarkkuuden. Haastattelun intressin kohdistuessa esiin nouseviin asiasisältöihin karkea litterointi on riittävä. (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010, 424–425.)

Tässä tutkimuksessa haastattelulitterointeihin on otettu haastateltavien ja haastattelijan sanomat asiat. Litteroinneissa on eroteltu haastateltavien ja haastattelijan puheenvuorot, jotta voidaan päätellä, ovatko kysymysten muotoilutavat vaikuttaneet saatuihin vastauksiin. Huomiotta on jätetty tauot, äänensävyt ja täytesanat, joilla ei ole vaikutusta vastausten asiasisältöihin.

Yleisradion ja Ilkan osalta hankin haastateltavat tutkimukseen siten, että otin yhteyttä mediaorganisaatioiden vastuuhenkilöihin, jotka ohjasivat minut sopivien henkilöiden pakeille. Sen sijaan Keski-suomalaisen haastateltavan hankin ottamalla yhteyttä lehden verkkotoimituksen esimieheen ja Kalevan haastateltavan ottamalla yhteyttä yhteen lehden verkkotoimittajaan. Molemmat heistä suostuivat haastateltavakseni.

Tein Keski-suomalaisen haastattelun kasvotusten ja loput haastattelut puhelimitse. Haastattelut kestivät 29–57 minuuttia, ja haastattelulitteroinnit olivat pituudeltaan yhteensä noin 39 liuskaa.

### 3.3 Laadullinen sisällönanalyysi tutkimusmenetelmänä

Tämän tutkimuksen analyysi on tehty laadullisen sisällönanalyysin avulla. Tutkimusmenetelmän tarkoituksena on aineiston informaatioarvon kasvattaminen. Tämä tapahtuu muodostamalla hajanaisestä aineistosta tiivis ja selkeä kuvaus. Käsittely pohjautuu loogiseen päättelyyn ja tulkintaan, jossa aineisto jaetaan osiin, käsitteellistetään ja yhdistellään uudella tavalla johdonmukaiseksi kokonaisuudeksi. Näin aineistosta on haettavissa vastaukset tutkimuskysymyksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108.) Laadullinen sisällönanalyysi sopii hyvin tässä tutkimuksessa tehtyjen haastattelujen analyysiin.

Tämän tutkimuksen analyysi on aineistolähtöinen. Aineistolähtöisessä analyysissä aiemmalla teorialla ei pitäisi olla mitään merkitystä analyysin suorittamisen tai loppupäätelmien kanssa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95.) Ennen analyysiin ryhtymistä on nimettävä analyysiyksiköt. Ne

voivat olla yksittäisiä sanoja, lauseen osia, kokonaisia lauseita tai monia lauseita sisältäviä ajatuskokonaisuuksia. (mts. 110) Tehtävän asettelu ja tutkimuksen tarkoitus määräävät aineistosta valittavat analyysiyksiköt. (mts. 95) Tutkimukseni analyysi on käytännössä tehty siten, että aluksi etsin aineistosta media kerrallaan vastauksia tutkimuskysymyksiin ja sen jälkeen yhdistelin vastauksia asiakokonaisuuksiksi eri teemojen mukaan.

## 4 Tulokset

Tässä luvussa esittelen tutkimushaastattelujen pohjalta tehdyn analyysin, jossa kerron asiakokonaisuus kerrallaan, minkälaisia kommentointikäytänteitä mediatalojen julkaisemien journalististen sisältöjen yhteydessä on, ja miten mediatalot sääntelevät verkkokeskusteluja. Aluksi käyn läpi, miten kommentointi mediaorganisaatioissa tapahtuu ja mitä tunnistetietoja käyttäjien tulee itsestään mediaorganisaatioille antaa. Jatkan sen jälkeen analyysiä selittämällä, millaisin keinoin mediaorganisaatiot sääntelevät kommentointia ja minkälaisia sisältöjä ne eivät avaa kommentoitaviksi lainkaan. Lopuksi kerron haastateltavien näkemykset verkkokommentoinnin merkityksestä. Lisäsin selkeyttä varten sitaattien perään merkinnät H1, H2, H3 ja H4 erottelemaan haastateltavia. H1 viittaa Ilkan, H2 Keski-suomalaisen, H3 Kalevan ja H4 Ylen edustajan kanssa tehtyyn haastatteluun.

### 4.1 Miten kommentointi tapahtuu?

Ilkassa sisältöjen kommentointi tapahtuu Facebookin kautta. Käyttäjällä on oltava Facebook-tunnukset voidakseen kommentoida Ilkan sisältöjä. Tämän johtuen jokaisen käyttäjän on myös kommentoitava sisältöjä omalla nimellään. Kommentoitaessa kommentin yhteyteen tulee usein myös kommentoijan kuva, sillä usealla käyttäjällä on Facebook-profiilin yhteydessä myös kuva itsestään. Käyttäjän kommentoidessa Ilkan verkkosisältöjä kommentit tulevat näkyville sen jutun alle, jota käyttäjä kommentoi. Vaikka kommentointi tapahtuu Facebook-tunnuksilla kommentit eivät julkaistu Facebookissa. Facebookin kautta tapahtuva kommentointi on ollut Ilkassa käytössä jo vuosien ajan. Kommentointitapa otettiin käyttöön, koska sen ajateltiin tekevän kommentoinnista turvallista.

Keski-suomalaisessa verkkosisältöjen kommentointi vaatii voimassa olevan tilauksen. Käyttäjä voi kommentoida sisältöjä joka omalla nimellään tai nimimerkillä. Lehti ei ole antanut minkäänlaista suositusta siitä, kumpi tapa on parempi. Käyttäjän kommentoidessa Keski-suomalaisen verkkosisältöjä kommentit tulevat näkyviin sen jutun alle, jota hän kommentoi. Lehti rajasi kommentointimahdollisuuden vain tilaajilleen tammikuussa 2019.

Rajaus tehtiin, koska kommentoinnin tasoa haluttiin parantaa. Aiemmin kommenteissa oli paljon asiattomuuksia ja alatyylisiä trollaamista.

Kalevan julkaisemia verkkosisältöjä voi kommentoida kuka tahansa. Kommentointia varten käyttäjän tulee ainoastaan luoda itselleen nimimerkki. Omalla nimellä kommentointi on Kalevassa kielletty. Käyttäjän kommentoimissa Kalevan verkkosisältöjä kommentit tulevat näkyviin sen jutun alle, jota hän kommentoi. Käyttäjä voi myös kohdistaa kommenttinsa yleisesti oheiseen uutiseen tai vastata johonkin tiettyyn kommenttiketjussa olevaan viestiin. Kalevan nykyinen kommentointitapa on ollut käytössä jo vuosia. Kommentointitavaksi riittää pelkkä nimimerkki, sillä lehdessä ajatellaan, että omalla nimellä kommentoinnissa on se vaara, kommentteja kirjoitettaisiin toisten ihmisten nimillä. Nimien tarkistamiseen Kalevassa ei olisi käyttää tarpeeksi resursseja:

”Koska meillä ei oo pakko olla kirjautumista tai rekisteröitymistä ku kommentoidaan, niin jos kirjoitetaan oikeella nimellä tai oikeelta vaikuttavalla nimellä ni me ei voija mitenkää tarkistaa sitä, että sen, sillä nimellä kirjoitettu henkilö todella on se. Eli jos me sallittas nimellä, oikeella nimellä kirjottamista ni sit kävis hyvin äkkiä nii että siellä ihmiset kirjottelisivat joidenkin toisten ihmisten nimillä ja saattasivat saaha aikaan aika paljonki vahinkoa sitte näille henkilöille. Siksi meillä sallitaan vaan nimimerkillä kirjottaminen.” H3

Ylen julkaisemia verkkosisältöjä kommentoidakseen käyttäjän on kirjauduttava Ylen digitaalisiin palveluihin. Tämä tapahtuu Yle Tunnuksen avulla. Sisältöjen kommentointi on mahdollista sekä omalla nimellä että nimimerkillä. Ylessä suositellaan kevyesti oman nimen käyttöä kommentoinnissa, sillä sen ajatellaan voivan antaa kommentille nimimerkkiä enemmän painoarvoa ja uskottavuutta. Käyttäjän kommentoimissa Ylen verkkosisältöjä kommentit tulevat näkyviin sen jutun alle, jota hän kommentoi. Ylessä uskotaan, että Yle Tunnuksen käytön vaatiminen kommentoijilta parantaa kommentoinnin laatua. Lisäksi sen ajatellaan hillitsevän potentiaalisten tahojen vaikuttamis- ja trollaamispyrkimyksiä.

#### 4.2 Mitä tunnistetietoja kommentoijalta vaaditaan?

Se, minkälaisien tunnistetietojen antamista Ilkka edellyttää sen sisältöjen kommentointia aikovilta riippuu siitä, kommentoiko maksumuurin takana olevia sisältöjä vai kaikille avoimia sisältöjä. Lähes kaikki Ilkan itse tuottamat sisällöt julkaistaan vain tilaajille. Maksumuurin takana olevia sisältöjä kommentoidakseen käyttäjän tulee olla Ilkan tilaaja. Ilkan tilaajan on välitettävä sähköpostiosoitteensa ja puhelinnumerosa. Tilauslomakkeella on mahdollista kertoa myös oma etu- ja sukunimensä sekä postinumero- ja postitoimipaikkansa. Näiden tietojen kertominen ei ole kuitenkaan pakollista.

Koska Keski-suomalaisessa verkkosisältöjen kommentointi on mahdollista vain tilaajille, käyttäjän itsestään lehdelle antamat tunnistetiedot ovat samat kuin lehden tilauksen yhteydessä. Niihin kuuluu etu- ja sukunimi, sähköpostiosoite sekä puhelinnumero. Myös syntymäajan välittäminen lehden tietoon on tilauslomakkeella mahdollista, mutta ei pakollista.

Kommentoidakseen Kalevan kaikille avoimia sisältöjä, käyttäjän ei tarvitse ilmoittaa lehdelle kuin oma nimimerkkinsä. Sen sijaan vain tilaajille tehtyjä juttuja kommentoidakseen käyttäjä tulee olla lehden tilaaja. Tällöin hänen on annettava lehdelle samat tunnistetiedot, mitä lehden tilaajankin on tilausta tehdessään itsestään annettava. Vaadittavat tiedot ovat etu- ja sukunimi, sähköpostiosoite ja puhelinnumero.

Ylen sisältöjä kommentoidakseen käyttäjän on annettava Ylelle ne tiedot, mitä Yle Tunnuksen luomiseksi vaaditaan. Vaadittavat tunnistetiedot ovat sähköpostiosoite, syntymäaika ja sukupuoli.

#### 4.3 Millaisin keinoin kommentointia säännellään?

Ilkka valvoo julkaisemiensa juttujen kommenttikenttiä jälkimoderoinnin avulla. Ilkassa toimitus odottaa verkkokeskusteluilta niiden pysymistä asiallisena ja sitä, ettei keskusteluissa esitetä solvaavia viestejä. Mikäli keskustelu on vaarassa ajautua väärille urille, kommentointia valvova verkkotoimittaja voi muistuttaa kommentoijaa verkkokeskustelun säännöistä kommentoimalla kommentin yhteyteen lehden omalla profiililla. Toinen mahdollisuus on poistaa kommentti kokonaan. Yleisempää näistä on kommentoijan ohjaaminen ja opastaminen.



Keskisuomalaisessa julkaistuja sisältöjä valvotaan jälkimoderoinnin avulla. Keskisuomalaisessa verkkokeskusteluilta odotetaan sitä, että niissä pysyttäisiin asiassa, ja että niissä noudatettaisiin samoja käytöstapoja kuin netin ulkopuolella. Verkkokeskusteluissa ei suvaita toisten ihmisten herjaamista, solvaamista, epäasiallista puhetta eikä yletöntä kiroilua. Lisäksi keskusteluun puututaan myös, mikäli se menee täysin eri aihepiiriin kuin mitä siinä oleva uutinen käsittelee.

Keskisuomalaisessa ensimmäinen keino puuttua ei-toivottuihin kommentteihin on niiden poistaminen. Mikäli joku käyttäjä kommentoi verkkokeskusteluihin jatkuvasti epäasiattomuuksia, häneltä voidaan evätä kommentointimahdollisuus tietyn pituiseksi määräajaksi. Kommentointikielto voidaan määrätä esimerkiksi viikoksi, kuukaudeksi tai jopa loppuiksi, joka on kuitenkin aika harvinaista. Kommentointi voidaan myös sulkea, jos keskustelu siellä menee jatkuvasti asiattomuuksiin.

Kaleva ennakkomoderoi verkkojuttujensa yhteyteen lähetetyt kommentit. Kalevassa moderointi toteutetaan osin verkkotoimittajan tekemänä käsityönä ja osin koneellisesti, älykkään teknologian avulla, joka lehdellä on ollut käytössä vuodesta 2017. Teknologia toimii niin, että se hyväksyy tai hylkää automaattisesti ne sille syötetyt kommentit, jotka se osaa moderoida. Ne kommentit, joita teknologia ei osaa käsitellä se siirtää ihmisen käsiteltäväksi. Teknologia on käytössä suurimmassa osassa Kalevan jutuista, mutta aihealueissa, joissa kommentteihin tulee paljon epäasiallisuuksia, teknologia ei ole käytössä. Tällaisia aihealueita ovat esimerkiksi maahanmuutto ja sudet.

Kalevan verkkosivuilla on kuitenkin myös mahdollisuus rekisteröityä Kalevan käyttäjäksi, ja kun tällöin rekisteritiliinsä kirjautuneena kommentoi Kalevan sisältöjä, kommentti julkaistaan verkkokeskustelussa automaattisesti ja se jälkimoderoidaan. Viestejä moderoidaan Kalevassa verkkotoimittajan töissä ollessa aamukuudesta pääsääntöisesti puoleen yöhön. Yöaikaan Kaleva ei julkaise edes rekisteröityneiden käyttäjien kommentteja, vaan ne menevät ikään kuin jonoon ja julkaistaan vasta verkkotoimittajan tullessa töihin aamukuudelta.

Kalevan verkkokeskusteluissa ei suvaita herjaavia, solvaavia tai sellaisia viestejä, joissa toivotaan ihmisille jotakin todella pahaa. Myös sellaisiin viesteihin, joissa syytetään jotakuta ihmistä rikoksista tai muista pahoista teoista, tai kehoitetaan väkivaltaan tai muuhun rikolliseen tekoon, puututaan. Myöskään sellaisia viestejä ei hyväksytä, joissa selvästi loukataan jonkun ihmisen kunniaa tai yksityisyyttä. Näiden lisäksi myös tekijänoikeuksia loukkaava sisältöä ei sallita verkkokeskusteluissa. Esimerkiksi kokonaisen uutisen tai muun sisällön kopioiminen kommenttiin jostakin toisesta lehdestä on kiellettyä. Myöskään nettilinkkien liittämistä viesteihin ei sallita kuin viranomaissivustojen ja suurimpien tiedotusvälineiden osalta.

Kalevalla on käytössään useita keinoja epäsoveliaaseen kommentointiin puuttumiseksi. Lehti voi hylätä kommentin, poistaa kommenttiketjun tai lukottaa sen. Kommenttiketjun lukottamisella tarkoitetaan sitä, että keskusteluun lähetetyt viestit jäävät näkyviin kommenttiketjuun, mutta siihen ei voi enää kirjoittaa uusia kommentteja. Verkkokeskustelujen poistaminen tai lukottaminen tulee kyseeseen silloin, kun keskustelujen kommentit alkavat kiertämään kehää tai silloin, kun selvä enemmistö keskusteluun lähetetyistä viesteistä on epäasiallisia:

”Sitte tietysti me tehään sillä lailla, että meillä saattaa jossakin jutussa olla kommentointi auki jonkin aikaa ja sitte suljetaan se kommentointi, kun se rupeaa kiertämään kehää se keskustelu tai jos käy näin, että siihen keskusteluun vaikkapa 90 prosenttia viesteistä on niin sanotusti paskaa nii silloin emme ota sitä riesaksemme, että luemme sitä sontoja ja satoja viestejä mahdollisesti, ja oikeestaan mitkään niistä ei oo hyväksyttävissä nii silloin suljetaan kommentointi aika usein. Että semmosiakin aiheita kyllä on iha säännöllisesti. Mutta lähtökohtasesti siis sallitaan kommentointi muuten ku erityistapauksissa.” H3

Kalevan verkkosivuille rekisteröityneen käyttäjän kommentit voidaan myös ottaa ennakkomoderoitavaksi, mikäli hän toistuvasti rikkoo keskustelusääntöjä. Näiden lisäksi kuka tahansa lehden lukija voi ilmoittaa toimitukselle sopimattomista kommentteista.

Yle käyttää verkkosivuillansa käytävän keskustelun valvomiseksi sekä ennako- että jälkimoderointia. Useimmiten käytössä on kuitenkin ennakkomoderointi. Uutisjutuissa kommentit katsoo ensimmäisenä läpi Ylen tekoälymoderointi, jonka mediatalo otti käyttöönsä keväällä 2018. Tekoäly katsoo kommentit läpi ja päättää sitten, mitkä kommentit se päästää keskusteluun läpi ja mitkä se hylkää. Osaan kommentteista tekoäly ei ota mitään kantaa, vaan ne

siirtyvät toimituksen katsottavaksi. Näiden kommenttien ohella toimitus käy myös läpi tekoälyn hyväksymiä kommentteja. Mikäli toimituksen mielestä jotakin tekoälyn hyväksymää kommenttia ei olisi pitänyt julkaista, se ottaa kommentin pois keskustelusta.

Ylessä verkkokeskustelujen laadun halutaan olevan mahdollisimman hyvä. Verkkokeskustelu on laadultaan parempaa esimerkiksi silloin, kun siihen lähettyt kommentit käsittelevät sitä aihetta, jonka jutun yhteyteen kommentit on lähetetty eivätkä jotakin toista aihetta. Mediatalossa varmistetaan, että sen kommentointiohjeiden mukainen linja toteutuu julkaistuissa ja julkaisematta jätetyissä kommentteissa. Kaikki sellainen kommentointi, jossa ei noudateta Ylen kommentointiohjetta, on peruste puuttua keskusteluun.

Ylessä kommentointiin puututaan jättämällä sen kommentointiohjeista poikkeava kommentti julkaisematta. Myös toiset käyttäjät voivat ilmoittaa toimitukselle asiattomina pitämistään kommentteista klikkaamalla jokaisen julkaistun kommentin yhteyteen tulevasta ”ilmianna kommentti” -tekstistä.

#### 4.4 Minkälaiset sisällöt avataan kommentoitaviksi?

Ilkka pyrkii avaamaan mahdollisimman monia sisältöjään keskusteltaviksi. Kuitenkin joitakin arkoja aiheita, kuten henkirikoksia ja laajempia seksuaalirikostapauksia Ilkka ei ole avannut kommentoitaviksi, sillä sen toimituksella ei lehden käyttämän jälkimoderoinnin takia ole mahdollisuutta seurata niiden kommentointia.

”Noo, kyllä varmasti jotku semmoset, jos me ajatellaan, että esimerkiksi mitä nyt on ollu tällaset laajemmat seksuaalirikoskeissit, jaa niistä see, sen tyyppisissä jutuissa esimerkiksi yleensä lähtee lapasesta se kommentointi. Ja meil ei sitten oo välttämättä mahdollisuus sitä seurata. Ku meilhän tulee se kommentti heti näkyviin. Me ei hyväksytä sitä missään niin niissä sitten esimerkiksi voidaan ottaa pois se kommentointi. Jaa, no me ei hirveen usein sitä olla tehty, mutta ihan vaan muistuu mieleen; oli yks tällanen, täällä Seinäjoella, tällanen teinisurmatapaus eli siinä alaikäinen tyttö tappoi raa’asti alaikäsen ja siitä ollaan tietenkä paljon juttuja tehty, ja kun sieltä tuli joku uutinen täst työstä, että laskennallisesti hän on päässy vapaaks, niin tästä jouduttiin sitten sulkemaan kans keskustelu. Niitä ei aina voi ennakoida tietenkään, et mihin suuntaan se lähtee.” H1

Keskisuomalaisen tilaaja voi lähtökohtaisesti kommentoida jokaista lehden verkkosivuilla julkaisemaa juttua. On kuitenkin olemassa joitakin poikkeustilanteita, joissa juttuja ei avata lainkaan kommentoitaviksi. Esimerkiksi rikosuutinen, jossa toimitus ei halua rikoksessa

osallisena olleen henkilön nimeä julkisuuteen, mutta pitää riskinä sitä, että joku käyttäjä voisi nimen tuoda julki, mikäli kommenttikenttä avattaisiin, on tällainen tilanne.

”Voidaan katsoa, et niis on semmonen, jos on kysymys vaikka semmosesta rikosuutisesta, jossa me katotaan heti, että on riski siihen, että joku kommentoi ja saattaa laittaa sinne vaikka jonkun rikoksen uhrin nimen tai sitte vaik rikoksen tekijän nimen tai sillä epäillyn nimen. Jos me ei koeta, että sitä ois syytä vielä tai syytä niin kun julkisuuteen laittaa ja koetaan tämmönen riski niin semmosissa tilanteissa suljetaan sitten heti kättelyssä kommentointi.” H2

Kalevassa kommentoitavaksi avataan lähes kaikki sisällöt. Vain tiettyihin yksittäisiin aihealueisiin kuuluvista sisällöistä poistetaan kommentointimahdollisuudet. Tällaisia sisältöjä ovat esimerkiksi raiskausutiset tai jonkun tavallisen kansalaisen kuolemaan johtanut onnettomuus.

Ylessä kommentoitaviksi avattavien sisältöjen määrä vaihtelee päivittäin, mutta karkeasti niitä avataan noin puolikymmentä per päivä. Ylen linjauksen mukaan kommentoitaviksi avataan päivän pääaihe ja pääsääntöisesti myös kaikki mielipiteelliset jutut, kuten kolumnit. Se, mitkä aiheet avataan keskustelulle, pohjautuu mietintään siitä, mitkä aiheet ovat sellaisia puheenaiheita, joista suomalaisilla voi olla tarve keskustella. Lisäksi, jos päivän uutistilanne on sellainen, että jostakin aiheesta tehdään useita juttuja, keskustelu pyritään avaamaan vain yhteen aiheita käsittelevään juttuun kuten toimittajan kirjoittamaan analyysiin. Näin vältetään keskustelun sirpaloitumista moneen eri paikkaan.

Ylessä jokaiseen kommentoitavaksi avattuun juttuun on etukäteen määritelty ajanjakso, jonka aikana sitä saa kommentoida. Esimerkiksi kolumnien tyypillinen kommentointiaika on klo 6.45–16, jolloin kommenttien valvontaan voidaan käyttää parhaiten työvoimaa. Kommentointiajan rajaamisella pyritään pitämään keskusteluiden taso laadukkaana.

#### 4.5 Mikä merkitys kommentoinnilla on?

Ilkassa verkkokeskustelujen merkitystä pidetään vähäisenä. Tämä käsitys juontaa juurensa siitä, että kommentointi Ilkan verkkosivuilla on vähäistä. Päivässä kommentteja tulee sivuille noin

kymmenen. Enimmäkseen Ilkan sisältöjä kommentoi tietty vakiokommentoijien joukko, eikä satunnaisten kommentoijien määrä ole suuri.

Keskisuomalaisessa verkkokeskusteluilla nähdään olevan useita merkityksiä.

Verkkokeskusteluilla on osallistava vaikutus käyttäjiin heidän voidessa kommentoida uutisia ja käydä niistä mielipidekeskustelua. Lukijat myös kommentoivat jutuista huomaamiaan virheitä, ja he voivat myös kommentoida jotain sellaista, jonka toimitus ajattelee olevan hyvä idea jatkoaiheelle. Lisäksi toimitus saattaa tehdä myös juttuja siitä, että jotain asiaa on kommentoitu paljon ja ihmiset esittävät erilaisia mielipiteitä siihen liittyen. Keskisuomalaisen verkkosivuillaan julkaisemien juttujen yhteyteen tulee päivittäin kymmenistä noin sataan kommenttia.

Kalevassa verkkokomentoinnin merkitystä pidetään huomattavana, mutta samalla sen merkityksen ajatellaan hieman vähentyneen. Verkkokeskusteluilla ajatellaan Kalevassa olevan ennen kaikkea lukijoita sitouttava vaikutus. Niiden uskotaan myös tuovan Kalevalle lukijoita. Verkkokeskusteluista tehdään myös juttuja, silloin jos jonkun jutun pohjalle syntyy hyvää keskustelua. Toimitus voi myös pyytää lukijoita keskustelemaan jostakin aiheesta ja tehdä jutun heidän käymänsä keskustelun pohjalta. Lisäksi kommentteihin saattaa tulla silminnäkijähavaintoja jostakin rikoksesta tai onnettomuudesta. Tällaisia kommentteja lehti ei yleensä julkaise, mutta ne ovat sille itselleen todella hyödyllistä tietoa. Kalevan journalistisiin sisältöihin tuleva kommenttimäärä on noin tuhat viestiä päivässä, mutta määrä vaihtelee todella paljon riippuen päivästä.

Ylessä ajatellaan, että hyvällä keskustelulla voi olla arvo jo sinänsä. Verkkokeskusteluista saatava hyöty voi olla hyvin monipuolista ja kaksisuuntaista. Toimittajat hyötyvät verkkokeskusteluista käyttäessään niitä ikään kuin osana journalismin materiaalia. Toimittajat voivat myös saada kommentoijilta juttuideoita. Sen sijaan Ylen käyttäjät hyötyvät verkkokeskusteluista myös toimittajien osallistuessa niihin. Erityisesti heidän ajatellaan hyötyvän verkkokeskusteluista silloin, kun verkkokeskusteluun osallistuva toimittaja on asiantuntija jossakin sellaisessa asiassa, josta käyttäjillä on tarve saada tietoa:

”Parhaimmillaan meillä on tietysti esimerkiksi sellaisia keskusteluja, jotka on niin kuin erikseen järjestetty ja kerrottu, että nyt vaikkapa kirjeenvaihtaja on vastaamassa kysymyksiin ja niin edelleen. Ja parhaiten toimii silloin kun ihmisillä on joku perusteltu tarve tietää jostain asiasta ja sitten se meidän oma toimittaja on tavalla tai toisella tosi hyvä asiantuntija siinä teemassa.” H4

## 5 Johtopäätökset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa suomalaisten mediatalojen verkkokeskusteluja ja niiden kommentointikäytäntöjä. Tavoitteena oli kuvata, millaisia eroja ja yhteneväisyyksiä suomalaisten mediatalojen verkkokeskustelujen kommentointikäytännöissä on. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin, miten mediatalojen toimituksissa säännellään verkkokeskusteluja.

Tutkimuksen tutkimuskysymykset olivat seuraavat:

- 1. Millaisia eroja ja yhteneväisyyksiä suomalaisten mediatalojen verkkokeskustelujen kommentointikäytännöissä on?*
- 2. Millaisin keinoin verkkokeskusteluja säännellään suomalaisissa mediataloissa?*
- 3. Mikä merkitys verkkokeskusteluilla on suomalaisille mediataloille?*

Tutkimuksessa on käyty läpi aiempia tutkimuksia mediaorganisaatioiden verkkokeskusteluista ja moderoinnista analyysin tukemiseksi. Johtopäätöksissä tutkimuskysymyksiin vastataan niputtamalla analyysia yhteen ja heijastelemalla sitä aiempaan tutkimukseen. Tuloksia ei voi yleistää koskemaan kaikkia suomalaisia mediaorganisaatioita, koska tutkimuksessa haastateltiin vain neljän suomalaisen mediaorganisaation verkkotoimituksen esimiestä tai verkkotoimittajaa.

Tutkimuksen perusteella havaitsin, että eri mediaorganisaatioilla on monessa suhteessa toisistaan poikkeavat käytännöt sen suhteen, millaisessa käyttäjäasemassa olevat lukijat voivat kommentoida niiden julkaisemia juttuja. Sanomalehti Keskisuomalainen sallii nykyään vain tilaajiensa kommentoida julkaisemiaan sisältöjä. Lehden tammikuussa 2019 käyttöönottama linjaus edustaa nykypäivän trendiä, jossa mediatalot haluavat olla tiiviisti kytköksissä käyttäjiinsä. Entisaikojen malli, jossa joukkoviestimet välittivät sisältöjä anonyymeille vastaanottajille on mediakentällä häviämään päin.

Myös Yle ja Ilkka vaalivat tiivistä suhdetta käyttäjiinsä. Ylessä kommentointiin vaaditaan Yle Tunnuksen käyttöönottoa. Vaatimalla tunnuksen käyttöä sisältöjen kommentoinnissa Yle pyrkii varmistamaan sen, että juttuja kommentoivat todelliset ihmiset. Ilkka haluaa, että sen julkaisemia sisältöjä kommentoivat todelliset henkilöt. Tämän se pyrkii varmistamaan antamalla käyttäjien

kommentoida sisältöjään vain Facebook-tiliensä kautta. Lisäksi selvä enemmistö Ilkan sisällöistä on avoinna vain tilaajille, jolloin ainoastaan nämä voivat niitä myös kommentoida.

Keskisuomalaisen linjaukselle täysin vastakkaista mallia edustaa sanomalehti Kaleva, joka sallii lähtökohtaisesti kaiken kansan kommentoida julkaisujaan. Verkkokeskusteluun osallistumiseksi käyttäjän on vain keksittävä itselleen nimimerkki, jota hän kommentointiin käyttää.

Tutkimushaastatteluissa kävi myös ilmi, että mediat pyrkivät selkeitä tunnistetietoja käyttäjiltään vaatimalla vähentämään verkkokeskusteluissa esiintyvien trollausten ja asiattomien vaikuttamispyrkimysten määrää. Ainoastaan Keskisuomalaisen verkkokeskustelujen kommentointilinjaa, jossa verkkokeskustelu sallitaan vain tilaajille, voidaan pitää erittäin toimivana tämän suhteen. Koska kommentointi sallitaan vain tilaajille, lehden on suhteellisen helppo tarkistaa, kuka tilaajistaan kommentoi verkkojulkaisuja asiattomalla tavalla, ja määrätä hänelle sopimaksi katsomiaan rangaistuksia.

Ylessä ja Ilkassa kommentointilinja vaikuttaa yleisesti ottaen toimivalta trollausten ja asiattomien vaikuttamisyritysten suhteen. Niiden kohdalla ihmisten on kuitenkin mahdollista luoda itselleen valetunnukset, joiden todellisia omistajia medioiden voi olla vaikea tarkistaa. Ylen kohdalla trollausten ja asiattomien vaikuttamispyrkimysten onnistumista ehkäisee kuitenkin myös se, että sillä on useimmissa jutuissa käytössään ennakkomoderointi. Toisaalta moderointi tehdään osin koneellisesti, minkä voidaan olettaa olevan epäluotettavampaa kuin ihmistyönä toteutettavan moderoinnin.

Tutkimuksessa tutkituista medioista trollaukselle ja vaikuttamispyrkimyksille altteimpana voidaan pitää Kalevan verkkokeskusteluja. Mikäli käyttäjä saa lehden keskusteluihin viestinsä läpi, toimituksen on käytännössä mahdotonta selvittää, kuka viestin on lähettänyt. Vaikka asiattomia kommentteja seulotaan ennakkomoderoinnin avulla, se tehdään osin koneellisesti. Konemoderointia ei voida pitää läheskään niin varmana moderointitapana kuin ihmistyönä toteutettavaa moderointia, sillä koneen tekniset mekanismit eivät aina toimi ihmisten haluamalla tavalla. Tällöin kone voi päästää keskusteluun läpi viestejä, joita sinne ei tulisi päästää.



Verkkokeskustelun sääntely koskee sekä sitä, miten kommentointia valvotaan ja moderoidaan, että sitä, mitä sisältöjä avataan keskusteluille. Jokaiselta haastatellulta mediatalolta löytyi ainakin muutamia keinoja säännellä verkkosivuillaan käytävää kommentointia. Näistä merkittävimmiksi nousivat kommenttien poistaminen keskusteluista, kommentojien ohjeistaminen ja juttujen keskusteluille aukaisematta jättäminen. Kuutin (2014, 5) mukaan keskustelupalstojen valvonnan limittäminen osaksi journalismin eettistä itsesääntelyä on media-alalla pidetty tärkeänä.

Verkkokeskustelujen eettisissä ohjeissa julkaisijan vastuu keskusteluun lähetettyjen viestien sisällöstä näyttöytyy lainsäädäntöä tiukempaan. (mp.) Medioiden pyrkimyksenä onkin pitää verkkokeskustelunsa asiallisina, sillä keskustelujen laatu vaikuttaa lukijoiden medioista luomaan julkisuuskuvaan.

Vaikka toimituksissa suhtaudutaan verkkokomentointiin ristiriitaisesti (kts. luku 2.1.2) vain ani harva suuri media ei ole ottanut verkkokeskusteluja käyttöön internetsivuillaan. Yksi tällaisista on hitaaseen journalismiin keskittyvä Long Play –verkkójulkaisu. Sen kohdalla syy kommentointimahdollisuuksien poissaoloon ei kuitenkaan johdu siitä, etteikö media luottaisi lukijoidensa pystyvän käymään asiallista keskustelua, vaan siitä, ettei medialla ole resursseja palkata työntekijöitä kommentteja moderoimaan. (Vehkoo, 2015).

Verkkokeskustelujen merkityksien suhteen tutkimuksessa ilmeni, että toimittajat pitävät keskusteluja tärkeänä, sillä he voivat niihin sisältyvistä kommenteista saada tärkeää informaatiota tai ideoita jatkojuttujen aiheiksi. Lisäksi verkkokeskusteluja pidettiin itsessään merkittävänä, eli niillä ajateltiin olevan itseisarvo. Santanan (2016, 145) mukaan toimittajat hajauttavat portinvartijuusvastuitaan kommentoijille antaessaan näiden luoda palvelevaa sisältöä verkkosivuilleen. Käyttäjät kykenevät arvioimaan uutisten arvoa ja punnitsemaan ajatuksiaan virtuaalisen keskustelun kautta tehdessään panoksestaan jatkoa uutiselle, ja monissa tapauksissa pysyvän kiinnityksen verkkosivulle. Kuitenkin käyttäjät menettävät toissijaisen portinvartijuusfunktionsa, kun ensisijaiset portinvartijat epäävät keskustelua esiintymästä estämällä verkkokomentointia. (mp.)

## 6 Lopuksi

### 6.1 Tutkimuksen arviointi

Mediatalojen verkkokomentointia voi tarkastella tutkimuksellisesti useasta eri näkökulmasta. Ottaessa aiheen tutkimuskohteekseen onkin tiedostettava se, että riski aiheen kasvamisesta liian laajaksi tai ajautumisesta harhapoluille, on merkittävä. Tarkoitukseni oli rajata tutkimukseni niin, että käsittelen siinä mediatalojen verkkokeskustelujen kommentointikäytäntöjä, sääntelyä ja merkitystä mediataloille. Koen rajauksen onnistuneen suhteellisen hyvin kandidaatintutkielman laajuuden huomioon ottaen. Verkkokeskustelujen sääntelyn osalta olisin voinut kuitenkin käsitellä myös muita siihen läheisesti liittyviä asiakokonaisuuksia, kuten toimittajien osallistumista verkkokeskusteluihin kommentoijan roolissa.

Yhden valtakunnallisen mediaorganisaation ja kolmen maakuntalehden aineistosta ei voi vielä kaikilta osin tehdä koko suomalaista mediakenttää koskevia johtopäätelmiä.

Komentointikäytäntöjen osalta tutkitut mediaorganisaatiot eivät anna riittävän laajaa kuvaa suomalaisesta mediakentästä. Sen sijaan verkkokomentoinnin sääntelyyn ja merkitykseen vastaamisessa otos on mielestäni tarpeeksi kattava kuvaamaan suomalaisella mediakentällä vallitsevaa tilannetta.

Tutkimustani varten haastattelin jokaisesta mediaorganisaatiosta vain yhtä edustajaa. Mielestäni tämä oli kuitenkin riittävä määrä, sillä jokainen heistä työskentelee sellaisissa asemissa, joissa he tietävät mediaorganisaatioiden verkkokomentointia koskevista linjauksista paljon.

Tutkimuksessa haastateltavien nimet ja tittelit anonymisoitiin, sillä he edustavat siinä mediataloja eivätkä itseään.

Puolistrukturoitujen teemahaastattelujen vaara piilee siinä, että haastatteliija vaikuttaa tutkimustuloksiin kysymällä normatiivisia asenteita sisältäviä kysymyksiä. Pyrin välttämään tätä haastattelujen kysymysrunkoa muotoillessani aikomukseni luoda siitä mahdollisimman objektiivinen. Mielestäni onnistuin tässä hyvin. Lisäksi yritin haastatteluissa välttää tekemästä normatiivisia latauksia sisältäviä jatkokysymyksiä.

Toisen ja kolmannen tutkimuskysymykseni osalta haastattelut olivat mielestäni perusteltu tutkimusmenetelmä. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen olisi voinut vastata myös mediaorganisaatioiden verkkosisältöjä analysoimalla, kommentointiohjeita tarkastelemalla ja aiheesta tehtyjä uutisia lukemalla. Tällöin jokin olennainen seikka olisi kuitenkin saattanut helposti jäädä huomaamatta.

## 6.2 Jatkotutkimuksen aiheita

Mediatalojen verkkokomentointi on laaja aihe, jota voi tutkia monesta eri näkökulmasta. Tutkimuskohdetta kartoittaessani huomasin, että suomenkielistä tutkimusta aiheesta on tehty vielä varsin niukalti. Vaikka tutkimukseni paikkaa omalta osaltaan tutkimuskentällä olevaa aukkoa, kentällä on vielä useita aihealueita, joita olisi syytä tutkia. Yksi oleellinen tutkimuskohde olisi se, millä perusteilla journalistit päätyvät nostamaan verkkokeskustelijoiden kommentteja osaksi todellista uutista. Tämän ohella voisi samalla tutkia myös sitä, minkälaisien aiheiden pohjalta käydyt keskustelut toimittajat koostavat kokonaisiksi uutisiksi. Tutkimusta varten tehtävissä haastatteluissa olisi syytä kysyä, missä määrin kommentin sisältö, kommenttien määrä verkkokeskusteluissa ja kommentoijan status vaikuttaa kommenttien nostoon ja niiden koostamiseen kokonaisiksi uutisiksi.

Bird (2011, 506) esittelee termin ”prosumer”, jolla hän viittaa median kuluttajiin, jotka myös tuottavat itse mediasisältöjä. He ovat aktiivisia mediatoimijoita, jotka ovat vuorovaikutuksessa kuluttamansa sisällön kanssa. (mp.) Käyttäjälähtöisen verkkosisällön merkitystä on analysoitu niin, että käyttäjät voivat tuottaa tulkintoja ja merkityksiä, jotka tuottavat sosiaalista todellisuutta ja joiden arvo on enimmäkseen yhteiskunnallista. (Nordenstreng & Nieminen 2017, 330-331). Mediatalojen verkkosivuilla käytäviä keskusteluja olisi kuitenkin syytä tutkia vielä tarkemmin lukijoiden ja kommentoijien näkökulmasta. Mikä merkitys käyttäjälle on sillä, että hän saa äänensä kuuluviin juuri haluamansa mediaorganisaation verkkosivuillaan julkaiseman jutun yhteyteen? Lisäksi mielenkiintoinen tutkimuskohde olisi se, miten lukijat toivovat mediatalojen sääntelevän ja moderoivan verkkokeskusteluja. Tätä aihetta voisi tutkia sekä kvalitatiivisin että kvantitatiivisin menetelmin.

## Kirjallisuus

Bird, E. 2011. Are we all producers now? , *Cultural Studies*, 25:4-5, 502-516.

Ekholm, K. & Karhula, P. 2016. Suomalaisen sensuurin vaiheet Kalevalasta verkko-aikaan. Teoksessa: Kai Ekholm, Päivikki Karhula & Tuomo Olkkonen. *Tiellä sananvapauteen*. Helsinki: Kansalliskirjasto. Saatavana: <https://sananvapauteen.fi/artikkeli/1749> [Viitattu 20.11.2019]

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Hermida, A. 2011. Mechanisms of Participation: How Audience Options Shape the Conversation, in *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Wiley-Blackwell, 13–33.

Julkisen sanan neuvosto 2014. *Journalistin ohje*. Saatavana: [https://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/) [Viitattu: 2.12.2019]

Kuutti, H. 2012. *Mediasanasto*, Jyväskylä: MediaDoc Oy

Kuutti, H. 2014. *Verkkoviestien journalistinen moderointi: yleisön tuottaman aineiston julkaisukäytännöt toimitusten internet-sivuilla*. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.

Mäkinen, E. 2019. HS:n artikkeleiden kommentoinnissa otetaan käyttöön omalla nimellä kirjoittaminen. *Helsingin Sanomat*. Saatavana: <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006105996.html> [Viitattu 30.11.2019]

Nielsen, C. 2012. Newspaper Journalists Support Online Comments. *Newspaper Research Journal* 33 (1): 86–100.

Nordenstreng, K. & Nieminen, H. 2017. *Suomen mediamaisema*. Tampere: Vastapaino.

Pöyhtäri, R., Haara, P. & Raittila, P. 2013. Vihapuhe sananvapautta kaventamassa. Tampere: Tampere University Press

Reunanen, E. 2018. Uutismedia verkossa 2018. Reuters Institute Digital News Report. Suomen maaraportti. Tampere: Tampereen yliopisto

Roberts, M., Wanta W. & Tzong-Horng D. 2002. Agenda Setting and Issue Salience Online. *Communication Research* 29 (4): 452–465.

Robinson, S. 2010. Traditionalists vs. Convergents: Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist—Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites. *School of Journalism and Mass Communication, The University of Wisconsin-Madison* 16 (1), 125-143

Ruusuvuori, J., Nikander, P., & Hyvärinen, M. (toim.) 2010. Haastattelun analyysi. Tampere: Vastapaino.

Santana, A. 2011. Online Readers' Comments Represent New Opinion Pipeline. *Newspaper Research Journal* 32 (3): 66–81.

Santana, A. 2014. Virtuous or Vitriolic: The effect of anonymity on civility in online newspaper reader comment boards. *Journalism Practice*. 8(1), 18–33.

Santana, A. 2016. Controlling the conversation: The availability of commenting forums in online newspapers. *Journalism Studies*, 17(2), 141–158.

Siegel, J., Dubrovsky, V., Kiesler, S. & McGuire, T. 1986. Group Processes in Computer-mediated Communication. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 37 (2): 157–187.

Singer, J. 1997. Still Guarding the Gate? The Newspaper Journalist's Role in an On-line

World. *Convergence* 3 (1): 72–89.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkajulkaisu]. ISSN=2341-8699. 13 2017, 3. Verkkomedian sosiaalinen käyttö. Helsinki: Tilastokeskus [Viitattu: 20.11.2019].

Thurman, N. 2011. Making ‘The Daily Me’: Technology, Economics and Habit in the Mainstream Assimilation of Personalized News. *Journalism* 12 (4): 395–415.

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

Vehkoo, J. 2015. Kommenttipalstojen sulkeminen tekee hyvää sananvapaudelle. Saatavana: <https://www.longplay.fi/sivuaanet/kommenttipalstojen-sulkeminen-tekee-hyvaa-sananvapaudelle> [Viitattu: 30.11.2019].

Wahl-Jorgensen, K. 2015. Resisting Epistemologies of User-Generated Content? Cooptation, Segregation and the Boundaries of Journalism, in *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. New York: Routledge, 169-185.

## Liitteet

### Haastattelukysymykset

1. Miten mediatalon julkaisemien journalististen sisältöjen verkkokomentointi tapahtuu? Mille alustalle sisältöjä kommentoidaan? Eli kommentoidaanko sisältöjä suoraan mediaorganisaation verkkosivuille vai sosiaalisen median kautta?
2. Onko mediatalolla olemassa kommentointiohjeita? Mistä ne voi löytää?
3. Kommentoidaanko juttuja omalla nimellä vai nimimerkillä? Kumpaa tapaa mediatalo suosittelee? Minkä takia?
4. Mitkä sisällöt avataan kommentoitaviksi? Avataanko siis kaikki vai vain osa sisällöistä? Jos vain osa niin millä perusteilla kommentoitaviksi avattavat jutut valitaan?
5. Minkälaisessa asemassa lukijan/käyttäjän tulee olla suhteessa mediataloon voidakseen kommentoida sen sisältöjä? Millaisten tunnistetietojen antamista mediatalo lukijalta vaatii?
6. Miten linjaukset verkkojuttujen kommentoinnista ovat muotoutuneet?
7. Kuinka paljon lukijat/käyttäjät kommentoivat verkkosisältöjä?
8. Korostuuko joidenkin aiheiden, teemojen tai tietyn tyyppisten juttujen kommentointi?
9. Mikä merkitys uutisjuttujen pohjalta syntyneillä verkkokeskusteluilla on mediataloille?
10. Miten verkkokeskusteluja valvotaan?
11. Missä tilanteissa kommentointiin puututaan? Miten kommentointiin puututaan?
12. Mihin verkkokeskustelujen valvonta perustuu? Mihin valvonnalla pyritään?
13. Kuinka paljon resursseja valvontaan käytetään?
14. Ketkä mediatalossa toteuttavat juttujen moderoinnin? Onko mediatalolla erityistä verkkokomentoinnista vastuussa olevaa työntekijää?
15. Tilastoidaanko verkkokeskusteluja? Jos kyllä niin miten? Jos ei niin miksi ei?
16. Osallistuuko jutun tehnyt toimittaja tai muu toimituksen työntekijä jutun pohjalta käytävään verkkokeskusteluun? Millaisia vaikutuksia tällä on käytävään verkkokeskusteluun?

Erikseen YLE:

1. Onko teillä käytössä etukäteen rajattu julkaisujen verkkokommentointiaika? Mihin tämä käytäntö perustuu?