

Yliopisto-opiskelijoiden näkemykset sosiaalisen median vaikutuksesta yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen

Sosiologian
pro gradu -tutkielma

Laatija:
Oona Kuoppa

21.01.2026
Turku

Pro gradu -tutkielma

Oppiaine: Sosiologia

Tekijä: Oona Kuoppa

Otsikko: Yliopisto-opiskelijoiden näkemykset sosiaalisen median vaikutuksesta yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen

Ohjaaja: Mikko Niemelä

Sivumäärä: 74 sivua

Päivämäärä: 21.01.2026

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan, miten sosiaalinen media vaikuttaa yliopisto-opiskelijoiden mielipiteiden muodostumiseen, poliittiseen käyttäytymiseen ja poliittisen sisällön kohtaamiseen. Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa ymmärrystä siitä, miten yliopisto-opiskelijat määrittelevät poliittisen sisällön sosiaalisessa mediassa, millaisena he kokevat algoritmien ja personoitujen sisältöjen vaikutukset, sekä miten sosiaalinen media näyttäytyy osana heidän poliittista osallistumistaan ja näkemyksien jakamista.

Tutkimus nojaa kahteen teoreettiseen näkökulmaan. Yhtäältä julkisuusteoreettisesti poliittinen osallistuminen ja yhteiskunnallinen keskustelu ymmärretään osaksi julkisen tilan ja demokraattisen deliberoinnin ehtoja ja niiden muutosta digitaalisessa mediaympäristössä. Toisaalta algoritmisen portinvartijuuden ja personoinnin näkökulmasta alustojen suosittelu- ja suodatuslogiikat ohjaavat poliittisen sisällön näkyvyyttä, mikä voi vahvistaa valikoivaa altistumista ja kuplautumista sekä muokata käyttäjien käsityksiä siitä, mikä on poliittista ja miten siihen on mahdollista tai mielekästä osallistua.

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat Turun yliopiston yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan opiskelijat, jotka ovat tottuneita digitaaliseen vuorovaikutukseen ja usein aktiivisia yhteiskunnallisessa keskustelussa. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena hyödyntäen teemahaastatteluja (=10) ja täydentävää päiväkirja-aineistoa (=3). Aineisto analysoitiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla. Haastatteluiden ja päiväkirjojen kautta tarkasteltiin yliopisto-opiskelijoiden kokemuksia sosiaalisen median alustoista, yhteiskunnallisen ja poliittisen sisällön kohtaamisesta, algoritmien ohjautumisesta ja kuplautumisesta. Erityistä huomiota kiinnitettiin siihen, miten yliopisto-opiskelijat suhtautuvat eri sosiaalisen median kanaviin poliittisen ja yhteiskunnallisen tiedon lähteenä, miten aktiivisesti he osallistuvat poliittiseen ja yhteiskunnalliseen keskusteluun ja millä tavoin he säätelevät omaa näkyvyyttään verkossa.

Tulosten mukaan yliopisto-opiskelijoiden suhtautumistavat poliittiseen ja yhteiskunnalliseen sisältöön jakautuvat kolmeen päätyyppiin: aktiivinen osallistuminen, tarkkaileva seuraaminen ja tietoinen välttely. Instagram nousi tutkimuksessa selkeästi keskeisimmäksi alustaksi poliittisen sisällön seuraamisessa, mutta myös TikTok, X (entinen Twitter) ja perinteisen median digitaaliset versiot mainittiin. Algoritmien koettiin usein vahvistavan kuplautumista, mutta osa yliopisto-opiskelijoista pyrki tietoisesti seuraamaan eri näkökulmia sisältäviä tilejä tasapainottaakseen sisällön yksipuolisuutta. Poliittisen näkyvyyden ja keskustelun julkisen luonteen vuoksi osa yliopisto-opiskelijoista koki osallistumisen herkästi riskialttiina tai jopa kuormittavana.

Tutkimus osoittaa, että sosiaalinen media on merkittävä osa nuorten yhteiskunnallista ja poliittista arkea, mutta sen vaikutukset eivät ole yksiselitteisiä. Se tarjoaa mahdollisuuksia osallistumiseen ja tiedonhakuun, mutta samalla se voi rajoittaa mielipiteiden moninaisuutta ja vahvistaa yksilön kuplautumista. Tulokset tuovat lisäymmärrystä siihen, miten nuoret aikuiset navigoivat sosiaalisessa mediaympäristössä ja miten tämä vaikuttaa heidän poliittiseen ja yhteiskunnalliseen orientaatioonsa.

Avainsanat: sosiaalinen media, yhteiskuntapoliittiset mielipiteet, algoritmit, kuplautuminen, poliittinen osallistuminen, laadullinen tutkimus, yliopisto-opiskelijat

Sisällysluettelo

1	Johdanto	4
2	Yhteiskuntapoliittinen mielipiteenmuodostus murroksessa	8
2.1	Median rooli mielipiteenmuodostuksessa	8
2.2	Sosiaalisen median luoma murros	10
2.3	Mielipiteenmuodostuksen kuplautuminen sosiaalisen median aikakaudella	14
3	Sosiaalisen median yhteys mielipiteen muodostumiseen – tutkimuskatsaus	17
4	Tutkimusasetelma	25
4.1	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset	25
4.2	Tutkimusaineisto	27
4.3	Tutkimusmenetelmä	30
4.4	Tutkimusetiikka	32
5	Tutkimuksen tulokset	34
5.1	Yliopisto-opiskelijoiden määritelmiä poliittisesta sisällöstä ja sen kohtaamisesta sosiaalisessa mediassa	34
5.1.1	Aktiivinen osallistuminen	38
5.1.2	Passiiviset tarkkailijat	40
5.1.3	Välittelevä suhtautuminen	42
5.2	Algoritmit ja sisältöjen personointi poliittisen tiedon kohtaamisen ohjaajina	44
5.3	Poliittinen käyttäytyminen ja näkemysten jakaminen sosiaalisen median kontekstissa	48
6	Johtopäätökset	54
	Lähteet	61
	Liitteet	72
	Liite 1. Tutkimuksessa haastatellut	72
	Liite 2. Pelkistetty haastattelurunko	73
	Liite 3. Päiväkirjataulukko	74

1 Johdanto

Poliittisen viestinnän ja mielipiteenmuodostuksen kenttä on kokenut merkittäviä muutoksia viimeisen vuosisadan aikana. Walter Lippmann (1922) käsitteli teoksessaan *Public Opinion* sitä, kuinka media muokkaa ihmisten käsityksiä maailmasta ja toimii eräänlaisena suodattimena todellisuuden ja yleisön välillä. Hänen mukaansa ihmiset eivät muodosta mielipiteitään suorista kokemuksista, vaan median välittämien "stereotyyppisten kuvien" kautta. Tämä ajatus on erityisen ajankohtainen sosiaalisen median aikakaudella, jossa algoritmit ja personoitu sisältö vaikuttavat siihen, millaista tietoa käyttäjät kohtaavat ja millainen todellisuus heille rakentuu. Jürgen Habermas (1962) puolestaan esitti teoksessaan *Julkisuuden rakennemuutos*, että julkinen keskustelu ja poliittinen viestintä olivat aiemmin rakentuneet vahvasti institutionaalisten medioiden, kuten sanomalehtien ja televisiouutisten, ympärille. Hän korosti "porvarillisen julkisuuden" merkitystä ja sitä, miten rationaalinen keskustelu mahdollistaa demokraattisen mielipiteenmuodostuksen. Sosiaalisen median nousu on kuitenkin muuttanut tätä asetelmaa. Julkinen keskustelu on hajautunut ja siirtynyt osin pois journalistisen median valvomista tiloista kohti alustayhtiöiden hallitsemissa verkostoissa, joissa julkisuuden hierarkiat määräytyvät esimerkiksi algoritmien ja käyttäjien vuorovaikutuksen perusteella. Tämä murros on asettanut uusia haasteita poliittiselle viestinnälle ja herättänyt kysymyksiä siitä, millä tavoin mielipiteet muodostuvat ja miten demokratian perusta—avoin ja monipuolinen keskustelu—säilyy digitaalisessa ajassa.

Sosiaalinen media on muuttanut merkittävästi tapaa, jolla ihmiset vastaanottavat, jakavat ja käsittelevät yhteiskunnallista ja poliittista informaatiota. Perinteisen median rinnalle on noussut joukko digitaalisia alustoja, joissa uutiset, poliittinen keskustelu ja mielipidevaikuttaminen leviävät nopeasti. Yhä useampi saa yhteiskunnallista tietoa sosiaalisen median kautta, mikä on vaikuttanut paitsi yksilöiden tiedonhankintaan myös siihen, miten poliittisia mielipiteitä muodostetaan ja jaetaan. Sosiaalisen median kenttä on kuitenkin jatkuvassa muutoksessa. Viime vuosina suurimpien alustojen omistajuus ja toimintaperiaatteet ovat herättäneet runsaasti keskustelua. Esimerkiksi miljardööri Elon Muskin hankittua X-alustan (entinen Twitter) sen moderoitikäytännöt ja sisällön näkyvyyttä säätelevät algoritmit ovat muuttuneet merkittävästi. Tämä on vaikuttanut myös poliittiseen ilmapiiriin: esimerkiksi Suomessa useat viralliset tahot, kuten kaupungit, virastot ja poliittiset puolueet, ovat vetäytyneet alustalta osana laajempaa reaktiota alustan suuntaan (Alste 2024). Muutokset sosiaalisen median omistajuudessa ja toimintalogiikassa herättävät kysymyksiä

siitä, miten alustojen kehitys vaikuttaa yhteiskunnalliseen keskusteluun ja poliittisten näkemysten muodostumiseen.

Siinä missä perinteiset uutismediat ovat aiemmin toimineet portinvartijoina ja määrittäneet pitkälti sen, millaista poliittista sisältöä yleisölle tarjotaan, sosiaalinen media on hajauttanut tätä prosessia. Nykyään käyttäjät eivät ainoastaan vastaanota uutisia ja mielipiteitä, vaan myös tuottavat, kommentoivat ja jakavat poliittista sisältöä. Tämä on luonut uudenlaisia vuorovaikutuksen ja vaikuttamisen tapoja, mutta samalla se on tehnyt poliittisesta tiedonvälityksestä entistä hajanaisemman ja vaikeammin hallittavan. Algoritmit ja personoidut sisällöt ohjaavat käyttäjien kokemuksia sosiaalisessa mediassa tarjoamalla heille heidän aiempiin mieltymyksiinsä perustuvaa sisältöä. Tämä voi vahvistaa jo olemassa olevia näkemyksiä ja rajata altistumista monipuoliselle poliittiselle keskustelulle, mutta toisaalta se voi myös lisätä kiinnostusta yhteiskunnallisiin asioihin ja mobilisoida ihmisiä osallistumaan poliittiseen toimintaan (Tomperi 2018, 20–21.) Näiden vaikutusten ymmärtäminen on keskeistä tarkasteltaessa, miten sosiaalinen media muokkaa yksilöiden käsityksiä yhteiskunnallisista kysymyksistä ja poliittisista ilmiöistä.

Poliittiset aiheet saavat usein aikaan suurta näkyvyyttä ja herättävät kiinnostusta. Silti sana 'politiikka' itsessään saanut osakseen kielteistä sävyä. Julkisuus ja sosiaalinen media ovat olennainen osa demokraattista politiikkaa. Demokratiassa julkinen tila on periaatteessa avoin kaikille, tarjoten mahdollisuuden käsitellä ja politisoida erilaisia kysymyksiä. Yksityisistä huolenaiheista voi julkisen keskustelun kautta muodostua yhteisiä kysymyksiä. Nykyajan julkisuudessa tämä keskustelu kuitenkin etenee eri tavoin kuin perinteisesti (Hakala, Herkman & Kantola 2012, 2–3.) Mediatutkimuksessa puhutaan nykyisin yhteiskunnan medioitumisesta eli eri sosiaalisten medioiden lisääntyvästä vaikutuksesta sekä merkityksestä yhteiskunnassa. Erityisesti poliitikot ja ehdokkaat kohtaavat haasteita julkisuuden uusien vaatimusten edessä, sillä heidän odotetaan tuovan elämäänsä esiin uudenlaisilla tavoilla. Ehdokkaiden (tai ainakin heidän avustajiensa) on osallistuttava keskusteluihin chateissa, kirjoitettava twiitteja ja oltava aktiivisia Facebookissa sekä muilla alustoilla. Poliitikot eivät ole kameroiden tai internetin tavoittamattomissa edes lomillaan (Hakala ym. 2012, 2–3.)

Perinteisten valtamedioiden rinnalle on noussut monimuotoisia sosiaalisen median verkostoja ja yhteisöjä, joilla vaikuttaa olevan yhä enemmän vaikutusvaltaa demokratian kentällä. Sosiaalinen media ja internet luovat uusia julkisuuden tiloja ja toimintatapoja, jotka haastavat perinteisiä medioita. Myös vaalikampanjointi on siirtynyt yhä enemmän valtamediasta

sosiaalisen median verkostoihin. Esimerkiksi Spotifyssa musiikkia kuunnellessa voi yllättäen kohdata ehdokkaan kampanjainoksen tai podcast haastattelun (Hakala ym. 2012, 3.)

Tutkimusten mukaan sosiaalisen median esitystavat voivat saada erittäin paljon huomiota ja osallistumista nuorilta ihmisiltä, jotka eivät ole erityisen kiinnostuneita juuri tietystä asiasta, mutta voisivat potentiaalisesti olla (Pellinen 2021).

Median tulisi olla kaikkien suomalaisten saavutettavissa riippumatta heidän taloudellisesta tilanteestaan, asuinpaikastaan tai muista taustatekijöistä. Suomessa on voimassa EU:n saavutettavuusdirektiivin mukainen lainsäädäntö. Lain tarkoituksena on taata, että tieto- ja viestintäteknologiset palvelut ovat käyttäjille helposti käytettävissä ja esteettömiä, eikä teknisiä tai sisällöllisiä haasteita muodostu esteeksi. Perusajatuksena on, että yhteiskunnan tulee edistää ihmisten yhdenvertaisuutta sekä tarjota mahdollisuuksia osallistumiseen ja vaikuttamiseen, samalla ehkäisten syrjäytymistä (Kulkki-Nieminen 2020, 385.) Media toteuttaa myös tärkeitä yhteiskunnallisia tehtäviä. Näihin tehtäviin kuuluu muun muassa demokratian edistäminen. Median kuuluu tarjota kansalaisille mahdollisimman monipuolista informaatiota maailmasta. Sen tulee myös palvella tasapuolisesti erilaisia kulttuurisia tarpeita (Nieminen 2005, 1.)

Tässä tutkimuksessa tarkastelen yliopisto-opiskelijoiden näkemyksiä sosiaalisen median vaikutuksesta heidän yhteiskuntapoliittisten mielipiteidensä muodostumiseen. Erityisesti tarkastelen sitä, millaisia merkityksiä opiskelijat antavat sosiaalisen median poliittiselle sisällölle ja millä tavoin sosiaalisen median kautta saatu tieto muokkaa heidän yhteiskunnallisia näkemyksiään. Lisäksi selvitän, miten opiskelijat kokevat algoritmien ja personoitujen sisältöjen vaikuttavan siihen, millaista poliittista sisältöä heille sosiaalisessa mediassa tarjotaan.

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat yliopisto-opiskelijat, sillä he edustavat ryhmää, joka on aktiivisesti tekemisissä sosiaalisen median kanssa ja samalla yhteiskunnallisen keskustelun keskiössä. He ovat tyypillisesti elämänvaiheessa, jossa maailmankuva ja arvot voivat edelleen kehittyä, ja he altistuvat monille uusille näkemyksille esimerkiksi opinnoissaan ja verkostoissaan. Sosiaalinen media on heille arjen keskeinen viestintäväline, joka toimii niin tiedonhankinnan kuin mielipiteenmuodostuksenkin alustana. Valinta kohdistuu yliopisto-opiskelijoihin myös siksi, että heidän ikäryhmänsä on erityisen alttiina sosiaalisen median algoritmien vaikutuksille, kuten suositeltujen sisältöjen kuplautumiselle. Samalla opiskelijat edustavat nuorempaa sukupolvea, jonka poliittiset asenteet ja yhteiskunnallinen aktiivisuus

muokkaavat tulevaisuuden demokraattisia prosesseja. Heidän näkemyksensä tarjoavat siten arvokasta tietoa paitsi akateemiselle tutkimukselle myös laajemmin yhteiskunnalliseen keskusteluun sosiaalisen median roolista. Sosiaalisen median vaikutus yhteiskuntapoliittisiin asenteisiin on ajankohtainen ja laajalti keskustelua herättävä aihe, mikä tekee aihepiirin tarkastelusta erityisen merkityksellistä.

Tutkimus toteutetaan laadullisin menetelmin, hyödyntäen teemahaastatteluita ja päiväkirja-aineistoa. Sosiologisesti tarkasteltuna arvot, asenteet ja mielipiteet muodostuvat pitkälti sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta ja heijastelevat yksilön sekä yhteiskunnan välisiä suhteita. Arvot ovat syvällisiä periaatteita, jotka ohjaavat ihmisten ajattelua ja toimintaa, kun taas asenteet muovaavat suhtautumista erilaisiin ilmiöihin. Mielipiteet puolestaan ovat tilannekohtaisempia ja voivat muuttua esimerkiksi uuden tiedon tai keskustelun seurauksena (Levomäki 1998, 8.) Sosiaalinen media toimii tässä kontekstissa alustana, jossa nämä tekijät voivat vahvistua, muuttua tai jopa polarisoitua. On mielenkiintoista nähdä, miten nämä sosiologiset ulottuvuudet ilmenevät tutkimuksessani yliopisto-opiskelijoiden näkemyksissä sosiaalisen median vaikutuksesta yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen.

Haastattelujen ja päiväkirjamateriaalin kautta on mahdollista tarkastella, kuinka opiskelijat kokevat esimerkiksi algoritmien ohjaaman sisällön suhteessa omiin arvoihinsa ja asenteisiinsa. Tämä tarjoaa syvällisemmän ymmärryksen siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa poliittiseen ajatteluun ja missä määrin se toimii vahvistavana tai muokkaavana voimana yksilöiden mielipiteiden muodostumisessa.

2 Yhteiskuntapoliittinen mielipiteenmuodostus murroksessa

2.1 Median rooli mielipiteenmuodostuksessa

Walter Lippmann (1922) käsitteli syvällisesti median roolia yksilöiden ajattelussa ja mielipiteiden muodostuksessa jo 1920-luvun alussa. Lippmann esittää, että media ei pelkästään kuvaa maailmaa, vaan se aktiivisesti muokkaa ja värittää sen todellisuutta yleisön silmissä. Hän pohdiskelee, kuinka media luo "luonnoksia" ja "kuvia" maailmasta, jotka eivät välttämättä vastaa todellisuutta, mutta joita yksilöt pitävät usein totuuksina. Tämä käsite on keskeinen, kun tarkastellaan median vaikutusta nykypäivän yhteiskunnassa, jossa informaation kulku on entistä nopeampaa ja monimuotoisempaa. Vaikka Lippmannin ajatuksista on kulunut jo yli 100 vuotta, hänen pohdintansa tarjoavat arvokkaita työkaluja ymmärtää, kuinka media edelleen määrittelee ja rajoittaa yleisön käsityksiä ja mielipiteitä globaalissa sekä paikallisessa kontekstissa.

Lippmannin mukaan yksilöt eivät voi suoraan havainnoida yhteiskunnallisia sekä poliittisia tapahtumia, vaan he tukeutuvat median välittämiin esityksiin ja kuviin. Hän esittelee käsitteen pseudoympäristö (pseudo-environment), joka viittaa median rakentamaan todellisuuden representaatioon, johon kansalaisten käsitykset perustuvat. Tämä tarkoittaa, että ihmisten maailmankuva ei perustu objektiiviseen todellisuuteen, vaan media luo heille valikoidun ja usein yksinkertaistetun version maailmasta. Lippmannin analyysi korostaa, että demokraattinen päätöksenteko voi olla ongelmallista siinä tapauksessa, jos kansalaiset perustavat mielipiteensä mediarepresentaatioihin, jotka voivat olla harhaanjohtavia tai yksipuolisia. Hänen näkemyksensä herättää edelleen ajankohtaisia kysymyksiä esimerkiksi uutismedian, sosiaalisen median ja poliittisen propagandan vaikutuksista julkiseen mielipiteeseen.

Lippmannin ajattelun ytimessä on myös käsite stereotypia, jota hän käyttää kuvaamaan tapaa, jolla ihmiset yksinkertaistavat monimutkaista maailmaa mielikuvien avulla. Lippmann (1922) väittää, että median välittämät stereotypiat ohjaavat vahvasti ihmisten asenteita sekä päätöksiä, koska ne tarjoavat helppoja ja nopeasti omaksuttavia kehyksiä maailman hahmottamiseen. Stereotypiat eivät ole pelkästään yksilöiden ajattelun tuotteita, vaan ne syntyvät kulttuurisessa sekä yhteiskunnallisessa kontekstissa, jossa media toimii merkittävänä välittäjänä. Tämä näkökulma on edelleen ajankohtainen, sillä esimerkiksi uutismedia, sosiaalinen media ja mainonta muokkaavat jatkuvasti sitä, millaisia käsityksiä eri

ihmisryhmistä, tapahtumista sekä ilmiöistä muodostuu. Lippmannin teoria auttaa ymmärtämään, miksi tietyt narratiivit ja kuvastot toistuvat mediassa sekä kuinka ne voivat vaikuttaa yhteiskunnallisiin asenteisiin ja poliittisiin päätöksiin.

Lippmannin esittämät ajatukset median roolista ihmisten maailmankuvan muokkaajana voidaan kytkeä laajemmin julkisuuden ja demokraattisen keskustelun rakenteisiin, joita Jürgen Habermas tarkasteli teoksessaan *Julkisuuden rakennemuutos* (2004). Habermas analysoi, kuinka moderni julkisuus on muuttunut feodaalisesta, auktoriteettiin perustuvasta viestinnästä kohti porvarillista julkisuutta, jossa kriittinen sekä rationaalinen keskustelu oli ihanteena. Hänen mukaansa 1700-luvun salongeissa ja kahviloissa kehittynyt porvarillinen julkisuus mahdollisti aiempaa avoimemman yhteiskunnallisen keskustelun, jossa kansalaiset saattoivat muodostaa mielipiteitään sekä vaikuttaa poliittiseen päätöksentekoon. Tämä julkisuuden malli oli kuitenkin haavoittuvainen taloudellisille sekä poliittisille muutoksille, ja Habermas argumentoi, että 1900-luvulle tultaessa mediajulkisuus oli jo vahvasti kaupallistunut ja politisoitunut, mikä heikensi sen demokraattista potentiaalia.

Habermasin näkemykset resonoivat Lippmannin huolen kanssa siitä, että median välittämät viestit eivät aina palvele kansalaisten autonomista ajattelua, vaan ne voivat vääristää sekä ohjata julkista keskustelua. Siinä missä Lippmann korostaa median kykyä luoda pseudoympäristöjä, Habermas analysoi, kuinka median rakenteelliset muutokset ovat johtaneet julkisuuden kolonisoitumiseen kaupallisten sekä poliittisten intressien toimesta. Erityisesti ”massamedia” on muuttanut julkisen tilan luonnetta: sen sijaan, että kansalaiset kävisivät avointa ja argumentatiivista keskustelua, heistä on tullut enemmän passiivisia kuluttajia, jotka vastaanottavat viihteellistettyä ja taloudellisten intressien muokkaamaa sisältöä. Tämä kehitys on erityisen merkittävä nykyajan digitaalisen median kontekstissa, jossa sosiaalinen media, algoritmien ohjaama tiedonvälitys ja polarisoitunut uutisointi haastavat perinteiset mediat sekä käsitykset demokraattisesta keskustelusta.

2.2 Sosiaalisen median luoma murros

1950-luvulla alettiin puhua sosiaalisen vastuun teoriasta, joka on median toimintaa ohjaava periaate, joka syntyi vastareaktiona aikaisemmalle vapausperiaatteelle (Siebert, Peterson & Schramm, 1956; ks. myös McQuail, 2010). Sosiaalisen vastuun teoriassa korostuu median velvollisuus huomioida koko yhteiskunnan etu. Mediat toimivat pääsääntöisesti kaupallisessa ympäristössä sekä nauttivat sananvapaudesta, minkä vuoksi kehitettiin teoria, joka muistuttaa mediaa vastuusta yhteiskuntaa ja kansalaisia kohtaan. Sosiaalisen vastuun teoriaa pidetään edelleen ajankohtaisena, kun keskustellaan yhteiskunnallisista sekä median eettisistä velvollisuuksista. Teoriaa kuitenkin myös kritisoidaan: on kyseenalaistettu, onko sosiaalisen vastuun teoria edelleen paras tapa kuvata demokratian ja median suhdetta 2000-luvun maailmassa (Nieminen 2005, 2.) Jokaisella on kuitenkin oma tarinansa median historiasta. Joku näkee median historian inhimillisyyden tietoisuuden synnystä postmodernin subjektin hajanaisuuteen. Toinen taas näkee median tarinan tässä hetkessä huolena konvergoitumisen seurauksen takia. Median historian kirjoittaminen on akateemisen opetuksen sekä tutkijoiden dilemma (Halonen 2004, 60.) Median poliittinen taloustiede, jonka juuret ulottuvat jo valistuksen aikaan on tärkeä lähestymisnäkökulma sosiaalisen median vaikutusvaltaan historiallisesta näkökulmasta. Julkinen viestintä ja massamedia ovat usein riippuvaisia politiikasta. Median vaikutusvalta on siksi erittäin laaja, sillä medialla on niin suuri voima maailmassa (Kortti 2016, 486.)

Sosiaalinen media on tullut osaksi ihmisten arkea 2000-luvun ensimmäisen ja toisen vuosikymmenen aikana. Suomen virallisen tilaston mukaan vuonna 2012 peräti 90 prosenttia suomalaisista käytti internettiä. Sosiaalisen median sovellusten käyttö oli tuolloin harvinaisempaa, mutta moni suomalainen käytti sosiaalisen median palveluita tiedonhakuun ja uutisten lukemiseen. Historiantutkija Pilvi Torsti on myös tutkinut, että mediateknologiat vaikuttavat ihmisten kokemusmaailmaan. Tällä hetkellä elää useita sukupolvia, joiden elämään on lapsuudesta asti kuulunut sosiaalinen media sekä erilaiset sähköiset viestimet. Torstin Historiatietoisuus Suomessa -kyselyyn vastanneiden 1970-luvulla syntyneiden ihmisten yksi tärkeimmistä avainkokemuksista on tiedonkulun, teknologian ja median kehittyminen. Aiemmin sukupolvikokemukseen kuuluivat lehdet, televisio ja radio eli niin sanottu perinteinen media. Tämän jälkeen rinnalle tuli kännykät ja verkkopalvelut (Östman, Suominen, Saarikoski & Turtiainen 2015, 10–11.)

Vuonna 2003 sosiaalisen median tapetilla olivat erityisesti blogit, joiden käyttö oli lisääntymässä. Blogit olivat maailmanlaajuisesti saatavilla, ja ne houkuttelivat lukijoita aiheiden ja kuvien avulla. Blogit mahdollistivat tuohon aikaan kokeiluita, jossa yleisestä tuli vuorovaikutteista ja yksilölähtöistä. Tämä näkyi varsinkin poliittisessa verkkoviestinnässä. Moni poliitikko piti 2000-luvun alussa omia blogeja, nimenomaan vaalikampanjan vuoksi. Vaalikampanjat laittoivat vauhtia poliitikkojen uusien sovellusmuotojen käyttöönottoon sekä netinkäyttöaktiivisuuteen. Poliitikot pyrkivät nappaamaan liikkuvia äänestäjiä monipuolistuvilla alustoilla (Östman ym. 2015, 32–34.) Hallitukset, poliitikot ja hallitsijat ovat usein sosiaalisen median historiallisena aikana käyttäneet alustoja propagandassa ja sensuurissa. Yksinkertaistettuna propaganda on ollut hyökkäyskeino vallankäytössä, ja sensuuri on puolestaan toiminut puolustuskeinona (Kortti 2016, 450.)

Perinteinen media kattaa usein journalistisia palveluita kuten Yleisradion ja kaupallisten toimijoiden televisio- ja radiokanavat sekä iltapäivälehdet. Näiden palveluiden sisältö tuotetaan pääosin ammattilaisten avulla ja näiden käyttäjiä voidaan nimetä yleisöksi. Sosiaalisella medialla tarkoitetaan puolestaan verkkosovelluksia kuten Facebook, YouTube, X (ent. Twitter), Instagram ja Jodel, joissa sisällön tuottaminen ja palvelun käytännöt rakentuvat keskeisesti käyttäjien toiminnan varaan (Matikainen 2010, 55.) Sosiaalisen median käsite määritellään viestintätutkija Janne Seppäsen ja Esa Väliwerrosen mukaan hyödylliseksi, sillä käsitteenä se kiinnittää huomiota uusiin vuorovaikutuksellisiin yhteisöllisyyden muotoihin. Toisaalta sosiaalisen median käsite on kuitenkin ongelmallinen, koska sillä tehdään eksaktisti eroa perinteisen median ja sosiaalisen median välille. Arkipäiväistymisestä huolimatta käsite ei ole vielä saanut yksiselitteistä määritelmää (Östman ym. 2015, 13–14.)

Perinteisen median luottamusta seurataan jatkuvasti. Erilaiset kyselyt osoittavat yksiselitteisesti, että suomalaiset pitävät perinteistä mediaa varsin luotettavana (Matikainen 2010, 56). Esimerkiksi Ylen uutisiin luottaa 95 prosenttia suomalaisista ja Helsingin sanomiin 66 prosenttia suomalaisista (Karppinen & Jääsaari 2007). Perinteistä mediaa pidetään usein luotettavampana kuin sosiaalista mediaa. Yleisön aktiivinen osallistuminen perinteisen median sisällöntuotantoon ei ole ulottunut uutistoimintaan yhtä vahvasti kuin muihin sosiaalisen median sisältöihin. Tavalliset ihmiset pääasiassa edelleen kuluttavat uutisia tai korkeintaan tarjoavat toimittajille alkuperäistä materiaalia juttujen pohjaksi sen sijaan, että he tuottaisivat uutisia itse suoraan (Hujanen & Pietikäinen 2004.) Tämän ilmiön taustalla on ollut se, että perinteinen uutismedia ei ole aina halunnut sisällyttää yleisöjen tuottamia sosiaalisen

median sisältöjä omiin kanaviinsa. Syynä tähän on huoli siitä, että yleisön tuottamat sisällöt, jotka saattavat olla epäammattimaisia tai sisältää tarkistamattomia sekä vääriä tietoja, voivat heikentää median vakiintunutta ja arvostettua brändiä (Hermida & Thurman 2008.)

Sosiaalisen median keskusteluilta on kuitenkin vaikeaa välttyä, sillä sosiaalisen median ja sen sovellukset toistuvat päivittäin perinteisen median uutisissa (Östman ym. 2015, 11). Nykyään täytyy myös tiedostaa, että suurinta osaa perinteisestä mediasta kulutetaan yhä enemmän digitaalisten kanavien kautta (Strandberg, Carlson & Snickars 2024, 75). Sosiaalisen median kasvava suosio asettaa haasteita perinteisen median toimintamalleille sekä niin kutsutuille portinvartijoille, joiden tehtävänä on valikoida ja välittää tietoa yleisölle. Osallistuvassa mediakulttuurissa yleisöt eivät ole enää sidottuja pelkästään perinteisen median tarjoamaan sisältöön, vaan he voivat itse luoda, jakaa ja levittää sisältöjä omien sosiaalisen median verkostojensa kautta (Couldry 2009, 438). Perinteisen ja sosiaalisen median välinen vuorovaikutus perustuu keskinäiseen hyötyyn; verkossa jaettu perinteisen median sisältö saa pidemmän elinkaaren kierrätyksen, lainausten ja uusien käyttötapojen myötä (Jenkins 2009).

Ajatus siitä, että ihmisten poliittiset ja yhteiskunnalliset mielipiteet eivät synny suorasta kokemuksesta, vaan viestinnän kautta välittyneiden representaatioiden avulla, ei ole uusi. Yksi merkittävimmistä klassisista ajattelijoista tällä aihealueella on Walter Lippmann, joka jo teoksessaan *Public Opinion* (1922) esitti, että yksilöt muodostavat maailmankuvansa pitkälti medioiden tarjoamien mielikuvien kautta. Lippmanin näkemyksen mukaan median kautta rakentuva ”pseudoympäristö” ohjaa ihmisten käsityksiä todellisuudesta – usein valikoitujen tai yksinkertaistettujen kuvien avulla. Hänen analyysiansa voidaan pitää perustavanlaatuisena lähtökohtana sille, miten median representaatioiden vaikutuksia mielipiteisiin on teoretisoitu. Vaikka Lippmann kirjoitti aikanaan ennen television ja internetin valtakautta, hänen näkemyksensä median välittämästä todellisuudesta ovat osoittautuneet suhteellisen kestäviksi – erityisesti sosiaalisen ja digitaalisen median aikakaudella, jossa tiedon suodattuminen algoritmien ja henkilökohtaisten verkostojen kautta on melkein jokaiselle arkipäivää.

Media toimii merkittävänä tekijänä yhteisen tiedollisen perustan luomisessa suomalaisessa yhteiskunnassa. Suomi on suurelta osin ”imaginaarinen yhteisö”, jossa jaettu mediatodellisuus on perinteisesti toiminut tärkeänä kulttuurista yhteenkuuluvuutta ylläpitävänä voimana. Media voi osallistua kansakunnan yhteisen tiedollisen perustan rakentamiseen joko säilyttämällä olemassa olevia rakenteita tai etsimällä aktiivisesti uusia suuntia. Se voi painottaa perinteisiä uutisaiheita ja näkökulmia sekä vahvistaa nykyisten instituutioiden asemaa. Toisaalta media

voi tuoda esiin yhteiskunnallisia ongelmia ja ristiriitoja, tarkastella vanhoja ilmiöitä uusista perspektiiveistä sekä kyseenalaistaa vakiintuneita toimintamalleja ja rakenteita kriittisesti (Wiio 2006, 5–6.)

Sitran Sosiaaliset innovaatiot ja yhteiskunnan uudistumiskyky -tutkimushankkeessa havaittiin, että suomalainen media toimii verrattain konservatiivisesti. Suomalainen media tarttuu verkalleen uusiin yhteiskunnallisiin muutosvoimiin ja kunnioittaa vallassa olevia päättäjiä ja instituutioita enemmän kuin monessa muussa Euroopan maassa (Wiio 2006, 6.) Suomalaisten medialuottamus on kuitenkin kansainvälisten vertailuiden perusteella korkealla tasolla. Reuters-instituutin tutkimuksessa on ollut mukana 36 maata, joista Suomessa luotetaan eniten uutisiin sekä vastaajien itse seuraamiin media uutisiin (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy & Nielsen 2017.)

Yhteiskunnallisten ja poliittisten mielipiteiden muodostuminen on monitasoinen prosessi, jossa media – niin sosiaalinen kun perinteinen – toimii sekä näkökulmien muovaajana että tiedonlähteenä. Poliitiikan tutkija John Zallerin (1992) kehittämä Receive-Accept-Sample (RAS) -malli tarjoaa klassisen sekä yhä ajankohtaisen näkökulman siihen, miten yksilöt muodostavat mielipiteitään median kautta. Zallerin mukaan ihmiset altistuvat ensin viesteille (receive), torjuvat tai hyväksyvät ne (accept) yksilöllisten uskomustensa pohjalta ja lopulta muodostavat mielipiteensä satunnaisesti valikoiduista tiedonpaloista (sample) – usein kysymyksen tai tilanteen mukaan. Tämä malli selittää hyvin sitä, miksi samasta informaatiosta voidaan muodostaa erilaisia näkemyksiä riippuen siitä, mihin jokainen yksittäinen henkilö tarttuu ja mitä hän hylkää.

Sosiaalinen media monimutkaistaa tätä prosessia huomattavasti, koska lähteiden moninaisuus, viestien määrä sekä algoritmien vaikutus heikentävät yksilön mahdollisuutta tiedostaa mikä tieto on valikoitu hänen nähtäväkseen ja millä perusteella. Algoritmit voivat vahvistaa olemassa olevia käsityksiä ja luoda omia mielipidekuplia, joissa erilaiset näkökulmat jäävät kaiken tämän ulkopuolelle (Pariser 2011). Tällöin poliittinen ja yhteiskunnallinen mielipiteenmuodostus ei ole enää vain journalistisen sisällön vaikutusta, vaan jatkuvaa vuorovaikutusta henkilökohtaisten verkostojen, arvojen ja teknologisten suodattimien välillä.

Näin ollen voidaan todeta, että median vaikutus ei rajoitu siihen, mitä ihmiset ajattelevat, vaan myös siihen, mitä asioita he ylipäättään ajattelevat, sekä kenen tulkintoja ja kokemuksia he kohtaavat päivittäin. Tämän ilmiön tausta on keskeinen myös tämän tutkimuksen

tarkastelulle: millä tavoin yhteiskuntatieteellisessä kontekstissa elävät yliopisto-opiskelijat navigoivat tämän uudenlaisen mediaympäristön keskellä.

2.3 Mielenmuodostuksen kuplautuminen sosiaalisen median aikakaudella

Aiemmin mediatoimijat pystyivät valitsemaan ja arvioimaan tiedon lähteiden luotettavuutta. Nykyään "portinvartijoina" toimivien suurten alustojen, kuten Googlen ja Facebookin kehittämien algoritmien toiminta on ulkopuolisille pitkälti tuntematonta. Informaation muodot ja lähteet ovat monipuolistuneet, ja algoritmien toiminnan seurauksena eri lähteet eivät saa näkyvyyttä niinkään uskottavuutensa takia, vaan voimakkaiden reaktioiden vuoksi. Monet suomalaiset mediat ovat käyttäneet tätä ominaisuutta hyväkseen. Viha ja valheet leviävät nopeammin kuin todelliset faktat. Myös luotettavampien tietolähteiden kohdalla algoritmien rooli portinvartijoina aiheuttaa ongelmia. Sosiaalisen median käyttäjät altistuvat heille räätälöidyille sisällöille, mikä voi johtaa siihen, että jokainen näkee vain omia mielipiteitään tukevia näkökantoja ja niihin liittyviä "faktoja" (Vihma, Hartikainen, Ikäheimo & Seuri 2019, 168.) Algoritmien ja kehittyvän tekoälyn myötä mediakriittisyyden ja kriittisen ajattelemisen opettamisesta on tullut tärkeä osa suomalaista koulutusta (Salomaa & Palsa 2019, 13–29).

Sosiaalista mediaa voidaan pitää jonkinlaisena yhteiskunnan peilinä, joka vaikuttaa voimakkaasti siihen, miten näemme yhteiskunnan ja maailman sekä miten koemme meitä ympäröivän poliittisen todellisuuden. Sosiaalinen media on myös erityisellä tavalla muovannut yhteiskunnallisia valtasuhteita ja muunnellut tapoja, miten esimerkiksi puolueet ja kansalaiset kiinnittyvät yhteiskuntaan. Usein sosiaalinen media luo myös kansalaisille utopistisia lupauksia paremmasta. Ihmiset tekevät usein päätelmiä sosiaalisen median kautta annettuihin lupauksiin, ja kun nämä lupaukset eivät toteudu ollaan pettyneitä. Pettymyksen peilaten sosiaalinen media voi luoda asetettujen odotusten ja myöhempien lopputulosten välistä ristiriitaa (Koiranen 2022, 102–104.)

Usein poliitikot pyrkivät muokkaamaan viestejä sopimaan tiettyjen käyttäjäryhmien tarpeisiin, mutta päätökset sisältöjen kohdentamisesta ovat sosiaalisen median alustayritysten ja niiden kehittämien algoritmien hallinnassa (Eronen 2023). Internetin vaikutuksia poliittiseen osallistumiseen on pyritty selvittämään kahden eri selitysmallin, vahvistushypoteesin ja mobilisaatiohypoteesin kautta. Mobilisaatiohypoteesin mukaan internetin uskotaan aktivoivan kansalaisia, jotka eivät muuten osallistuisi poliittisesti. Vahvistushypoteesi puolestaan korostaa, että internet saattaa syventää olemassa olevia eroja resurssien ja osallistumisen suhteen eri poliittisten ja väestöryhmien välillä. Nykykäsityksen

mukaan sosiaalinen media toimii ennemmin mobilisoivana voimana kuin osallistumiseroja tasaavana vahvistajana. Tämä johtuu erityisesti siitä, että sosiaalisessa mediassa yhteiskunnallista sisältöä kohtaa todennäköisemmin, vaikka sitä ei aktiivisesti etsisikään (Strandberg & Borg 2020, 106.)

Mobilisaatioteoriaa tukevat aiemmista tutkimuksista havaitut algoritmien luomat kuplat. Näiden kuplien taustalla on käsitys siitä, että verkkopalveluiden taustajärjestelmien valikoimat sisällöt eivät perustu täysin käyttäjien omiin mieltymyksiin, vaan niitä voi kohdata ilman tietoista valintaa (Strandberg & Borg 2020.) Käsitteenä kuplautuminen on vakiintunut julkiseen keskusteluun vuoden 2015 eduskuntavaalien jälkeen. Kuplilla tarkoitetaan osittain suljettuja sosiaalisia verkostoja, jotka syntyvät samanmielisten ihmisten välille (Saarinen, Koironen, Koivula, Sivonen & Malinen 2020, 1.) Jo ennen sosiaalisen median aikaa tehdyt tutkimukset ovat osoittaneet, että ihmiset hakeutuvat usein samanmielisten ihmisten pariin ja suosivat tietoa, joka vahvistaa heidän omaa maailmankuvaansa ja ajattelutapaansa (Garrett 2009, 678). Kuplien teemaan liittyy yhdistävien tekijöiden lisäksi keskeisesti myös ajatus niiden rajoittavista piirteistä. Samankaltaisuuden ja yhteenkuuluvuuden varaan rakentuvissa verkostoissa saatetaan sulkea eriävät mielipiteet ulkopuolelle, mikä puolestaan vahvistaa entisestään kuplautumista (Saarinen ym. 2020, 1.)

Kuplautuminen voidaan jakaa kolmeen eri identiteettikuplaan: 1. Sosiaalinen identifikaatio, joka tarkoittaa samaistumista verkon sosiaaliin verkostoihin 2. Homogeenisuus, taipumus olla vuorovaikutuksessa samanmielisten kanssa 3. Tiedon harhaisuus, näkyy luottamuksena samanmielisten sosiaalisessa mediassa jakamaan tietoon (Kaakinen, Sirola, Savolainen & Oksanen 2018, 26). Yksi kuplautumisen merkittävimmistä haitoista on se, että altistumisen puute eriäville näkemyksille voi tehdä ihmisistä vähemmän suvaitsevaisia toisia mielipiteitä kohtaan ja heikentää heidän kykyään tehdä harkittuja poliittisia päätöksiä (Garrett 2009).

Nykyisissä keskusteluissa kuplat yhdistetään paitsi polarisaatioon myös sosiaaliseen mediaan. Kuplien olemassaolo puolestaan vahvistaa polarisaatiota, eli luo vastakkainasetteluja ryhmien välille ja vaikeuttaa vuoropuhelua. Erityisesti kasvottomissa ympäristöissä, kuten sosiaalisessa mediassa, dialogin käyminen on usein erityisen haastavaa (Saarinen ym. 2020, 1.) Sosiaalinen media on paitsi mahdollistanut kuplien syntymisen entistä voimakkaammin, myös tuonut esiin niiden ajoittaisen hajoamisen uudella tavalla. Tutkimukset osoittavat, että sosiaalinen media edistää uusien verkostojen syntymistä, joissa jäsenet yhdistyvät yhteiseen

maailmankatsomukseen, poliittiseen ideologiaan ja muun muassa samankaltaisiin tapoihin jakaa ja etsiä tietoa (Bakshy, Messing & Adamic 2015.)

Toisaalta, koska sosiaalinen media yhdistää ihmisiä eri taustoista ja kokoaa uutisia monista eri lähteistä, käyttäjät voivat kohdata aiempaa laajemmin erilaisia poliittisia näkemyksiä (Barnidge 2017). Tutkimukset eivät siis suoraviivaisesti tue väitettä, että sosiaalinen media aiheuttaisi kuplia. Suurin osa ihmisistä seuraa edelleen poliittisia uutisia monista eri lähteistä, ja erityisesti politiikasta kiinnostuneet käyvät keskusteluja sosiaalisessa mediassa henkilöiden kanssa, joilla on erilaisia mielipiteitä (Guess, Nyhan, Lyons & Reifler 2018, 16). Saarinen ja kumppanien (2020) tutkimustulosten perusteella kuplautuminen oli keskimäärin vähäistä tiedonvälityksen- ja omaksumisen suhteen. Suomalaiset kertovat tuntevansa yhteenkuuluvuutta sosiaalisen median verkostoihin, mikä ei sinänsä ole ongelmallista. Haasteita syntyy kuitenkin siinä tapauksessa, että oma ryhmä tarjoaa vain hyvin yksipuolista informaatiota. Esimerkiksi silloin, kun pääasialliset tiedonlähteet ovat sosiaalinen media ja keskustelupalstat, saatavilla oleva tieto on todennäköisesti melko rajallista. Kuplautuminen nähdään tutkimustulosten valossa osana normaalia ihmisten välistä vuorovaikutusta, eikä se näin ollen ole poliittisesta ideologiasta riippuvaista (Saarinen ym. 2020, 24–25.)

Kuplautumisessa keskeisenä tekijänä näyttää olevan suhde sosiaalisen median kautta saatavaan informaatioon. Sosiaalisen median verkostoissa tieto leviää nopeasti käyttäjien suositusten ja jakamisten kautta. Valvonnan puuttuessa myös väärän tiedon, vaihtoehtoisten totuuksien ja valheellisten sisältöjen levittäminen tehostuu entisestään. Kuplautuminen alkaa muuttua suuremmaksi ongelmaksi, kun yhteiskunnallisen luottamuksen muodot heikentyvät. Esimerkiksi voimakas poliittinen puhe, jonka tarkoituksena on tehdä vahvaa erontekoa suhteessa toisiin, voi syventää epäluottamusta eri poliittisten kannattajaryhmien välillä (Saarinen ym. 2020, 30.)

3 Sosiaalisen median yhteys mielipiteen muodostumiseen – tutkimuskatsaus

Sosiaalisen median yhteyttä mielipiteenmuodostukseen on tutkittu kasvavassa määrin erityisesti 2010-luvulta alkaen, kun alustat vakiinnuttivat paikkaansa keskeisinä poliittisten keskusteluiden ja kampanjoiden ympäristöinä. Tutkimuskenttä on metodologisesti monimuotoinen: paljon on tehty kysely- ja paneelitutkimuksia, joissa tarkastellaan sosiaalisen median käytön yhteyksiä poliittisiin asenteisiin sekä osallistumiseen, ja meta-analyysit kokoavat näyttöä siitä, että vaikutukset vaihtelevat sen mukaan, onko käyttö suoraan poliittista (esim. uutisten seuraaminen ja poliittinen keskustelu) vai yleisluonteisempaa (Boulianne & Theocharis 2020). Lisäksi on julkaistu kokeellisia asetelmia, jotka pyrkivät erottamaan sosiaalisen vaikutuksen ja näkyvyyden mekanismeja (esimerkiksi. suurilla media alustoilla toteutettuja kokeita) (Bond, Fariss, Jones, Kramer, Marlow, Settle & Fowler 2012).

Viime vuosina on vahvistunut myös tutkimus, joka kytkee mielipiteenmuodostuksen sosiaalisen median algoritmiseen kuplautumiseen sekä polarisaatioon. Systemaattiset katsaukset osoittavat sekä tutkimusmäärän kasvun että sen, että omia ennakkokäsityksiä vahvistava mediankäyttö voi lisätä polarisaatiota (Kubin & Sikorski 2021.) Tässä luvussa katsaus rajataan poliittisen ja yhteiskunnallisen viestinnän tutkimukseen, joka käsittelee erityisesti (1) poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön kohtaamista sosiaalisen median ympäristöissä, (2) algoritmien ja personoinnin yhteyksiä mielipiteiden kuplautumiseen sekä (3) tutkimuksiin miten sosiaalinen media kiinnittyy sen käyttäjien mielipiteenmuodostukseen ja osallistumiseen.

Työ- ja elinkeinoministeriön Ilmiöitä 2013 -raportissa arvioidaan, että sosiaalisen median maailma on organisoitumassa uudelleen. Raportin kirjoittajat nostavat esille sosiaalisen median vaikutuksen elämäntapoihin. Sosiaalisesta mediasta kieltäytyminen kehityskulun takia voi aiheuttaa esimerkiksi syrjäytymistä (Östman ym. 2015, 12.) Sosiaalisen median kautta viestit ja tieto leviävät nopeasti sekä vaikuttavasti. Vuoden 2010 Yhdysvaltain vaaleissa politiikan tutkijat selvittivät Facebookin vaikutusta äänestyskäyttäytymiseen. He lähettivät viestin 60 miljoonalle Facebook-käyttäjälle ja arvioivat, että viesti innosti suoraan noin 60 000 ihmistä äänestämään. Lisäksi sosiaalisen vaikutuksen kautta vaaliurnille lähti epäsuorasti vielä 280 000 henkilöä, mikä tarkoitti yhteensä 340 000 lisä-ääntä. Tämä vastasi noin 0,14 prosenttia Yhdysvaltain äänestysikäisistä (Honkanen, Kangaspunta, Koponen, Tulkki & Tuohinen 2013, 9.)

Sosiaalisen median, kuten Facebookin, vaikutukset ulottuvat monille elämäalueille. Tutkimusten perusteella sosiaalisen median on havaittu voivan aiheuttaa masennusta sekä riippuvuutta. Pahimmassa tapauksessa se vaikuttaa myös ihmissuhteisiin, kuten avioliittoihin. Negatiivisia vaikutuksia voi syntyä esimerkiksi silloin, kun ihmiset vertaavat itseään muiden sosiaalisessa mediassa luomaan ihannekuvaan. Lisäksi sosiaalinen media toimii välineenä niin yhteiskunnallisten liikkeiden järjestämisessä kuin työntekijöiden rekrytoinnissa. Sosiaalinen media vaikuttaa siihen, miten hahmotamme elämäämme sekä asemoimme itsemme erilaisiin yhteisöihin ja yhteiskuntaan. Tulevaisuuden kannalta on keskeistä ymmärtää, että somealustojen käyttäjämäärät kasvavat jatkuvasti eri puolilla maailmaa, ja yhä suurempi osa tiedosta sekä syntyy että leviää niiden välityksellä. Myös jatkossa sosiaalinen media tulee olemaan merkittävä tekijä siinä, miten rakennamme ja ymmärrämme sosiaalista todellisuuttamme (Honkanen ym. 2013, 9.)

Yhteisöllinen kokemus sosiaalisessa mediassa voi tuntua käyttäjälle hyvin konkreettiselta, vaikka hänellä ei olisikaan fakta pohjaista tietoa tai omakohtaista kokemusta asiasta. Toisen välittämä tieto tai oma vääristynyt tulkinta voi vaikuttaa todelta, jos se esitetään vakuuttavalla ja uskottavalla tavalla. Ihmiset luottavat enemmän omaan yhteisöönsä mediassa kuin ulkopuolisiin tahoihin, vaikka jälkimmäisillä olisi yhteiskunnallista vaikutusvaltaa (Luostarinen 2010, 280–281.) Tunteet vaikuttavat merkittävästi siihen, mitä pidämme sosiaalisessa mediassa luotettavana sekä mihin uskomme. Eli voidaan sanoa, että tunteet ohjaavat ihmisiä muodostamaan sosiaalisessa mediassa mielipiteitä. Sosiaalinen media nähdään tietynlaisena määrittelykampanjoiden kenttänä, jossa kilpaillaan siitä, kuka pystyy vetoamaan parhaiten ihmisten mielipiteisiin ja tunteisiin (Seppänen & Väliaverron 2024.)

Yksi keskeinen teema viime vuosien tutkimuksessa on algoritmien rooli tiedon näkyvyyden ja priorisoinnin sääntelijänä. Eli Pariserin (2011) tunnetuksi tekemä käsite filter bubble kuvaa ilmiötä, jossa sosiaalisen median käyttäjät altistuvat toistuvasti samankaltaiselle sisällölle heidän aiemman käyttäytymisensä sekä preferenssiensä perusteella. Tämä saattaa johtaa maailmankuvan yksipuolistumiseen ja kuplautumiseen. Pariserin mukaan algoritmit eivät vain vahvista yksilön olemassa olevia mieltymyksiä, vaan kaventavat tiedon moninaisuutta, mikä voi pitkällä aikavälillä heikentää demokraattista keskustelua. Samansuuntaisia havaintoja on esittänyt myös Eslami ja kollegat (2015), jotka korostavat, että suurin osa käyttäjistä ei edes tiedosta algoritmien muokkaavan heidän uutisvirtaansa. Tietoisuus tästä vaikutusvallasta on kuitenkin lisääntynyt viime vuosina, mikä heijastuu siihen, että yhä useampi käyttäjä pyrkii aktiivisesti rikkomaan algoritmien muodostamia kuplia.

Sosiaalisen median merkitys poliittisen ja yhteiskunnallisen osallistumisen areenana on vahvistunut erityisesti 2010-luvulla. Useat tutkimukset ovat osoittaneet, että sosiaalinen media madaltaa kynnystä osallistua yhteiskunnalliseen ja poliittiseen keskusteluun, mutta samalla se muuttaa osallistumisen luonnetta. Boulianne (2015) toteaa meta-analyysissään, että sosiaalisen median käyttö on yhteydessä poliittiseen osallistumiseen, vaikka vaikutus ei ole yksiselitteisesti positiivinen tai lineaarinen. Hänen analyysinsä mukaan sosiaalisen median käyttö tarjoaa uusia väyliä erityisesti niin sanotulle mikrotason osallistumiselle – kuten sisältöjen jakamiselle, tykkäämiselle ja symbolisille eleille, jotka kuitenkin voivat vahvistaa yhteisöllisyyden tunnetta sekä identiteetin rakentumista poliittisessa kontekstissa. Samalla monet tutkijat esim. Theocharis ym. (2016) ovat todenneet, että sosiaalinen media voi luoda vaikutelmaa osallistumisesta ilman, että se johtaa konkreettisiin toimiin, kuten äänestämiseen tai järjestäytymiseen. Tätä ilmiötä on kutsuttu slacktivismiksi eli matalan kynnyksen verkkoaktivismiksi, joka voi vahvistaa tunnetta osallistumisesta mutta ei välttämättä johda konkreettisiin poliittisiin lopputuloksiin.

Papacharissi (2015) on korostanut, että sosiaalinen media ei ole ainoastaan tiedonvälityksen väline, vaan myös tunteiden kanava, jossa jaettu sisältö saa poliittista merkitystä nimenomaan sen emotionaalisen latauksen kautta. Hänen mukaansa verkossa tapahtuva poliittinen ja yhteiskunnallinen osallistuminen perustuu usein affektiivisiin siteisiin sekä tunteiden mobilisointiin – esimerkiksi suuttumukseen, myötätuntoon tai yhteenkuuluvuuden kokemukseen. Näin sosiaalinen media toimii tilana, jossa identiteetit rakentuvat ja jossa poliittinen osallistuminen sekoittuu henkilökohtaiseen tarinankerrontaan. Tämä näkökulma laajentaa ymmärrystä poliittisesta viestinnästä: kyse ei ole vain argumenteista ja faktoista, vaan myös siitä, millaisia tunteita sekä merkityksiä viestit synnyttävät.

Zallerin (1992) klassinen Receive-Accept-Sample-malli tarjoaa edelleen hyödyllisen kehyksen sosiaalisen median vaikutusten ymmärtämiseen. Malli esittää, että yksilöt ensin vastaanottavat viestejä, hyväksyvät tai hylkäävät ne uskomustensa mukaisesti ja lopulta muodostavat mielipiteitä satunnaisesti saatavilla olevan tiedon perusteella. Sosiaalisen median kontekstissa tämä prosessi monimutkaistuu, sillä viestien tulva ja lähteiden moninaisuus altistavat käyttäjät sekä luotettaville että epäluotettaville sisällöille. Tämän seurauksena käyttäjien on vaikeampaa arvioida tiedon alkuperää ja objektiivisuutta. Näin ollen kriittisen medialukutaidon merkitys kasvaa entisestään. Esimerkiksi Luostarinen (2010) on painottanut, että sosiaalisessa mediassa omien verkostojen kautta välittyvä tieto koetaan usein

luotettavammaksi kuin institutionaalisten uutislähteiden tuottama sisältö, mikä voi lisätä väärän tiedon leviämistä sekä vahvistaa polarisaatiota.

Nuorten aikuisten suhde sosiaaliseen mediaan on tutkimuksissa kuvattu ambivalentiksi: some koetaan samanaikaisesti välttämättömänä tiedonlähteenä ja kriittisen arvioinnin kohteena. Vaccari ja Valeriani (2021) havaitsivat tutkimuksessaan, että nuoret hyödyntävät sosiaalista mediaa erityisesti nopean tiedon hankintaan sekä ajankohtaisten aiheiden seuraamiseen, mutta samalla he ovat tietoisia kuplautumisen riskeistä. Tämä tietoisuus ei kuitenkaan automaattisesti johda käyttäytymisen muutokseen: vaikka monet ilmoittavat haluavansa laajentaa näkökulmiaan, algoritmien vetovoima ja ajankäytön rajoitteet johtavat usein siihen, että arjen mediankulutus pysyy suppeana. Näin ollen sosiaalisen median vaikutus poliittiseen ja yhteiskunnalliseen mielipiteenmuodostukseen on sekä vahvaa että rajallista – se tarjoaa tietoa ja yhteisöllisyyttä, mutta samalla myös vahvistaa entuudestaan tuttuja asenteita.

Useat tutkijat (esim. Loader & Mercea 2012) ovat korostaneet, että sosiaalisen median käyttö on normalisoitunut osaksi poliittista osallistumista niin vahvasti, että sitä ei voi enää pitää poikkeuksellisenä ilmiönä. Verkko-osallistuminen on osa monen nuoren aikuisen poliittista arkea, ja siihen liittyy monenlaisia strategioita: satunnaista tykkäämistä, hiljaista seuraamista, aktiivista osallistumista sekä oman kuplan kriittistä rikkomista. Tässä mielessä sosiaalisen median vaikutus ei ole yksisuuntaista, vaan rakentuu jatkuvasta vuorovaikutuksesta yksilön, teknologian ja sosiaalisten verkostojen välillä. Tämä näkökulma on erityisen tärkeä, kun tarkastellaan nuorten sukupolvien suhdetta yhteiskunnalliseen keskusteluun sekä demokratiaan.

Yksi viime vuosien tutkimusteemoista on tiedon sirpaloituminen (fragmentation), eli se, miten sosiaalisen median käyttö hajauttaa ihmisten käsitystä yhteisistä faktoista sekä poliittisista realiteeteista. Priorin ja kollegoiden (2015) mukaan sosiaalisen median alustat johtavat siihen, että uutisvirrat koostuvat lukemattomista lähteistä, jotka eivät enää välttämättä tue yhteistä keskustelupohjaa. Tämä voi heikentää luottamusta perinteiseen journalismiin ja vaikeuttaa yhteisten totuuksien rakentamista. Erityisesti algoritmit vahvistavat tätä ilmiötä, sillä ne tarjoavat yksilölle aiempien klikkausten perusteella sisältöjä, jotka voivat olla joko yksipuolisia tai tunnepitoisesti värittyneitä. Tästä syystä myös demokraattisen keskustelun ehdot muuttuvat – yksilöiden mielipiteet rakentuvat usein osittain toisistaan irrallisista lähteistä ja kokemuksista, mikä voi lisätä polarisaatiota.

Sosiaalisen median vaikutusta mielipiteenmuodostukseen ei voi ymmärtää ilman sosiaalisen paineen ulottuvuutta. Esimerkiksi Marwick ja Boyd (2014) korostavat, että sosiaalinen media luo jatkuvan vertailun tilan, jossa käyttäjät tarkkailevat toistensa tykkäyksiä, reaktioita sekä jakoja. Tämän dynamiikan seurauksena yksilö voi muokata omia näkemyksiään ja julkaisujaan sen perusteella, millaisia reaktioita ne mahdollisesti herättävät. Tällainen näkyvyyslogiikka luo tilanteen, jossa poliittiset ja yhteiskunnalliset kannanotot eivät ole vain tiedon esittämistä vaan myös signaaleja omasta identiteetistä ja verkostoihin kuulumisesta. Tämä voi vahvistaa mielipiteiden varovaista ilmaisemista tai vaihtoehtoisesti kärjekästä retoriikkaa, jos verkoston normit sitä suosivat.

Monet tutkijat ovat korostaneet sosiaalisen median erityistä kykyä levittää tunteita. Kramer ym. (2014) osoittivat niin sanotussa emotion contagion -kokeessaan, että sosiaalisen median uutisvirran sävy voi tartuttaa käyttäjään positiivisia tai negatiivisia tunteita ilman, että hän tiedostaa vaikutusta. Tämä tunteiden tarttuminen ei koske vain yksityiselämää vaan ulottuu myös poliittisiin asenteisiin sekä osallistumishalukkuuteen. Kun ärsyntyminen, suuttumusta tai solidaarisuutta herättävät sisällöt leviävät nopeasti, syntyy tilanne, jossa tunteet ovat keskeinen moottori poliittisen mielipiteen muodostuksessa. Papacharissi (2015) kutsuu tätä affektiiviseksi julkisuudeksi, jossa tunteet ja politiikka kietoutuvat toisiinsa aiempaa tiiviimmin. Sosiaalinen media toimii myös sosiaalistumisen tilana, jossa yksilö oppii, mitä asioita hänen vertaisensa pitävät tärkeinä sekä millaisia arvoja korostetaan. Luostarinen (2010) on todennut, että somen yhteisöissä vertaisvaikutus voi olla jopa vahvempaa kuin institutionaalisilla lähteillä, koska luottamus syntyy osin emotionaalisesta läheisyydestä ja jaetuista kokemuksista. Tämä voi olla myönteistä, kun yhteisö tukee tiedon tarkistamista ja kriittistä keskustelua, mutta myös ongelmallista, jos se vahvistaa yksipuolisia tulkintoja tai disinformaatiota. Tämä verkostojen rooli on keskeinen erityisesti nuorten ja nuorten aikuisten mediakäytössä, jossa ystäväpiiri, opiskelutoverit ja vaikuttajat ovat merkittäviä viiteryhmiä.

Viime vuosina TikTok on noussut nopeasti keskeiseksi poliittisen ja yhteiskunnallisen tiedon jakamisen väyläksi erityisesti nuorten aikuisten ja teini-ikäisten keskuudessa. Vaikka Instagram on pitkään ollut suosituin visuaalisen viestinnän alusta, TikTok erottuu nopean, algoritmien voimakkaasti ohjaaman sisällöntuotannon ja -kulutuksen kautta. TikTokin For You -sivu rakentuu täysin personoiduista suosituksista, joissa aiemmin katsotut videot vaikuttavat voimakkaasti siihen, mitä käyttäjä seuraavaksi näkee (Cotter 2022). Tämä voi lisätä kuplautumista mutta myös yllättävää altistumista erilaisille poliittisille näkemyksille. Instagram puolestaan nojaa enemmän verkostoihin: käyttäjät seuraavat toisiaan ja näkevät

ennen kaikkea tuntemiensa henkilöiden ja seuraamiensa organisaatioiden julkaisuja. Tämä voi luoda kokemuksen hallitummasta sekä vähemmän yllättävästä uutisvirrasta (Boulianne 2015). Erityisesti pandemian aikana TikTokista tuli paikka, jossa nuoret jakoivat tietoa koronaan liittyvistä rajoituksista, rokotteista ja poliittisista kannanotoista – joskus humoristisen sisällön ja meemien muodossa. Instagram säilytti vahvemmin roolinsa elämäntyylin sekä henkilöbrändien rakentamisen välineenä, vaikka myös siellä yhteiskunnallinen osallistuminen on ollut merkittävää (Östman et al. 2015).

Useat tutkimukset ovat osoittaneet, että sukupolvieroilla on suuri vaikutus siihen, miten sosiaalista mediaa käytetään yhteiskunnallisiin tarkoituksiin. Esimerkiksi eurooppalaisessa vertailututkimuksessa (Loader et al. 2014) havaittiin, että nuoremmat käyttäjät (Generation Z ja milleniaalit) eivät välttämättä ajattele politiikkaa ja yhteiskunnallisia asioita muodollisen osallistumisen näkökulmasta, vaan heille poliittisuus ja yhteiskunnallisuus voi olla osa arjen sisältöjen jakamista, meemikulttuuria tai mikroaktivismia. Nuorten suhtautuminen yhteiskunnalliseen sisältöön on usein pragmaattista sekä tunteisiin vetoavaa: he suosivat visuaalisuutta, nopeita videoita ja henkilökohtaisia tarinoita sen sijaan, että keskittyisivät pitkiin asiantuntija-artikkeleihin. Tämä näkyy siinä, että TikTok ja Instagram ovat ylivoimaisesti suosituimpia kanavia erityisesti alle 30-vuotiailla (Statista 2022). Instagramin tarinat, TikTokin videot ja yhteisölliset hashtagkampanjat tarjoavat väyliä osallistua yhteiskunnallisiin keskusteluihin matalalla kynnyksellä ja omilla ehdoilla. Toisaalta nuoret eivät suhtaudu täysin kriitikittömästi sosiaalisen median kautta saatuun tietoon. Useissa tutkimuksissa on noussut esiin, että vaikka nuoret hakevat somesta ideoita ja inspiraatiota, he tarkistavat väitteitä myös muista lähteistä, esimerkiksi uutismedioista sekä faktantarkistussivustoilta (Bode & Vraga 2018.) Tämä kertoo siitä, että sosiaalinen media toimii heille ensisijaisesti porttina tiedon pariin ja alustana, joka madaltaa kynnystä kiinnostua yhteiskunnallisista teemoista – mutta ei välttämättä yksinään ratkaisevaa lähdettä mielipiteiden muodostuksessa.

Ihmisten omat kokemukset sekä tulkintaprosessit mielipiteenmuodostuksessa ovat jääneet kuitenkin vähemmälle huomiolle tutkimuksissa. Erityisesti laaja osa empiirisestä kirjallisuudesta nojaa kysely- ja korrelaatioasetelmiin, joissa mitataan median käyttöä ja osallistumista muuttujatasolla, jolloin “miksi uskon tämän” -tyyppiset selitykset, tulkinnat sekä tunnekokemukset jäävät helposti taka-alalle (Boulianne & Theocharis 2020). Lisäksi alustojen algoritminen kuratointi on monin tavoin näkymätöntä, ja käyttäjien näkökulmasta

keskeinen kysymys on, miten he ylipäättään havaitsevat ja merkityksellistävät algoritmien roolia omassa mediankäytössään. Vaikka algoritmien vallasta ja vastuullisuudesta on kirjoitettu paljon, käyttäjien tavoista “tietää ja havaita” algoritmien läsnäolo arjessaan on edelleen verraten vähän tutkimusta. Juuri kokemusten ja “tavallisten tuntemusten” tarkastelu on keskeistä algoritmien sosiaalisen vaikutusvallan ymmärtämiseksi.

Vaikka tutkimuskirjallisuus on laajasti tunnistanut sosiaalisen median merkityksen poliittisessa osallistumisessa ja mielipiteenmuodostuksessa, monet kysymykset ovat yhä avoimia. Erityisesti algoritmien läpinäkyvyyteen ja vastuullisuuteen liittyvät ongelmat ovat saaneet viime vuosina kasvavaa huomiota (Cotter 2022). Lisäksi tutkimus on toistaiseksi painottunut länsimaisiin konteksteihin – globaalissa etelässä sosiaalisen median merkitys poliittisena voimana voi olla toisenlainen, esimerkiksi autoritaaristen hallintojen tai disinformaation hallitsemassa mediaympäristössä. Tulevaisuudessa olisi tärkeää tarkastella entistä monipuolisemmin sitä, miten erilaiset poliittiset, teknologiset ja kulttuurilliset kontekstit muovaavat mielipiteenmuodostusta sosiaalisen median aikakaudella.

Aikaisempien tutkimusten mukaan meta-analyysit osoittavat keskimäärin myönteisiä yhteyksiä erityisesti silloin, kun digimedian käyttö on suoraan poliittista (esim. uutisten seuraaminen, poliittinen keskustelu). Tutkimus antaa usein vahvan kuvan yhteyksistä mutta heikomman kuvan kokemuksellisista mekanismeista eli siitä, miten ihmiset itse selittävät mielipiteidensä muodostumista ja osallistumisen tunnetta media-alustoja käyttäessä (Boulianne & Theocharis 2020). Tähän liittyy erityisesti algoritmien kuratointi: käyttäjät eivät välttämättä tiedosta, miten uutisvirtaa tai näkyvyyttä suodatetaan, mikä voi vaikuttaa siihen, miten he tulkitsevat poliittisen sisällön “luonnollista” näkyvyyttä tai edustavuutta (Eslami ym. 2015). Samalla tutkimus on osoittanut, että ihmiset muodostavat arjessaan “algoritmisia mielikuvia” ja selitysmalleja siitä, miten ja miksi sisältöä näkyy heille. Nämä tunteisiin ja kokemuksiin kytkeytyvät tulkinnat ovat keskeisiä, jos halutaan ymmärtää algoritmien sosiaalista valtaa sekä arjen mielipiteenmuodostusta (Bucher 2017). Poliittiset toimijat hyödyntävät sosiaalista mediaa myös organisoituun vaikuttamiseen ja disinformaatioon eri järjestelmissä. Tämän vuoksi tarve ymmärtää käyttäjien omia kokemuksia ja tulkintaprosesseja korostuu entisestään (Howard & Bradshaw 2018). Pro gradun tutkimustarve paikantuu siihen, että tarvitaan lisää tutkimusta siitä, miten käyttäjät itse kokevat sekä jäsentävät algoritmien näkyvyyden, luottamuksen ja mielipiteenmuodostuksen suhteita omassa mediankäytössään — eli millaisin arkisin päättelyin ja kokemuksin he

selittävät “miksi uskon tämän” ja “miksi tämä tuntuu merkittävältä” alustojen kuratoidussa ympäristössä.

4 Tutkimusasetelma

4.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on syventää ymmärrystä siitä, miten yliopisto-opiskelijat kokevat sosiaalisen median vaikutukset yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen. Tutkimuksen lähtökohtana on tarkastella sosiaalisen median roolia tiedonvälityksen, keskustelun ja poliittisen osallistumisen areenana erityisesti Turun yliopiston yhteiskuntatieteellisten opiskelijoiden näkökulmasta. Sosiaalinen media on 2000-luvulla vakiintunut keskeiseksi väyläksi poliittiselle viestinnälle ja osallistumiselle (Loader et al. 2014; Couldry 2009), mutta sen vaikutus yksilölliseen mielipiteenmuodostukseen ja poliittiseen sekä yhteiskunnalliseen käyttäytymiseen edellyttää edelleen tarkempaa empiiristä tarkastelua, erityisesti nuorten aikuisten keskuudessa.

Aiempi tutkimus on osoittanut, että sosiaalinen media voi sekä vahvistaa osallistumista että passivoida kansalaisia (Ekman & Amnå 2012; Theocharis ym. 2016). Toisaalta esimerkiksi algoritmien ja personoinnin vaikutuksia ei vielä täysin ymmärretä: Pariserin (2011) käsittelemä suodattimien kupla (filter bubble) on herättänyt huolta yksilön altistumisesta yksipuoliselle sisällölle, mutta tutkimustulokset siitä, kuinka tietoisia käyttäjät itse ovat algoritmien vaikutuksista tai kuinka ne ilmenevät yleisesti arjessa, ovat ristiriitaisia. Lisäksi tutkimuskirjallisuudessa on esitetty, että sosiaalisen median luotettavuus poliittisen ja yhteiskunnallisen tiedon lähteenä koetaan ambivalentisti, mutta kontekstuaalista ymmärrystä aiheesta tarvitaan lisää (Vaccari & Valeriani 2021).

Tässä tutkimuksessa pyritään vastaamaan siihen, millaisia merkityksiä sosiaalisen median poliittiselle sisällölle annetaan, miten poliittinen tieto kohdataan ja millä tavoin se linkittyy yhteiskuntapoliittisten näkemysten muodostumiseen ja jakamiseen. Vaikka esimerkiksi Zallerin (1992) RAS-malli on tarjonnut vaikuttavan selityksen median roolista mielipiteiden muodostuksessa, digitaalinen mediaympäristö tuo mukanaan uusia avainkysymyksiä siitä, miten algoritmisesti muokattu sisältö ja yksilöllisesti personoitu kokemus vaikuttavat tähän prosessiin. Lisäksi suomalainen empiirinen tutkimus sosiaalisen median arkipäiväisestä vaikutuksesta yhteiskuntapoliittisiin mielipiteisiin – erityisesti yliopisto-opiskelijaväestön keskuudessa – on edelleen niukkaa.

Tutkimus kohdistuu yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan yliopisto-opiskelijoihin, sillä he muodostavat ryhmän, jonka opinnot ja kiinnostuksen kohteet liittyvät luontevasti yhteiskunnallisiin teemoihin ja sosiaalisen median käyttöön. Sosiaalisen median merkitys heidän poliittisen identiteettinsä, osallistumisen ja tiedonmuodostuksen kannalta tarjoaa siten tärkeän näkökulman myös demokratian toimintaan.

Tutkimuskysymykset:

- Miten yliopisto-opiskelijat määrittelevät poliittisen sisällön sosiaalisessa mediassa?
- Miten yliopisto-opiskelijat kokevat sosiaalisen median algoritmien ja personoidun sisällön näkyvän poliittisen tiedon kohtaamisessa ja yhteiskuntapoliittisten näkemysten muodostumisessa?
- Millä tavoin sosiaalisen median kautta saatu tieto ja vuorovaikutus näyttäytyvät yliopisto-opiskelijoiden poliittisessä käyttäytymisessä sekä yhteiskuntapoliittisten näkemysten jakamisessa?

Aiemman tutkimuksen perusteella voidaan olettaa, että sosiaalisen median poliittinen ja yhteiskunnallinen sisältö näyttäytyy monimuotoisena ja kontekstisidonnaisena: poliittisuus voi ilmentyä niin puoluepoliittisina kantoina, arvolähtöisinä kannanottoina kuin epäsuorina yhteiskunnallisiin ilmiöihin liittyvinä viesteinä (Seppänen & Väliverronen 2024; Lounasmeri 2021). Tutkimusten mukaan erityisesti nuoret aikuiset, kuten yliopisto-opiskelijat, seuraavat useita sosiaalisen median alustoja rinnakkain, ja heidän mediakäyttäytymisensä on usein tilanteista riippuvaista, eikä aina tietoisesti poliittista tai yhteiskunnallista (Matikainen 2010; Östman ym. 2015). On myös havaittu, että osa käyttäjistä altistuu tahattomasti yhteiskunnalliselle ja poliittiselle sisällölle, erityisesti algoritmien ja suosittelujärjestelmien kautta (Cotter 2022; Pariser 2011), mutta tämän vaikutusta varsinaiseen mielipiteenmuodostukseen ei vielä täysin ymmärretä tai sitä ei ole tutkittu perusteellisesti.

Sosiaalisen median käyttöön liittyy tietynlaista ambivalenssia: se voi toimia osallistumisen mahdollistajana mutta myös passivoivana tilana, jossa sisältöjen paljous, kuplautuminen tai keskustelukulttuurin kärjistyminen saattavat rajoittaa aktiivista osallistumista (Ekman & Amnå 2012; Papacharissi 2015). Vaikka aiempi tutkimus on nostanut esiin sosiaalisen median yhteyksiä poliittiseen käyttäytymiseen ja mielipideilmastoon, empiirinen tutkimustieto yliopisto-opiskelijoiden omista kokemuksista, arkisista havainnoista ja vuorovaikutuksen

muodoista on edelleen puutteellista – erityisesti suomalaisten yliopisto-opiskelijoiden osalta. Etenkin laadullisia tutkimuksia, jotka yhdistävät sekä subjektiiviset kokemukset että arjen mediankäyttöön liittyvän reflektion, on toistaiseksi varsin vähän. Tämän tutkimuksen avulla pyritäänkin täydentämään tätä aukkoa ja tarjoamaan syvällisempi ymmärrys siitä, millaisina yliopisto-opiskelijat itse kokevat sosiaalisen median vaikutukset yhteiskuntapoliittiseen ajatteluun ja osallistumiseen.

Tutkimuskysymysten avulla pyritään tuottamaan laadullista tietoa siitä, miten yliopisto-opiskelijat hahmottavat sosiaalisen median roolin poliittisessa viestinnässä sekä millaisia seurauksia sillä voi olla mielipiteiden muodostumiselle, osallistumiselle ja näkökulmien moninaisuudelle. Näin tutkimus edistää laajempaa ymmärrystä sosiaalisen median ja demokratian vuorovaikutussuhteista digitaalisen kulttuurin kontekstissa.

Tutkimuskysymyksiin etsitään vastauksia analysoimalla sekä haastatteluaineistoa että päiväkirjamerkintöjä. Tulokset on jäsennelty teemojen mukaisesti, jotka nousevat suoraan tutkimuskysymyksistä ja aineiston analyysistä.

4.2 Tutkimusaineisto

Tutkimuksen kohderyhmänä ovat yliopisto-opiskelijat, joiden osallistuminen perustuu vapaaehtoisuuteen. Tutkimuksessa aineistoa kerättiin kahdella menetelmällä: teemahaastatteluilla (=10) ja päiväkirjoilla (=3). Kaikki kymmenen haastatteluun ja päiväkirjaan osallistunutta yliopisto-opiskelijaa opiskelevat Turun yliopiston yhteiskuntatieteellisessä tiedekunnassa. Tutkimukseen osallistuneista viisi opiskelee sosiaalityötä, yksi sosiaalityötä, yksi taloustieteitä, yksi poliittista historiaa, yksi taloussosiologiaa ja yksi filosofiaa (Liite 1). Teemahaastatteluissa tutkittiin osallistujien yleisiä kokemuksia ja näkemyksiä sosiaalisen median poliittisesta sisällöstä. Tämän jälkeen osallistujat saivat itse valita haluavatko he osallistua myös päiväkirjan ylläpitoon.

Teemahaastattelut tarjoavat mahdollisuuden syventyä yliopisto-opiskelijoiden näkemyksiin ja kokemuksiin, kun taas päiväkirjat täydentävät aineistoa yksityiskohtaisilla kuvauksilla yliopisto-opiskelijoiden vuorovaikutuksesta sosiaalisen median kanssa. Päiväkirjamenetelmä täydensi haastatteluaineistoa ja tarjosi mahdollisuuden kerätä ajankohtaisia havaintoja osallistujien arkipäivän sosiaalisen median käytöstä. Päiväkirjat tarjosivat osallistujille tilaisuuden reflektoida omia ajatuksiaan ja havaintojaan sosiaalisen median käytöstä sekä sen yhteydestä poliittiseen sisältöön ja mielipiteiden muodostumiseen (Tuomi & Sarajärvi 2018,

96.) Kaikki haastatteluihin osallistuneet eivät pitäneet päiväkirjaa, joten kyseessä on osittainen ja laadullisesti täydentävä aineisto.

Tutkimukseen osallistujat rekrytoitiin jakamalla tutkimuksen osallistumislomaketta yliopiston sisällä yhteiskuntatieteellisessä tiedekunnassa useiden viestintäkanavien kautta muun muassa tiedekunnan ja ainejärjestöjen viikkotiedotteet sekä opiskelijaryhmät Telegramissa ja WhatsAppissa. Lisäksi pyysin tuttaviani välittämään osallistumislomaketta eteenpäin sellaisille yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan opiskelijoille, joita tutkimukseen osallistuminen voisi kiinnostaa. Alkuvaiheessa sekä haastatteluihin että päiväkirja-aineiston tuottamiseen sitoutuneiden osallistujien löytäminen osoittautui odotettua haastavammaksi, sillä osa potentiaalisista osallistujista mielsivät haastattelun ja erityisesti päiväkirjamuotoisen aineistonkeruun pitkäkestoiseksi arjen opiskeluiden ohella. Varsinainen aineistonkeruu (haastattelut ja päiväkirja-aineistot) toteutettiin maaliskuussa ja huhtikuussa 2025.

Aineistonkeruun ajankohta ajoittui samalla poliittisesti näkyvään kevääseen: alue- ja kuntavaalit järjestettiin samanaikaisesti sunnuntaina 13.4.2025, ja ennakoäänestys oli Suomessa 2.–8.4.2025. Virallinen vaalikampanja-aika ulottui lokakuusta 2024 huhtikuun 2025 loppupuolelle, mikä tarkoittaa, että tutkimuksen aineistonkeruu osui kampanjoinnin loppusuoralle ja äänestysajankohtaan. Tämä konteksti on tärkeä huomioida, koska vaalien alla poliittinen viestintä sekä kampanjointi korostuvat myös sosiaalisessa mediassa: ehdokkaat pyrkivät hankkimaan näkyvyyttä eri alustoilla, ja näkyvyyden logiikka on osin suositusalgoritmien varassa (Knuutila 2025). Ylen vaaliviestintään liittyvässä analyysissä esimerkiksi havaittiin, että TikTok suositteli 08.04.2025 aihetunnisteella #kuntavaalit2025 runsaasti vaalivideoita, mikä viittaa siihen, että vaaleihin liittyvää sisältöä oli tuolloin alustoilla näkyvästi tarjolla (Helin, Sarlin & Seppälä 2025.) Näin ollen on mahdollista, että kevään 2025 vaalikausi lisäsi osallistujien kohtaaman poliittisen sisällön määrää sekä vaikutti siihen, millaisia aiheita, sävyjä ja kampanjaviestintää aineistossa korostui.

Teemahaastattelu mahdollistaa ennalta valittujen teemojen tarkastelun joustavasti, jolloin haastattelun kulku ei ole tiukasti sidottu ennalta laadittuihin kysymyksiin. Tämä lähestymistapa antaa tilaa osallistujien omille tulkinnoille ja kokemuksille, mahdollistaen syvällisemmän ymmärryksen tutkimuksen kannalta keskeisistä aiheista. Teemahaastattelun avulla voidaan myös tarkastella osallistujien näkökulmia sellaisista aiheista, joita ei välttämättä osattu ennakoita suunnitteluvaiheessa, mikä tukee tutkimuksen tavoitteita (Tuomi & Sarajärvi 2018, 87–88.) Teemahaastattelu sopii erityisen hyvin tilanteisiin, joissa tutkittava

ilmiö on moniulotteinen ja sidoksissa yksilön henkilökohtaisiin kokemuksiin ja tulkintoihin (Hirsjärvi & Hurme 2022, 108–11).

Tutkielman liitteeksi on lisätty haastattelurunko (Liite 2), joka toimi keskustelun jäsentäjänä teemahaastatteluissa. Haastattelurunko (Liite 2) pohjautui ennalta määriteltyihin teemoihin, jotka perustuivat tutkimuskysymyksiin, mutta itse haastattelutilanteessa keskustelulle jätettiin tilaa edetä luonnollisesti haastateltavan omien kokemusten ja painotusten mukaan.

Teemajaottelu on seuraavanlainen: Sosiaalisen median alustat ja poliittisen sisällön kohtaaminen. Eli mihin alustoihin poliittinen sisältö painottuu, miten niitä käytetään, missä altistutaan sisällöille. Poliittisen sisällön määrittely ja siihen suhtautuminen. Miten opiskelijat tulkitsevat, mikä on poliittista sisältöä sekä miten he reagoivat siihen. Algoritmit, kuplautuminen ja tiedon suodattuminen. Miten personointi vaikuttaa siihen, mitä näkyy ja jää näkymättä, millaisia kuplia opiskelijat kokevat. Poliittinen käyttäytyminen ja näkökulmien jakaminen sosiaalisessa mediassa. Millä tavoin opiskelijat osallistuvat, ottavat kantaa, vaikuttavat tai jättäytyvät pois keskusteluista. Runko sisälsi keskeiset aihealueet, mutta haastattelut etenivät joustavasti osallistujien kokemusten ja näkökulmien mukaan.

Liitteessä 3 esitetty päiväkirjataulukko kertoo päiväkirjojen lyhenteet sekä päiväkirjojen kirjoittajien pääaineet. Tutkimukseen osallistuvien yliopisto-opiskelijoiden päiväkirjanpitokaudeksi on valittu yksi viikko. Tämä aikajakso on riittävän pitkä, jotta se mahdollistaa monipuolisen ja kattavan aineiston keruun opiskelijoiden sosiaalisen median käytöstä sekä altistumisesta poliittiselle sisällölle. Samalla viikko on tarpeeksi lyhyt, jotta päiväkirjan pitäminen ei muodostuisi osallistujille liian kuormittavaksi tai aikaa vieväksi tehtäväksi arjen keskellä. Tutkimukseen osallistuvat saivat kuitenkin halutessaan jatkaa päiväkirjan pitämistä pidempään. Tämä antoi joustavuutta niille osallistujille, jotka halusivat dokumentoida mediankäyttöään laajemmin tai kokivat, että pidempi aikajänne toisi esiin monipuolisempia havaintoja heidän altistumisestaan poliittiselle sisällölle. Näin varmistettiin, että tutkimuksen aineisto on sekä kattava että osallistujille kohtuullinen. Päiväkirjan pitoaikana osallistujia pyydettiin kirjaamaan ylös sosiaalisen median käyttöönsä liittyviä havaintoja, kuten esimerkkejä poliittisista sisällöistä, niihin liittyvistä tunteista ja mahdollisista keskusteluista.

Päiväkirjojen tarkoituksena oli syventää ja laajentaa ymmärrystä siitä, millaista poliittista ja yhteiskunnallista sisältöä osallistujat kohtaavat sosiaalisessa mediassa arkensa aikana.

Päiväkirjoja ylläpitäneitä haastateltavia ohjeistettiin kiinnittämään huomiota esimerkiksi

siihen, millaisia aiheita ja julkaisuja he pitivät poliittisina tai yhteiskunnallisina, herättikö jokin sisältö erityistä kiinnostusta tai ärtymystä, osallistuivatko he itse keskusteluihin sekä kohtasivatko he kärkkäitä tai vastakkaisia mielipiteitä sisältäviä keskusteluja sosiaalisen median alustoilla. Päiväkirjamerkintöjen ylläpito tapahtui vapaamuotoisesti osallistujan valitsemalla tavalla, mutta ohjeistuksessa ehdotettiin muistiinpanojen kirjaamista Word-tiedostoon. Päiväkirjat sisälsivät osallistujien omia havaintoja, kokemuksia ja reflektiota viikon ajalta.

4.3 Tutkimusmenetelmä

Kertyvä aineisto analysoidaan laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Siinä pyritään tunnistamaan ja jäsentämään aineistosta nousevia teemoja ja ilmiöitä, jotka liittyvät sosiaalisen median poliittiseen sisältöön sekä sen vaikutuksiin opiskelijoiden yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumisessa. Haastattelut ja päiväkirjat analysoidaan rinnakkain, mikä mahdollistaa aineiston rikastuttamisen ja vertailun. Niille kuitenkin sovellettiin analyysissa hieman erilaisia painotuksia aineiston luonteen mukaisesti. Näin saadaan kokonaisvaltainen kuva sosiaalisen median vaikutuksista yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen osallistujien näkökulmasta.

Analyysimenetelmänä aineistolähtöinen sisällönanalyysi soveltuu erityisesti tilanteisiin, joissa tavoitteena on muodostaa kokonaiskuva ilmiöstä tutkittavien omien kokemusten ja merkitysten pohjalta ilman valmiita teoreettisia oletuksia. Aineistolähtöisessä eli induktiivisessa sisällönanalyysissä aineisto toimii analyysin lähtökohtana, ja analyysin tavoitteena on rakentaa käsitteellisiä kokonaisuuksia aineistosta esiin nousevien havaintojen tai teemojen perusteella. Menetelmä mahdollistaa aineiston systemaattisen tarkastelun, merkitysten ja teemojen esiin nostamisen sekä ilmiöiden luokittelun ja yhdistelyn ilman, että aineistoa pakotetaan valmiiseen viitekehykseen (Tuomi & Sarajärvi 2018, 103–106; Elo & Kyngäs 2008).

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi on erityisen soveltuva laadullisen aineiston tarkasteluun, kun tutkittavasta ilmiöstä ei vielä ole kattavaa tutkimustietoa tai kun tavoitteena on tarkastella ilmiötä tutkittavien omasta näkökulmasta. Menetelmä etenee tyypillisesti vaiheittain: 1) aineiston pelkistäminen eli olennaisten sisältöjen tunnistaminen, 2) ryhmittely eli samankaltaisten sisältöjen yhdistäminen sekä 3) käsitteellistäminen eli aineiston abstrahointi teemoiksi tai kategorioiksi (Tuomi & Sarajärvi 2018, 109; Kyngäs 2020).

Teemahaastatteluaineisto analysoitiin aineistolähtöisen sisällönanalyysin periaatteiden mukaisesti siten, että analyysi eteni vaiheittain pelkistämisestä ryhmittelyn kautta käsitteellistämiseen. Ensin kaikki haastattelut litteroitiin Microsoft Teamsin automaattista puheentunnistusta hyödyntäen, minkä jälkeen litteroinnit käytiin manuaalisesti läpi ja korjattiin tarvittavilta osin. Tämän jälkeen aineisto luettiin kokonaisuutena useaan otteeseen, jotta muodostui yleiskuva sisällöstä. Aineistosta tunnistettiin toistuvia ilmauksia, käsitteitä ja ilmiöitä, joita alettiin koodaamaan tutkimuskysymysten suuntaisesti. Koodauksen perusteella muodostettiin alustavia luokkia, kuten esimerkiksi "algoritmien vaikutukset", "aktiivinen osallistuminen" ja "välttelevä suhtautuminen poliittiseen sisältöön", joiden kautta aineistoa jäsenneltiin tarkemmin. Tämän jälkeen samankaltaisia koodiluokkia yhdistettiin laajemmiksi teemoiksi. Lopuksi analyysissä keskityttiin vertailemaan teemoja eri osallistujien välillä ja tunnistamaan sekä yhtäläisyyksiä että eroavaisuuksia heidän kokemuksissaan. Haastatteluaineiston analyysissä painotettiin osallistujien tapoja kuvailla poliittista sisältöä, sosiaalisen median käyttötapoja, vuorovaikutusta muiden käyttäjien kanssa sekä heidän kokemuksiaan algoritmien ja kuplautumisen vaikutuksista. Aineistolähtöinen lähestymistapa mahdollisti osallistujien puhetapojen, merkityksenantojen ja ilmaisujen tarkastelun ilman, että analyysiä ohjasi ulkoapäin määritelty teoriakehys.

Päiväkirja-aineisto analysoitiin myös aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin, mutta sen analyysi erosi haastatteluaineistosta siinä, että päiväkirjat koostuivat osallistujien omaehtoisista, vapaamuotoisista kirjauksista sosiaalisen median käytöstään. Päiväkirjoja lähestyttiin yksilöllisinä dokumentteina, joiden avulla pyrittiin tavoittamaan osallistujien arkipäiväisiä kokemuksia poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön kohtaamisesta. Analyysi eteni siten, että jokainen päiväkirja käytiin läpi kokonaisuutena ja siitä nostettiin esiin keskeiset havainnot, reaktiot, ajatukset ja tunteet. Kirjauksista etsittiin toistuvia teemoja, kuten esimerkiksi "altistuminen poliittiselle sisällölle", "tunnekuormitus" tai "algoritmien vaikutus näkyvyyteen", ja nämä teemat ryhmiteltiin edelleen laajemmiksi analyysikokonaisuuksiksi. Päiväkirja-aineisto toi esiin myös sellaisia havaintoja, joita ei haastatteluissa ollut tullut esille, ja se toimi näin ollen täydentävänä ja syventävänä aineistona. Päiväkirja-analyysissä kiinnitettiin erityistä huomiota siihen, miten osallistujat reflektioivat omaa käyttäytymistään, altistumistaan poliittiselle sisällölle sekä suhtautumistaan siihen. Päiväkirjat olivat kirjoittajien omasanaisia ja ajan kuluessa rakentuneita dokumentteja, joten ne tarjosivat arvokasta tietoa siitä, miten poliittinen sisältö näyttäytyy osana sosiaalisen median käyttöä arjen tasolla.

4.4 Tutkimusetiikka

Tutkimusetiikka on keskeinen osa vastuullista tiedettä, ja se ulottuu läpi koko tutkimusprosessin (Suomen Akatemia 2025). Tutkimuksen toteutuksessa kiinnitettiin erityistä huomiota eettisiin näkökulmiin. Tutkimukseen osallistuminen perustui täysin vapaaehtoisuuteen ja osallistujilta kerättiin suostumus tutkimukseen osallistumiseen. Haastattelupyynnössä osallistujia tiedotettiin tutkimuksen tarkoituksesta, tietojen käsittelystä ja anonymiteetista. Liitteessä kerrottiin myös osallistumisen ehdoista sekä mahdollisuudesta keskeyttää osallistuminen milloin tahansa ilman seurauksia. Heiltä pyydettiin kirjallinen suostumus, jossa käytiin läpi heidän oikeutensa, esimerkiksi anonymiteetin turvaaminen ja mahdollisuus vetäytyä tutkimuksesta. Osallistujilla oli myös mahdollisuus valita, osallistuvatko he sekä haastatteluun että päiväkirjan pitämiseen vai ainoastaan jompaankumpaan osioon. Näin varmistettiin, että jokainen voi osallistua itselleen sopivalla tavalla ilman liiallista kuormitusta. Haastatteluista ja päiväkirjoista muodostunut aineisto käsiteltiin luottamuksellisesti, ja se anonymisoitiin analyysin yhteydessä, jotta yksittäisiä osallistujia ei voida tunnistaa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK 2012) ohjeet hyvästä tieteellisestä käytännöstä korostavat keskeisinä periaatteina avoimuutta, rehellisyyttä, huolellisuutta sekä tarkkuutta niin tutkimuksen suorittamisessa kuin tutkimustulosten tallentamisessa, esittämisessä ja arvioinnissa.

EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen, GDPR (2016/679), mukainen henkilötietojen käsittely tutkimuksessa vaatii entistä enemmän huomioita (Kinni & Puurunen 2021). On tärkeää huomata, että henkilötiedoiksi ei lasketa pelkästään tutkittavien nimeä tai henkilötunnusta, vaan myös monet muut tiedot, jotka voivat paljastaa tutkittavan henkilöllisyyden. Esimerkiksi haastattelutallenteella henkilön ääni voi toimia suoraan tunnisteena, ja harvinainen ammattinimike voi puolestaan toimia epäsuorana tunnisteena. Haastattelut äänitettiin analyysiä varten, mutta tallenteet poistettiin niiden purkamisen jälkeen. Aineisto käsiteltiin luottamuksellisesti, ja raportoinnissa varmistettiin, ettei yksittäisiä osallistujia voida tunnistaa. Näillä periaatteilla tutkimus noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä sekä osallistujien oikeuksia koskevia eettisiä suosituksia.

Tutkijan on tärkeää tiedostaa myös oma asemansa tutkimusprosessissa ja reflektoida, miten omat kokemukset, arvot ja taustaoletukset voivat vaikuttaa aineiston analyysiin ja tulkintaan. Koska tutkimus käsittelee sosiaalisen median vaikutusta yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen, on mahdollista, että myös tutkijalla itsellään on ennakkokäsityksiä

tutkimusaiheesta. Näiden vaikutusten minimoimiseksi tutkimuksessa pyrittiin objektiivisuuteen sekä avoimuuteen analyysiprosessissa. Tutkijan tulee myös huomioida, että haastattelutilanteessa ja päiväkirjamerkintöjä tehdessä osallistujat voivat tiedostamattaan muokata vastauksiaan sosiaalisesti hyväksyttävämpään suuntaan. Tämä ilmiö, joka tunnetaan nimellä sosiaalinen toivottavuus (Fisher 1993), voi vaikuttaa tutkimustuloksiin. Tästä syystä analyysissä oli tärkeää tarkastella aineistoa kriittisesti ja huomioida mahdolliset vinoumat. Refleksiivinen ote tutkimusprosessissa tarkoittaa jatkuvaa itsetutkiskelua ja avoimuutta sille, miten tutkimusasetelma sekä tutkijan rooli voivat muokata aineiston tuotantoa. Tämä lisää eettistä kestävyyttä ja tutkimuksen luotettavuutta.

Sosiaalista mediaa tutkittaessa on tärkeää huomioida myös digitaaliseen tutkimusympäristöön liittyvät eettiset erityispiirteet. Vaikka tutkimuksessa ei hyödynnetty julkisesti saatavilla olevaa someaineistoa, vaan aineisto kerättiin haastattelujen ja päiväkirjamerkintöjen avulla, tulee tutkijan olla tietoinen siitä, että sosiaalinen media on monitulkintainen tila julkisen ja yksityisen rajapinnalla. Esimerkiksi osallistujien kuvaamat havainnot, jotka liittyvät muiden käyttäjien toimintaan somessa, voivat koskea henkilöitä, joita ei ole tutkimuksessa haastateltu. Tutkijan tuli huomioida, että digitaalinen ympäristö tuottaa uudenlaisia suhteita tiedon tuotantoon ja yksityisyyden kokemukseen: osallistujat voivat kokea sosiaalisessa mediassa jaetun sisällön henkilökohtaisena, vaikka se olisi teknisesti julkista. Näiden seikkojen huomioiminen osana tutkimusetiikkaa tukee vastuullista aineiston keruuta ja osallistujien oikeuksien suojaamista erityisesti nykyaikaisessa, verkostoituneessa kontekstissa (Markham & Buchanan 2012).

5 Tutkimuksen tulokset

Tutkimustulosten raportointi etenee tutkimuskysymyksittäin (ks. luku 4.1.). Tarkastelen ensimmäisenä, mitkä sosiaalisen median alustat korostuivat haastatteluissa ja millä alustoilla yliopisto-opiskelijat seuraavat eniten poliittisia ja yhteiskunnallisia aiheita. Lisäksi käsitelin, miten haastateltavat määrittelevät poliittisen sisällön ja millä tavoin he reagoivat siihen. Seuraavaksi analysoin opiskelijoiden näkemyksiä sosiaalisen median luotettavuudesta tiedonlähteenä sekä heidän kokemuksiin algoritmien ja kuplautumisen vaikutuksesta eri sosiaalisen median alustoilla. Lopuksi tarkastelen opiskelijoiden käsityksiä perinteisen median ja sosiaalisen median eroista nyky-yhteiskunnassa.

5.1 Yliopisto-opiskelijoiden määritelmiä poliittisesta sisällöstä ja sen kohtaamisesta sosiaalisessa mediassa

Haastattelujen perusteella eri alustat tarjoavat erilaisia poliittisen sisällön muotoja ja vaikuttavat siihen, miten opiskelijat altistuvat yhteiskunnallisille keskusteluille. Kaikki haastattelemi yliopisto-opiskelijat kertoivat seuraavansa poliittista ja yhteiskunnallista sisältöä. Haastatteluissa kävi ilmi, että poliittista sisältöä kohdataan useilla eri sosiaalisen median alustoilla, mutta erityisesti Instagram korostui keskeisenä kanavana. Instagramissa poliittinen sisältö näyttäytyi sekä julkaisujen uutisvirrassa että tarinoissa, mikä tekee siitä monipuolisen väylän poliittisen viestinnän ja sisällön seuraamiseen. Erityisesti Instagramin nähtiin tarjoavan tilaa mielipiteiden ilmaisulle, tiedon levittämiselle sekä keskustelulle ajankohtaisista aiheista. Lisäksi useita muitakin alustoja mainittiin toistuvasti. Joissakin haastatteluissa nousi esiin myös yksittäisiä alustoja, joita kukaan muu haastateltava ei maininnut.

Jos on vaikka tapahtunut jotain yhteiskunnallisesti merkittävää niin todennäköisesti mä nään sen Instagramista, koska siellä jotenkin tosi nopeesti niinku reagoidaan tuollaisiin asioihin varsinkin Instagram stooreissa. (H9).

Useissa nuoria koskevissa tutkimuksissa juuri Instagramia on nostettu esiin poliittisen ja yhteiskunnallisen viestinnän merkittävänä palveluna. Instagramin käyttö ei näyttäydä vain viihteellisenä selailuna, vaan siihen kytkeytyy myös poliittisen ja yhteiskunnallisen tiedon kuratointia sekä passiivisina että aktiivisina käytäntöinä. Käyttäjät voivat esimerkiksi seurata poliittisia toimijoita, puolueita tai uutismedioita ja näin rakentaa omaa tiedonvirtaansa, mutta samalla poliittiseen sisältöön osallistutaan myös kevyemmin esimerkiksi tykkäysten kautta

(Boulianne & Hoffmann 2024.) Lisäksi tutkimuksessa on erotettu passiivisen ja aktiivisen some-osallistumisen muotoja siten, että aktiiviseen osallistumiseen sisältyy myös oman sisällön tuottaminen sekä keskusteluun osallistuminen, kun taas passiivinen osallistuminen painottuu sisällön seuraamiseen ja siihen reagoimiseen matalalla kynnyksellä (Baboš & Világi 2024).

Lisäksi eurooppalaisessa pitkittäistutkimuksessa on havaittu, että kuva- ja videoviestintä Instagramissa lisää sitoutumista yhteiskunnalliseen ja poliittiseen sisältöön enemmän kuin pelkät tekstit perustuvat julkaisut (Larsson 2023). Delhissä toteutetussa opiskelijoita tarkastelevassa tutkimuksessa on tullut myös esiin samantyyllisiä havaintoja esiin: Instagramin visuaalisuus, henkilökohtainen viestintä ja tunteisiin vetoaminen kanavoivat keskustelua ja lisäsivät huomattavasti yhteiskunnallista ja poliittista tietoisuutta nuorten keskuudessa (Gupta & Bhardwaj 2024).

Toisaalta Tiktok on viime vuosina korostunut varsinkin nuorten poliittisessa ja yhteiskunnallisessa käyttäytymisessä, erityisesti Yhdysvalloissa mutta myös Euroopassa. Alustalle jaetuilla videoilla on tutkimusten mukaan ollut vaikutusta nuorten lisääntyneeseen vaikuttamiseen. Usein Tiktokin vuorovaikutustapa korostuu, mutta sen rooli on kuitenkin erilainen kuin Instagramin. Tiktokkia käytetään yhä enenevässä määrin aktivismin välineenä, kun taas Instagramissa poliittinen ja yhteiskunnallinen viestintä keskittyy enemmän visuaaliseen argumentointiin, identiteettiin ja tunteisiin (Literat & Kligler-Vilenchik 2023; Ekman & Widholm 2017; de-Lima-Santos ym. 2024.) Tämän vuoksi Instagramin korostuminen tutkimuksessani ei ole täysin ainutlaatuinen ilmiö, mutta sen suhteellinen merkitys voi liittyä juuri kyseiseen kohderyhmän eli yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan yliopisto-opiskelijoiden sosiaalisen median käyttötottumuksiin. Nuorten aktiivinen yhteiskunnalliseen ja politiikkaan liittyvä sisältö tuottaa Instagramissa tilaa tunteelliselle vaikuttamiselle ja mielipiteiden näkyvyydelle. Tämä tukee omassa aineistossa esiin nousutta havaintoa Instagramin korostuneesta roolista poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön kohtaamisessa.

Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, että vaikka yliopisto-opiskelijat seuraavat eniten Instagramissa poliittista ja yhteiskunnallista sisältöä, niin melkein jokainen haastateltava kuitenkin mainitsi myös käyttävänsä yhtä paljon uutisalustojen sovelluksia ja verkkoversioita sekä yhteiskunnallisten että poliittisten aiheiden lukemiseen. Nämä palvelut ja sivustot, jotka

eivät suoraan kuulu sosiaalisen median ytimeen, sisältävät usein yhteyksiä sosiaaliseen mediaan (Östman ym. 2015, 16).

Kyllä mä käytän myös niinku Helsingin Sanomien sovellusta, mutta sitä mä en niinku katso ihan silleen super aktiivisesti niinku esimerkiksi en katso joka päivä. (H9).

Välillä mä siis katson ihan silleen jotain Ylen aamu-tv:täkin. (H2).

Mä katson yleisesti muutenkin semmosia verkkouutisia tosi laajalta skaalalta. New York Times ja Financial Times. (H7).

Haastatteluissa pyydettiin osallistujia pohtimaan, millaista sisältöä he itse pitävät poliittisena. Vastauksista kävi ilmi, että poliittinen sisältö ei rajoitu vain puolueiden tai kansanedustajien julkaisemaan viralliseen viestintään, vaan se voi ilmetä monissa eri muodoissa. Osa haastateltavista määritteli poliittiseksi sisällöksi suoraan vaaleihin tai puolueisiin liittyvät julkaisut, kun taas toiset laajensivat käsitettä koskemaan myös esimerkiksi julkisuuden henkilöitä, tasa-arvokysymyksiä, mielenilmauksia tai arjen valintoihin liittyviä kannanottoja. Poliittiseksi saatettiin tulkita myös sisällöt, jotka käsittelivät epäsuorasti yhteiskunnallisia valtasuhteita, kuten vaikuttajien näkemyksiä tietyistä maista tai vaikuttajien tekemä sisältö sosiaaliseen mediaan.

Esimerkiksi vaikuttajien tekemistä meikkitutoriaaleista voi saada poliittisen, koska siinä ne tietyllä tapaa promoo niinku sitä kuluttamisen kulttuuria. (H1).

Mun käsitys politiikasta on tavallaan se, että politiikka on ihmisten kanssakäymistä. Niin siinä mielessä kaikki on poliittista tietyllä tavalla, mutta toki jotkut asiat on poliittisempia kuin toiset, niin se riippuu tosi paljon kontekstista ja yhteiskunnallisesta merkityksestä. (H7).

Nykyään melkein kaikki voi olla jollain tasolla poliittista, se että influensseri menee Dubaihin on mun mielestä poliittinen kannanotto. (H8).

Useat osallistajat toivat esiin, että poliittinen sisältö voi olla huomaamatonta – se ei välttämättä ole selkeästi tunnistettavissa varsinkaan sosiaalisessa mediassa, mutta voi kuitenkin välittää arvoja, normeja tai yhteiskunnallisia viestejä. Esimerkiksi vaikuttajien videoiden muodossa jaettu sisältö saatettiin tunnistaa poliittiseksi vasta tarkemman pohdinnan kautta. Toisaalta osa haastateltavista koki, että sosiaalisen median arkisuus ja viihteellisyys voivat hämärtää sen, mikä koetaan poliittiseksi ja mikä ei vai ovatko kaikki poliittista. Tämä

osoittaa, että poliittisen sisällön määrittely on kontekstisidonnaista ja heijastaa käyttäjän omaa maailmankuvaa sekä tulkintakehystä.

Myös aiempi tutkimus on osoittanut, että sosiaalisessa mediassa esiintyvä poliittinen sisältö ei ole helposti rajattavissa vain virallisiin tai institutionaalisiin lähteisiin. Shannon C.

McGregorin (2019) mukaan sosiaalisen median kautta jaettu sisältö toimii yhä useammin eräänlaisena julkisen mielipiteen edustajana, vaikka se ei aina perustu laajaan tai edustavaan otantaan kaikista kansalaisista. Esimerkiksi usein toimittajat hyödyntävät sosiaalisen median reaktioita ja julkaisuja kuvatessaan sitä, mitä kansa "ajattelee", jolloin yksittäisten käyttäjien mielipiteet saavat laajempaa painoarvoa mediassa. Tämä havainnollistaa hyvin sitä, kuinka sosiaalisessa mediassa liikkuva poliittinen sisältö on monimuotoista, riippuvaista ja kontekstisidonnaista sekä sisällön tuottajista että tulkitsijoista. McGregorin analyysi vahvistaa käsitystä siitä, että poliittinen sisältö ei ole kiinteä tai yksiselitteinen ilmiö, vaan muotoutuu jatkuvasti sosiaalisen vuorovaikutuksen ja näkyvyyden kautta.

Haastatteluissa tarkasteltiin myös sitä, miten yliopisto-opiskelijat reagoivat sosiaalisessa mediassa kohtaamaansa poliittiseen sisältöön sekä millä tavoin he osallistuvat siihen.

Vastauksista kävi ilmi, että suhtautuminen poliittiseen sisältöön vaihtelee suuresti yksilöittäin: osa osallistujista kertoi jakavansa poliittista sisältöä omissa kanavissaan tai kommentoivansa ajankohtaisia keskusteluja, kun taas osa seurasi mieluummin sivusta ilman suoraa osallistumista eli toisin sanoin luki kyllä aktiivisesti ajankohtaisia keskusteluja mutta ei lähtenyt kommentoimaan niitä julkisesti. Poliittista sisältöä seuraavien joukossa oli niitä, jotka kokivat tärkeäksi lisätä tietoisuutta esimerkiksi vaalien lähestyessä, sekä niitä, jotka kokivat, että poliittinen keskustelu somessa on usein liian kärjistynyttä. Erityisesti keskustelun sävy ja ilmapiiri vaikuttivat siihen, halusivatko opiskelijat osallistua julkisesti vai pysytellä tarkkailijan roolissa. Jotkut haastateltavat mainitsivat välttelevänsä poliittisten aiheiden jakamista siksi, etteivät halunneet leimautua tai joutua ristiriitoihin muiden käyttäjien kanssa. Toisaalta moni koki, että seuraamalla eri näkökulmia he pystyivät muodostamaan monipuolisemman kuvan ajankohtaisista ilmiöistä ilman, että heidän tarvitsi itse ottaa kantaa. Reagointi poliittiseen sisältöön sosiaalisessa mediassa näyttäytyi näin ollen yksilöllisenä ja kontekstiin sidoksissa olevana valintana, jossa korostuvat niin halu vaikuttaa kuin halu säilyttää yksityisyys.

Haastatteluissa kysyttiin myös, millä tavoin opiskelijat suhtautuvat poliittisiin ja yhteiskunnallisiin sisältöihin, joita he kohtaavat sosiaalisessa mediassa. Vastaukset vaihtelivat

avoimen keskustelemaan suhtautumiseen ja kiinnostukseen aina kriittiseen tarkasteluun asti. Erityisesti keskustelun sävy vaikutti siihen, herättikö poliittinen tai yhteiskunnallinen sisältö kiinnostusta vai torjuntaa – rakentava ja perusteltu sisältö koettiin mielekkäämmäksi kuin kärjekkäät kannanotot tai provosoivat julkaisut. Tämä viittaa siihen, että suhtautuminen poliittisiin sisältöihin ei ole yksiselitteisen myönteistä tai kielteistä, vaan rakentuu usein kokemusten, aiheen, sävyn ja sisällön esitystavan varaan.

No kyllä mä keskustelen niistä aika paljon just niinku lähipiirin kanssa. Ja vähän riippuen siitä mistä puhutaan tai niinku kuka puhuu, niin oon kriittinen. Mutta välillä stressaa kun tuntuu että koko ajan tulee vaan niinku paljon huonoa niin sitten välillä haluaisi jotenkin taukoa myös siitä. Että ei haluaisi olla välinpitämätön mutta vähän niinku on pakko olla että sielä jaksaa lukea niitä jatkossa. (H5).

Kokonaisuudessaan haastateltavien näkemyksistä oli havaittavissa kolme keskeistä suhtautumistapaa: aktiivinen osallistuminen, tarkkaileva seuraaminen sekä poliittisen sisällön tietoinen välttely. Nämä suhtautumistavat eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois, vaan voivat vaihdella tilanteen, aiheen tai alustan mukaan. Esimerkiksi Amnå ja Ekman (2014) tutkivat nuorten yhteiskunnallista ja poliittista osallistumista ja jakoivat heidät kolmeen eri kategoriaan: ”aktiivinen”, ”valmiustilassa” sekä ”vetäytyvä”. Tämä jaottelu vastaa löydöksiäni: osa osallistuu, osa seuraa taustalta ja toiset vetäytyvät poliittisista ja yhteiskunnallisista keskusteluista. Esittelen nämä teemat erikseen ja tuon esiin esimerkkejä opiskelijoiden kertomuksista. Sosiaalisen median tutkimuksissa on myös usein eroteltu aktiivinen poliittinen osallistuminen – esimerkiksi postaaminen, sisällön jakaminen ja kommentointi – ja passiivinen informaatioaltistus, jossa käyttäjä seuraa aiheita ilman varsinaista suoraa vuorovaikutusta (Sener ym. 2015). Poliittisen sisällön välttelyä on puolestaan tarkasteltu esimerkiksi sosiaalisten paineiden ja tunnesuhteiden näkökulmasta. Muun muassa Pennington ja Palagi (2023) ovat osoittaneet, että nuoret saattavat tietoisesti karttaa poliittisia ja yhteiskunnallisia aiheita sosiaalisessa mediassa säilyttääkseen ihmissuhteitaan tai välttääkseen konflikteja ja ristiriitoja. Tällainen käytös ilmentää pyrkimystä suojautua sosiaalisen median ylikuormitukselta.

5.1.1 Aktiivinen osallistuminen

Osa haastatelluista yliopisto-opiskelijoista kuvasi suhtautuvansa poliittiseen sisältöön sosiaalisessa mediassa aktiivisesti osallistuen. Tähän osallistumiseen sisältyi muun muassa poliittisten tai yhteiskunnallisten sisältöjen jakamista omissa julkaisuissa, poliittisten

kannanottojen tekemistä, keskusteluun osallistumista kommenttikentissä sekä muiden tuottaman sisällön reaktiivista jakamista, esimerkiksi Instagramin tarinoissa. Näille opiskelijoille sosiaalinen media toimi tietynlaisena itseilmaisun areenana sekä yhteiskunnallisen osallistumisen välineenä. Osallistuminen saattoi korostua erityisesti ajankohtaisten tapahtumien, vaalien tai kohua herättäneiden uutisten yhteydessä. Aktiivinen osallistuminen näyttäytyi monelle keinona lisätä tietoisuutta, ottaa kantaa ja herättää keskustelua omassa sosiaalisessa verkostossa ja läheisten piirissä.

En missään nimessä pyri välttämään. Jaan mielellään muiden tekemää poliittista sisältöä esim. just Instagram stooreissa. Ja jos se lasketaan ns. poliittisen sisällön luomiseksi, niin kyllä mä joskus niiden yhteyteen kirjoitan jotain omia ajatuksia siitä aiheesta. (H9).

Kyllä mä niinku otan kantaa aika paljon. Itse julkaisen niinku poliittista sisältöä ja ihan silleen yli puoluerajojen. Yritän niinku mahdollisimman monipuolista perspektiiviä itsekin seurata. (H1).

Yliopisto-opiskelijoiden aktiivinen osallistuminen yhteiskunnallisiin ja poliittisiin sisältöihin sosiaalisessa mediassa ilmeni sekä aloitteellisena että reaktiivisena toimintana. Osa yliopisto-opiskelijoista kertoi seuraavansa ajankohtaisia yhteiskunnallisia ja poliittisia keskusteluja sekä reagoivansa niihin jakamalla sisältöä tai kirjoittamalla omia näkemyksiä. Usein osallistuminen näyttäytyi erittäin arkisena toimintana: poliittinen sisältö oli vain osa päivittäistä mediankäyttöä, eikä sen kommentointi tai jakaminen ollut välttämättä erityisen suunniteltua tai harkittua.

Kyllä aktiivisesti niinku jaan poliittista sisältöä ja välillä itse tuotan poliittista sisältöä siinä mielessä, että just vaikka jos on joku tärkeä aihe niin otan siihen kantaa. (H1).

Sosiaalinen media tarjosi helpon tilan, jossa poliittiseen keskusteluun osallistuminen oli matalan kynnyksen toimintaa, mahdollistaen esimerkiksi spontaanin kannanoton yksittäiseen uutiseen tai poliittiseen ilmiöön. Tämä heijastaa aiempaa tutkimusta, jonka mukaan erityisesti nuoret aikuiset käyttävät sosiaalista mediaa poliittisen osallistumisen ja yhteiskunnallisen identiteetin rakentamisen välineenä (Ekström & Sveningsson 2015, 1–15).

Osallistumisen tapoihin vaikutti myös se, miten yliopisto-opiskelijat kokivat oman asemansa poliittisessa ja yhteiskunnallisessa keskustelussa. Moni kertoi haluavansa tuoda esiin näkökulmia, jotka heidän mielestään jäivät jopa hieman varjoon valtamediassa sekä julkisessa

keskustelussa. Erityisesti ilmastopolitiikkaan, vähemmistöjen oikeuksiin ja tasa-arvokysymyksiin liittyvät aiheet nousivat esiin sellaisina, joiden puolesta haluttiin käyttää omaa somealustaa yhä enemmän vaikuttamisen keinona. Joillekin aktiivinen osallistuminen sosiaalisessa mediassa näyttäytyi myös tietoisena vastapuheena tai korjaavana toimintana vääränä tai yksipuolisena koettua sisältöä kohtaan. Tällöin sosiaalinen media toimi paitsi vaikuttamisen välineenä, myös henkilökohtaisen moraalisen position ilmaisun kanavana. Aiemmissa tutkimuksissa on todettu, että sosiaalinen media voi tarjota erityisesti nuoremmille sukupolville mahdollisuuden vaikuttaa ilman perinteisen politiikan muotoja, kuten järjestötoimintaa tai puoluepolitiikkaa (Loader ym. 2014; Vromen ym. 2016).

Mä jaan ehkä omaan Instagram storiin tai kavereille linkkinä silleen että hei oletteko te lukeneet tän? (H5).

5.1.2 Passiiviset tarkkailijat

Useat haastateltavat kuvailivat itseään poliittisen sisällön seuraajiksi, mutta eivät aktiivisiksi osallistujiksi. He kertoivat seuraavansa sosiaalisessa mediassa vaikuttajia, poliitikkoja tai uutismedioita, mutta harvemmin itse jakavansa tai kommentoivansa poliittisia aiheita. Poliittinen ja yhteiskunnallinen sisältö nähtiin tärkeänä sekä ajankohtaisena, mutta oma osallistuminen jäi usein tiedonkeruun, havainnoinnin ja taustalla pysymisen tasolle. Tarkkailijan rooliin vaikutti monella halu muodostaa kokonaiskuvaa yhteiskunnallisista kysymyksistä ilman tarvetta julkiseen kannanottoon. Lisäksi jotkut haastateltavat kokivat, ettei heillä ollut tarpeeksi asiantuntemusta tai halua osallistua keskusteluun, joka sosiaalisessa mediassa saatettiin kokea kärkkääksi tai polarisoituneeksi. Passiivinen seuraaminen ei näin ollen tarkoittanut missään nimessä välinpitämättömyyttä, vaan saattoi olla tietoinen valinta välttää konflikteja, säilyttää yksityisyys tai suojautua kuormittavalta keskusteluilmapiiiriltä.

Mä oon aika silleen sivustakatsoja, että mä tykkään kommenteista ja niinku julkaisuista, mutta mä en kyllä niinku itse kommentoi. (H8).

Mä en itse ainakaan ole hirveästi lähtenyt semmoiseen niinku julkiseen kommentointiin. Tiktokissa saatan niinku tehdä videoita, jotka ottaa jollain tasolla kantaa. Ei ole sellaista ehkä ”suoraan ilmaisen mielipiteeni” vaan sitten ehkä jonkun satiirin tai komiikan kautta tuon esille sen mun oman mielipiteen. (H4).

Vaikka moni yliopisto-opiskelija ei aktiivisesti osallistunut poliittiseen keskusteluun sosiaalisessa mediassa, he kokivat kuitenkin sen seuraamisen tärkeänä osana yhteiskunnallista

tietoisuuttaan. Sosiaalinen media tarjosi yliopisto-opiskelijoille väylän tarkkailla ajankohtaisia ilmiöitä, vaikuttajien argumentointia ja puolueiden kantoja, mutta ilman painetta oman mielipiteen julkituomisesta. Joillekin yliopisto-opiskelijoille tarkkailijan rooli antoi paremman mahdollisuuden reflektoida asioita rauhassa sekä muodostaa omia näkemyksiä ennen kuin osallistui mihinkään keskusteluun – jos ylipäättään osallistui. Eräs haastateltava totesi, että seuraa tietoisesti eri puolueiden edustajia "nähdäkseen, miten asiat esitetään eri näkökulmista", mutta ei kuitenkaan jaa omia kantojaan somessa, koska "ei koe sitä omaksi tavaksi osallistua yhteiskunnallisiin tai poliittisiin aiheisiin".

Passiivisempaan seuraamiseen saattoi liittyä myös kriittisyyttä sosiaalisen median keskustelukulttuuria kohtaan. Useat haastateltavat kertoivat välttelevänsä poliittiseen sisältöön reagoimista tai ainakin kommentoimista, koska pelkäsivät joutuvansa väärinymmärretyiksi tai tietyllä tapaa aggressiivisemmän kommentoinnin kohteeksi, erityisesti alustoilla, joissa keskustelu nähtiin polarisoituneeksi tai ”henkilöön meneväksi”. Tämä ilmiö on tunnistettu myös aiemmassa tutkimuskirjallisuudessa: nuoret saattavat seurata yhteiskunnallista sekä poliittista sisältöä tarkasti, mutta vetäytyvät kuitenkin julkisesta osallistumisesta ja keskustelusta esimerkiksi epävarmuuden, sosiaalisen paineen tai julkisen leimautumisen pelon vuoksi (Bossetta ym. 2018; Vraga & Tully 2021). Passiivinen tarkkailu ei siis ole merkki vain välinpitämättömyydestä, vaan monesti tietoinen valinta tasapainoilla yksityisyyden, kiinnostuksen sekä turvallisuuden välillä. Joissakin tapauksissa yliopisto-opiskelijat kertoivat myös kokevansa tietynlaista "someähkyä", jolloin yhteiskunnallinen ja poliittinen sisältö saatettiin ohittaa jaksamisen tai kuormittavuuden vuoksi.

Yhdessä osallistujien pitämistä päiväkirjoista nousi esiin erityisen kiinnostava havainto siitä, miten yhteiskunnallisten kehityskulkujen sävy voi vaikuttaa suuresti yksilön haluun ylipäättään olla läsnä sosiaalisessa mediassa. Hän nosti esiin lukemansa artikkelin: *The Female Lead*, 2024.

Luin mielenkiintoisen artikkelin siitä, miten nuoret naiset lähtevät sosiaalisesta mediasta naisvihamielisen sisällön takia. (P1).

Tämä kokemus heijastaa enemmän kuin tarpeeksi sitä, miten sosiaalisen median sisältö ei ole ainoastaan passiivista seurattavaa, vaan sillä voi olla myös konkreettisia vaikutuksia yksilön hyvinvointiin, osallistumishaluun ja turvallisuuden tunteeseen. Kun sosiaalinen media koetaan uhkaavaksi tai vihamieliseksi tilaksi, ei ole yllättävää, että osa käyttäjistä vetäytyy sen vaikutuspiiristä kokonaan tai jää passiiviseksi tarkkailijaksi. Tämä ilmiö haastaa ajatuksen

sosiaalisesta mediasta demokraattisena ja kaikille avoimena areenana sekä osoittaa, että myös rakenteelliset ja kulttuuriset ilmiöt vaikuttavat siihen, ketkä kokevat tilan omakseen ja ketkä suljetaan sen ulkopuolelle.

5.1.3 Välttelevä suhtautuminen

Osa haastateltavista kertoi suhtautuvansa poliittiseen sisältöön sosiaalisessa mediassa välttelevästi. Tämä ilmeni esimerkiksi siinä, että poliittisia julkaisuja selattiin nopeasti ohi tai niiden näkemistä pyrittiin kokonaan välttämään. Syyt välttelevään suhtautumiseen olivat moninaisia. Osa yliopisto-opiskelijoista koki, että poliittinen keskustelu sosiaalisessa mediassa on usein kärjistynyttä tai mustavalkoista mikä sai heidät vetäytymään keskusteluista. Jotkut mainitsivat myös haluavansa pitää sosiaalisen median "viihtyisänä ja kevyenä tilana", jolloin poliittiset sisällöt eivät sopineet heidän käyttötarkoitukseensa. Lisäksi esiin nousi huoli siitä, että omien näkemysten julkinen ilmaiseminen voisi johtaa esimerkiksi leimautumiseen. Välttelevää suhtautumista voidaan näin ymmärtää myös keinona suojata omaa sosiaalista roolia sekä jaksamista digitaalisessa ympäristössä, jossa poliittinen näkyvyys voi aiheuttaa epävarmuutta tai sosiaalista painetta.

Jos seuraan niin en sitäkään hirveän aktiivisesti tee. (H10).

Mä oon ehkä vähän ujo luonteeltani niin varsinkaan netissä mä en niinku lähe mihinkään kommentointiin, koska siellä kuka tahansa voi sanoa mitä tahansa ja se ei välttämättä olisi rakentavaa. (H7).

Välttelevä suhtautuminen ei suinkaan ollut kaikissa tapauksissa selkeä tai tietoinen valinta, vaan joillekin yliopisto-opiskelijoille se näyttäytyi pikemminkin vakiintuneena käyttötapanana. Esimerkiksi jotkut haastateltavat mainitsivat huomaavansa vasta jälkeenpäin, että olivat tarkoituksellisesti ohittaneet poliittista sisältöä. Tällainen käytös ilmensi tarvetta rajoittaa omaa altistumista sisällöille, jotka aiheuttivat turhautumista, kuormitusta tai ärtymystä. Useampi osallistuja kuvasi tietynlaista "kyllästymistä" toistuvaan poliittiseen ja yhteiskunnalliseen keskusteluun sekä siihen liittyvään vastakkainasetteluun, joka ei heidän mielestään edistänyt rakentavaa yhteiskunnallista dialogia. Tällöin poliittinen ja yhteiskunnallinen sisältö ei ainoastaan jäänyt seuraamatta, vaan siihen liitettiin myös tunnepohjaisia reaktioita, jotka vaikuttivat kokonaisuudessaan sosiaalisen median käyttökokemukseen.

Ja etenkin nyt on ollut Tiktokissa semmoinen trendi jo pidempään, että täysistunnoista edustajat leikkaa niitten omat kohdat. Mä oon ruvennut vähän miettimään, että onko se oikeasti kovin niinku hyvä, että tossa saa toki kuvan mitä vaikka sun oma ehdokas tekee, mutta sitten ehkä siihen keskustelevuuteen, niin se vaikuttaa minusta enemmän vähän semmoselta draama sarjalta. Se ei lue niinku sitä keskustelua, että siitä vaan tykätään että mä olin sanomassa näin jollekin toiselle ihmiselle ja sitten ei niinku laiteta siihen videoon mitä se toinen on vastannut. (H8).

Useat haastateltavat viittasivat myös siihen, että poliittinen näkyvyys sosiaalisessa mediassa on ristiriitainen ilmiö: toisaalta se voi lisätä tietoisuutta sekä yhteiskunnallista osallisuutta, mutta toisaalta siihen liittyy myös paljon merkittäviä riskejä yksilön näkökulmasta. Erityisesti pelko väärinymmärretyksi tulemisesta, verkossa tapahtuvasta kritiikistä tai jopa maalittamisesta mainittiin välttelevän käyttäytymisen taustatekijöinä. Tämä liittyy laajempaan digitaalisen vuorovaikutuksen dynamiikkaan, jossa keskustelukulttuuri koetaan usein kärjistyneeksi ja epävarmaksi (Papacharissi 2015; Theocharis ym. 2016). Sosiaalinen media ei tällöin näyttäytynyt neutraalina tilana osallistumiselle, vaan ympäristönä, jossa osallistumattomuus voi olla strateginen sekä suojaava valinta. Tämä ilmiö tuli esiin myös eräässä päiväkirjassa, jossa osallistuja kuvasi, kuinka uutisaiheinen poliittinen sisältö saattoi välillä tuntua kuormittavalta ja herättää halun paeta koko alustaa, jottei oma uutisvirta täytyisi ahdistavaksi koetuista sisällöistä.

Somealustani valtasi alkuviikosta puukotuksia koskevat uutiset. Kolmessa eri koulussa oli alkuviikosta tapahtunut väkivaltaa tai sen uhkaa. Kahdessa kouluista oli meneillään puukotus. Näiden puukotusten motiivit ja yhteys on jäänyt vielä epäselväksi, mutta toinen niistä yhdistetään naisvihaan. Manifestin kaltainen julkaisu oli tehty väkivallantekijän toimesta, mikä kirvoitti runsasta keskustelua siitä, että onko naisviha edelleen relevantti asia. Tämä tapahtumasarja oli tietenkin pelottava ja ahdistava, eikä sitä päässyt alkuviikolla karkuun. (P3).

5.2 Algoritmit ja sisältöjen personointi poliittisen tiedon kohtaamisen ohjaajina

Sosiaalisen median alustat ovat vuosi vuodelta perustuneet enenevässä määrin algoritmeihin, jotka säätelevät, millaista sisältöä käyttäjille näytetään. Algoritmien toimintalogiikka ei ole läpinäkyvä, mutta niiden vaikutus on merkittävä siinä, mihin tietoon käyttäjät altistuvat – ja mihin eivät. Personointi perustuu usein yksilön aiempaan käyttöön, katseluaikaan, vuorovaikutukseen ja tykkäyksiin, minkä seurauksena sisällöt alkavat usein toistaa tiettyjä painotuksia. Tämä voi johtaa kuplautumiseen eli siihen, että käyttäjälle suositellaan lähinnä hänen aiempia mielipiteitään vahvistavaa sisältöä (Pariser 2011). Useat haastateltavat toivat esiin, että he ovat havainneet algoritmien vaikutuksen erityisesti TikTokissa ja Instagramissa. Useampi osallistuja kertoi esimerkiksi siitä, kuinka yksittäisen poliittisen videon katsomisen jälkeen feed eli syöte alkoi täyttyä samankaltaisista sisällöistä.

Mä huomasin esimerkiksi silloin ku Trump ja Vance voitti vaalit et se tili tekiki sillee et alko automaattisesti seuraamaan Vancen tiliä ku mä olin seurannu Kamala Harrisin tiliä nii mul alko välittömästi sen jälkee tulee niinku siihen liittyvää sisältöä. Et tavallaa vaikka mä oon liberaali ja en seuraa Trumpia tai rebublikaaneja missään nii mul alko tulee niitä heti sen perusteella valtavasti ku mä heittomerkeissä seurasin Vancea, vaikka en sitä ite tiedostanu et seurasin sitä. Ja sit tietenki Tiktokissa tulee tosi paljon liberaalien ja demokraattien videoita ja semmost mis tavallaa sekä niinku näytetään niit rebublikaanien haastatteluit tietyl taval just niinku niitä pahimpia haastatteluita ja mielipiteitä niinku siltä puolelta. Mut must tuntuu että niitä tulee niinku sen takia että mä voin olla sillee et tä on niinku niin idioottimaista et niinku ne ei tuu semmosena et Tiktok vähä niinku luuliskaa edes et tä ois niinku hyvä video. (H1).

Joillekin yliopisto-opiskelijoille algoritmien vaikutus poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön näkyvyyteen ei näyttäytynyt vain yksipuolisuuden kautta, vaan pikemminkin sisältöjen määrän vähenemisenä tai aktiivisena kontrollina. Eräs haastateltava kuvasi, kuinka erityisesti Instagramin algoritmit eivät enää hänen mielestään suosittelisi poliittista sisältöä yhtä paljon kuin aiemmin. Tähän vaikutti osittain myös alustan uusi asetus, jonka avulla käyttäjä voi itse kytkeä poliittisen sisällön pois henkilökohtaisesta syötteestään.

Mun mielestä Instagram ei enää suosittelle niin paljon poliittista sisältöä kun joskus aiemmin. Ja nykyäänhän siellä on se valinta, että sä voit päättää kytkeä sun feediltä poliittisen sisällön pois. (H9).

Tämä havainto nosti esiin kiinnostavan jännitteen algoritmisen ohjauksen ja käyttäjän tietoisuuden välillä. Vaikka alustat personoivat sisältöä aiemman toiminnan perusteella, käyttäjällä voi olla mahdollisuus vaikuttaa suurestikin algoritmin toimintaan valinnoillaan – esimerkiksi seuraamalla tarkoituksellisesti eri näkökulmia edustavia käyttäjätilejä. Tällöin kuplautuminen ei näyttäytyä vain algoritmin passiivisena seurauksena, vaan ilmiönä, jota yksilö voi myös tietoisesti ehkäistä. Tällainen reflektiivinen suhde sosiaalisen median käyttöön on linjassa aiemman tutkimuksen kanssa, jossa on todettu nuorten aikuisen pyrkivän tietoisesti monipuolistamaan tiedonlähteitään, vaikka algoritmit pyrkivät kaventamaan näkyvää sisältöä (Cotter ym. 2022).

Algoritmien vaikutus ei kuitenkaan jäänyt vain sisällön näkyvyyteen, vaan osa yliopisto-opiskelijoista pohti myös niiden roolia omien yhteiskunnallisten ja poliittisten mielipiteiden muodostumisessa. Vaikka algoritmeja ei aina osattu kuvata kovin teknisesti, moni tunnisti niiden vaikutuksen siihen, millaisia aiheita he näkivät, ajattelivat tai pitivät ajankohtaisina. Joissakin vastauksissa nousi esiin tietty huoli siitä, että sosiaalisen median kautta saadun tiedon laajuus tai laatu voi vääristyä algoritmien seurauksena, mikä puolestaan voi kaventaa usein näkemystä monimutkaisista poliittisista ja yhteiskunnallisista kysymyksistä. Tällöin kriittinen suhtautuminen ei kohdistunut vain yksittäisiin sisältöihin, vaan laajemmin tapaan, jolla sosiaalinen media ohjaa käyttäjän ajattelua ilman, että tämä aina tiedostaa sitä.

Algoritmien vaikutus on tosi vahva, että mulla on ollut Tiktok jo monta vuotta sillon kun se oli vielä Musical.ly, niin eihän siellä ollut niinku alkuun mitään poliittista. Että sehän oli niinku just enemmän vaan silleen hauskoja videoita ja tanssimista ja ruokaohjeita, että nyt se on muuttunut niinku ihan erilaiseksi ja sitten kun itse jää just kattoo niitä etenkin Yhdysvaltojen politiikkavideoita, niin kyllähän niinku mun jokainen video koskee sitä. (H8).

Samalla osa opiskelijoista koki, ettei algoritmien vaikutus ollut kovinkaan merkittävä heidän omien mielipiteidensä kannalta. He saattoivat perustella tätä esimerkiksi sillä, että he seuraavat myös lisäksi perinteistä mediaa, hyödyntävät useita alustoja tai keskustelevat aiheista myös kavereiden kanssa. Tällaiset vastaukset viittaavat siihen, että algoritmien vaikutus ei ole ainoastaan yksiselitteinen: se voi herättää kriittisyyttä, mutta se voi myös jäädä taka-alalle, jos opiskelija kokee omien tietolähteidensä olevan riittävän monipuolisia.

Niin, emmä niinku pistänyt tietoisesti merkille just sitä, mutta voisin kuvitella just että näin on. Kun algoritmit perustuu just siihen, että se alkaa suositella tiettyjä niinku julkaisuja sen perusteella mitä on niinku kuluttanut aiemmin. (H10).

Vaikka opiskelijat kuvasivat tunnistavansa algoritmien vaikutuksen siihen, millaisia poliittisia ja yhteiskunnallisia sisältöjä heidän sosiaalisen median syötteissään näkyi, oli huomattavasti epäselvempää, miten tämä näkyvyys vaikutti heidän omiin yhteiskuntapoliittisiin mielipiteisiinsä. Useat haastateltavat pohtivat, että vaikutus saattaa olla olemassa, mutta sitä on vaikea havaita tai osoittaa konkreettisesti. Algoritmien koettiin vaikuttavan enemmän siihen, mitä aiheita pitää tärkeinä tai huomionarvoisina, kuin suoraan siihen, mitä mieltä niistä ollaan.

Osa yliopisto-opiskelijoista koki olevansa tietoisia algoritmien toimintaperiaatteista ja kertoi siksi suhtautuvansa sosiaalisen median poliittiseen ja yhteiskunnalliseen sisältöön kriittisesti. Tällöin algoritmien vaikutus mielipiteiden muodostumiseen nähtiin rajoittuvana tai vinouttavana, ja se saattoi herättää halun torjua mahdollinen kuplautunut sisältö esimerkiksi seuraamalla eri puolueiden edustajia, lukemalla uutisia useista lähteistä tai käyttämällä vaihtoehtoisia alustoja. Tämän tyyppinen reflektiivinen suhtautuminen oli yksi tapa säilyttää oma ajattelun autonomia algoritmien ehdollistamassa ympäristössä.

Koen että kuplautuminen on aika helppoa, mut sit mä tarkoituksella seuraan myös sellasia ihmisiä, jotka edustaa niinku eri puoluekanta, jotta se some ei ois niinku niin kuplautunut. (H9).

Toisaalta jotkut opiskelijat eivät kokeneet algoritmeilla olevan merkittävää vaikutusta heidän näkemyksiinsä. Näissä vastauksissa korostui se, että mielipiteet muodostuvat muiden tekijöiden, kuten opiskelun, kasvatuksen tai sosiaalisen ympäristön kautta. Sosiaalinen media nähtiin tällöin enemmänkin uutisvirran jatkeena kuin ajattelun muokkaajana. Joissain tapauksissa kriittinen asenne poliittisiin ja yhteiskunnallisiin sisältöihin johti siihen, että niitä saatettiin selata nopeasti ohi tai ne jopa ohitettiin kokonaan, mikä osaltaan saattoi rajoittaa altistumista uusille näkökulmille.

Yliopisto-opiskelijat kuvasivat haastatteluissa, että algoritmien vaikutus poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön näkyvyyteen ei ole samanlaista kaikilla sosiaalisen median alustoilla. Erityisesti TikTok ja Instagram erottuivat alustoina, jossa poliittinen sisältö saattoi alkaa näkyä syötteessä nopeasti yksittäisen katselukerran tai reaktion jälkeen. Moni

haastateltava kuvasi, että pelkkä yhden poliittisen videon katsominen – tai sen katsominen useampaan kertaan – johti siihen, että vastaavaa sisältöä alkoi näkyä huomattavasti enemmän. Tämä koettiin sekä positiivisena että negatiivisena asiana: osa piti poliittista sisältöä kiinnostavana ja toivottuna, kun taas toiset kokivat sen aiheuttavan kuormitusta tai kyllästymistä.

Algoritmeilla on kyllä selvä vaikutus. Jos tulee sattumalta jotain poliittista tekstiä niin hyvin äkkiä tulee lisää samanlaista. Alustoissa on myös eroa. Instagramissa tulee aika niinku semmosta perusjuttua, mutta sitten Twitterissä (nyk. X) tulee yleensä vähän niinku jopa silleen rankempia mielipiteitä vastaan. (H3).

Instagramissa algoritmien vaikutus koettiin monivivahteisemmaksi. Useampi yliopisto-opiskelija kertoi, että yhteiskunnallista ja poliittista sisältöä ei välttämättä näkynyt feedissä ilman tietoisia valintoja, kuten tiettyjen tilien seuraamista tai aiemman käyttäytymisen perusteella painottuneita aiheita. Toisaalta Instagramin stooryt nähtiin usein nopeana uutisvirran korvikkeena, jossa jaettiin poliittisia nostoja tai ajankohtaisia ilmiöitä tuttavapiirin tai vaikuttajien kautta. Yksi haastateltavista myös mainitsi, että Instagramin asetuksista voi kytkeä poliittisen tiedon pois. X (entinen Twitter), Tumblr, Jodel ja muut vaihtoehtoiset alustat mainittiin harvemmin, mutta silloin kun niitä käytettiin, niiden sisältö koettiin jossain määrin "raakamaisemmaksi" ja vähemmän personoiduksi. Joissain tapauksissa nämä alustat nähtiin vaihtoehtoina, joissa saattoi kohdata enemmän näkökulmien kirjoja – mutta samalla myös enemmän jyrkkiä tai provosoivia kannanottoja. Algoritminen vaikuttaminen näillä alustoilla ei ollut yhtä ilmeistä opiskelijoille kuin esimerkiksi Tiktokissa, mutta se ei tarkoittanut, etteikö valikoituminen olisi ollut läsnä.

Yhteistä useimmille alustoille oli se, että yhteiskunnallinen ja poliittinen sisältö ei näyttäytynyt itsestään selvänä tai neutraalina osana sosiaalisen median kokemusta. Yliopisto-opiskelijoiden vastauksista välittyi tunne siitä, että näkyväksi nouseva poliittinen sisältö oli seurausta joko algoritmien aktiivisesta toiminnasta tai käyttäjän omista valinnoista – ja usein molemmista. Näin eri alustojen käyttöprofiilit vaikuttivat suoraan siihen, millä tavoin yliopisto-opiskelijat kohtasivat poliittista sekä yhteiskunnallista tietoa ja millaisissa muodoissa sitä heille suositeltiin. Useampi yliopisto-opiskelija nosti kuitenkin esiin, että alustojen välillä vallitsee erilainen logiikka poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön jakautumisessa sekä esittämisessä, ja että käyttäjän on vaikea hahmottaa, kuinka suuri osa tästä määräytyy omien valintojen ja kuinka suuri osa alustakohtaisten algoritmien tai

linjausten mukaan. Tätä havaintoa voi pitää erityisen ajankohtaisena, kun otetaan huomioon, että monet suuret sosiaalisen median alustat ovat nykyisin yhden tai muutaman vaikutusvaltaisen omistajan hallinnassa. Esimerkiksi X:n (ent. Twitter) omistajuus Elon Muskilla nousi keskusteluissa esiin alustana, jonka toimintaperiaatteet sekä näkyvät sisällöt ovat muuttuneet nopeasti ja joiden läpinäkyvyyttä on kyseenalaistettu. Tällaiset omistukselliset muutokset saattavat vaikuttaa paitsi algoritmien logiikkaan, myös siihen, millä tavoin poliittista ja yhteiskunnallista sisältöä suositellaan tai rajoitetaan eri käyttäjäryhmille. Tämä herättää kysymyksiä sosiaalisen median neutraaliudesta ja siitä, missä määrin teknologisten alustojen omistajuus voi vaikuttaa siihen, millaisia yhteiskuntapoliittisia näkökulmia käyttäjät ylipäättään kohtaavat sosiaalisessa mediassa (CyberNews 2024; The Independent 2024).

5.3 Poliittinen käyttäytyminen ja näkemysten jakaminen sosiaalisen median kontekstissa

Sosiaalinen media tarjoaa monipuolisia mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen ja poliittiseen keskusteluun, ilmaista mielipiteitä sekä vaikuttaa muihin – joko suoraan tai epäsuorasti. Poliittinen käyttäytyminen digitaalisessa ympäristössä ei rajoitu vain vaaliaktiivisuuteen tai puolueisiin sitoutumiseen, vaan se voi sisältää monenlaista toimintaa kuten tiedon jakamista, keskusteluihin osallistumista ja kannanottojen tekemistä (Loader ym. 2014; Ekman & Amnå 2012). Tämän alaluvun tavoitteena on tarkastella, millaisia kokemuksia yliopisto-opiskelijoilla on sosiaalisen median kautta saadun tiedon ja vuorovaikutuksen merkityksestä heidän poliittiselle käyttäytymiselleen sekä yhteiskuntapoliittisten näkemystensä jakamiselle.

Haastattelu- ja päiväkirja-aineisto osoittavat, että yliopisto-opiskelijat suhtautuvat poliittiseen ja yhteiskunnalliseen osallistumiseen sosiaalisessa mediassa hyvin vaihtelevasti. Osalle se näyttäytyi luontevana osana arkea, kun taas toiset kokivat sen raskaaksi, epävarmaksi tai jopa epäsovivaksi sosiaalisen median luonteeseen nähden. Useissa vastauksissa painottui sosiaalisen median rooli ajankohtaisen tiedon lähteenä, mutta osallistuminen ei välttämättä tarkoittanut aktiivista vaikuttamista. Tiedon vastaanottaminen, sisäinen pohdinta ja omien mielipiteiden hiljainen vahvistaminen olivat myös merkittäviä osia osallistumisen kokonaisuutena.

Seuraan pari kertaa päivässä yhteiskunnallisia ja poliittisia aiheita. Sosiaalisessa mediassa mä en ite juurikaan osallistu siihen keskusteluun. Mut saatan just silleen

keskustella muiden ihmisten kanssa mutta en siellä somealustalla. (H6). En taaskaan kuitenkaan jaksa osallistua keskusteluun ja pidän protestini lähinnä omana tietonani. (P2).

Sosiaalisen median vuorovaikutuksen nähtiin vaikuttavan mielipiteisiin erityisesti silloin, kun samaa aihetta käsiteltiin useista eri näkökulmista tai kun joku tuttu otti kantaa arvolatautuneeseen aiheeseen. Toisaalta monissa kertomuksissa tuli esiin, että näkyvin poliittinen ja yhteiskunnallinen sisältö jäi etäiseksi, herätti epävarmuutta tai jopa ärtymystä – ja joissain tapauksissa se saattoi johtaa vetäytymiseen osallistumisesta.

En taaskaan kuitenkaan jaksa osallistua keskusteluun ja pidän protestini lähinnä omana tietonani. (P2).

Näissä havainnoissa korostui myös yliopisto-opiskelijoiden kyvyt reflektoida omaa toimintaansa ja asemaansa poliittisessa sekä yhteiskunnallisessa keskustelussa: osalle sosiaalinen media tarjosi mahdollisuuden tuoda näkemyksiä esiin tutulla ja turvallisella tavalla, kun taas toiset suhtautuivat poliittiseen näkyvyyteen varauksella.

Monet yliopisto-opiskelijoista kertoivat haastatteluissa, että poliittinen ja yhteiskunnallinen osallistuminen sosiaalisessa mediassa ilmeni ennen kaikkea tiedon jakamisena tai muiden tuottaman sisällön eteenpäin levittämisenä. Hyvin usein nämä teot nähtiin vaikuttamisena omassa sosiaalisessa piirissä, vaikkei julkista keskustelua olisikaan syntynyt. Erityisesti Instagram tarinoiden jakaminen toimi keinona ottaa kantaa tai nostaa esiin ajankohtaisia yhteiskunnallisia kysymyksiä ilman, että käyttäjän tarvitsi itse tehdä omia laajoja kannanottoja. Jaetun sisällön taustalla saattoi olla esimerkiksi halu osallistua hiljaisesti, solidaarisuuden osoittaminen tietylle asialle tai halukkuus lisätä ihmisten tietoisuutta.

Mä jaan ehkä omaan Ig stooriin tai kavereille linkkinä sillee että hei ootteko lukeut tän? Mutta että emmä itse kirjoita mitään. (H5).

Vaikka jakaminen oli monelle luonteva osallistumisen muoto, osa yliopisto-opiskelijoista pohti myös sen vaikutusta: muuttuuko sosiaalinen media informatiiviseksi tilaksi vai toistuvien mielipiteiden kaikukammiksi? Joissain haastatteluiden vastauksissa ilmeni, että jatkuva saman sisällön näkyminen saattoi aiheuttaa väsymystä tai ärtymystä, vaikka jaetut aiheet olisivat itsessään olleet tärkeitä. Muutama haastateltava myös pohti, aiheuttaako poliittisten ja yhteiskunnallisten Instagram stoorien jakaminen seuraajissa ärtymystä tai outoja tunteita, varsinkin silloin, jos seuraajakunta koostuu eri mielipiteitä omaksuvista tutuista.

Tämä kertoo siitä, että poliittisen osallistumisen muoto ei ole staattinen, vaan sen kokemuksellisuus ja mielekkyys voivat vaihdella sisällön ja kontekstin mukaan.

Aineistoista nousi esiin, että sosiaalisen median kautta saatu yhteiskunnallinen tai poliittinen tieto ei useimmiten suoraan muuttanut yliopisto-opiskelijoiden näkemyksiä, mutta saattoi vaikuttaa siihen, miten asioita lähdettiin kyseenalaistamaan, vertailemaan sekä ajattelemaan. Moni yliopisto-opiskelija kertoi haastatteluissa, että uuden yllättävän sisällön tai näkökulman kohtaaminen herätti ajatuksia, vaikka se ei johtanutkaan suoraan mielipiteenmuutokseen. Tämän kaltainen hiljainen reflektointi nähtiin merkittävänä osana poliittista toimijuutta, joka ei aina välttämättä näy ulospäin.

Kyllä mä joo seuraan niitä aiheita mutta ilman että otan kantaa. (H3).

Joillekin yhteiskunnallinen ja poliittinen sisältö toimi myös impulssina keskusteluihin kavereiden kanssa tai syvempään tiedonhakuun, mikä yhdisti sosiaalisen median sisältö muihin poliittisen tiedon lähteisiin. Esimerkiksi akateemisen tiedon, sosiaalisen median ja perinteisen median yhdistäminen oli monen haastateltavan tapa käsitellä yhteiskunnallisia sekä poliittisia aiheita monipuolisesti. Tämä tukee käsitystä siitä, että sosiaalinen media toimii yhä useammin niin sanottuna ”alkupisteenä” nuorten poliittiselle kiinnostukselle, jonka jatkokäsittely tapahtuu muilla areenoilla.

Aineistosta nousee esiin ilmiö, jossa poliittinen käyttäytyminen ei näyttäydä enää erillisenä juhlallisena osallistumisen muotona, vaan arkisena, osin huomaamattomana toimintana osana yliopisto-opiskelijoiden digitaalista elämää. Useat haastateltavat kertoivat reagoivansa yhteiskunnallisiin ja poliittisiin sisältöihin emojiilla, tykkäyksillä tai hiljaisella seuraamisella – ilman että kokivat tätä erityisen poliittiseksi toiminnaksi. Tämä kertoo siitä, että sosiaalinen media on osaltaan muovannut käsitystä siitä, mikä ylipäätään lasketaan poliittiseksi osallistumiseksi. Arkipäiväistyminen voi myös toisaalta madaltaa osallistumisen kynnystä – kannanotot ja poliittinen tieto ovat jatkuvasti läsnä eri alustojen virrassa, eikä osallistuminen edellytä muodollista aktivismia. Toisaalta se voi myös hämärtää käyttäjien omaa käsitystä osallistumisestaan sekä sen merkityksellisyydestä. Osa yliopisto-opiskelijoista pohti, onko esimerkiksi Instagram stoorin jakaminen aidosti vaikuttamista vai pelkkä tapa ilmaista omaa identiteettiä tai kuulumista johonkin tiettyyn ryhmään.

Tämä osoittaa, että poliittinen ja yhteiskunnallinen osallistuminen sosiaalisessa mediassa on usein hybridistä: se voi yhtä aikaa olla tietoista vaikuttamista, mutta myös jatkuvasti toistuvaa

arjen toimintaa, jota ei koeta erityisen poliittiseksi. Digitaalinen ympäristö muuttaa vuorovaikutuksen muotoa ja käsitystä siitä, mitä poliittinen sekä yhteiskunnallinen käyttäytyminen käytännössä on – ja miten yliopisto-opiskelijat kokevat oman toimijuutensa suhteessa siihen (ks. Loader & Mercea 2012).

Useat haastateltavat pohtivat myös sosiaalisen median ja perinteisten medioiden, kuten sanomalehtien, asiantuntijalähteiden ja televisiouutisten välistä suhdetta. Sosiaalinen media nähtiin erityisesti ajankohtaisuuden ja nopeuden väylänä – tieto leviää erittäin nopeasti ja tavoittaa laajalti ihmisiä. Samalla moni yliopisto-opiskelija kuitenkin ilmaisi myös kriittisyyttä sosiaalisen median luotettavuutta kohtaan. Usein mainittiin, että sosiaalinen media toimii ensisijaisesti ensimmäisenä kosketuspintana yhteiskunnallisiin ja poliittisiin uutisiin tai tapahtumiin, mutta varsinainen syvälinen tiedonhaku tapahtuu esimerkiksi perinteisen median kautta.

Sosiaalisesta mediasta saa tosi hyvin niinku tietynlaista ajankohtaiskuvaa. Mutta sitten ei se missään nimessä ole riittävää vaan seurata sosiaalisessa mediassa tuotettua sisältöä, että se tarvitsee niinku tuekseen sitä tieteellisesti tuotettua tietoa ja pidemmältä aikaväliltä. (H1).

Tämä kaksivaiheinen malli – ensin sosiaalinen media ja sitten perinteinen media – oli erittäin yleinen. Se kertoo siitä, että sosiaalinen media ei toimi ainoastaan vaikuttamiskanavana, vaan myös tietoisuuden herättäjänä ja informaation suodattajana, joka ohjaa yliopisto-opiskelijoita jatkamaan tiedonhankintaa muualla. Kriittinen medialukutaito sekä halu tarkistaa tietoa nousivat myös vahvasti esiin erityisesti niillä haastateltavilla, jotka kokivat poliittisen ja yhteiskunnallisen sisällön vaikuttavan jollain tapaa arvoihin.

Jos nään Tiktokista jotain mitä mä en välttämättä usko tai mä niinku katson että tää ei nyt näytä oikealta niin sitten mä baktsekkaan. (H4).

Sosiaalisen median erityispiirteinä pidettiin myös sitä, että yhteiskunnallinen ja poliittinen tieto ei välity ainoastaan journalististen kanavien kautta, vaan myös ystävien, vaikuttajien ja tuttuisten kautta. Näiden lähteiden henkilökohtaisuus toi yliopisto-opiskelijoiden mukaan tiedon lähemmäs omaa arkea ja teki siitä helpommin lähestyttävää, mutta toisaalta samalla haastoi perinteiset käsitykset puolueettomuudesta ja luotettavuudesta. Vaikka vaikuttajalähtöinen viestintä lisäsi osalla yliopisto-opiskelijoista halua osallistua keskusteluun tai jakaa omia näkemyksiä, osa koki sen myös rajaavana. Vaikutelma yhteisön sisäisestä

mielipideodotuksesta tai niin sanotusta ”somepaineesta” saattoi rajata joidenkin näkökulmien esittämistä tai ohjata yliopisto-opiskelijoita tietynlaiseen poliittiseen ja yhteiskunnalliseen käyttäytymiseen. Sosiaalinen media ei siis ainoastaan toimi tiedonvälittäjänä, vaan myös muokkaa sitä ilmapiiriä, jossa yhteiskunnalliset ja poliittiset näkemykset syntyvät ja jossa niitä jaetaan (ks. Vaccari & Valeriani 2021).

Sosiaalisessa mediassa näkyvä poliittinen ja yhteiskunnallinen sisältö herätti yliopisto-opiskelijoissa moninaisia reaktioita ja tunteita. Osalle se oli kiinnostava ja jopa luonteva osa päivittäistä sosiaalisen median käyttöä – erityisesti silloin, kun sisällöt olivat ajankohtaisia, liittyivät aiheisiin, joita yliopisto-opiskelijat pitivät yhteiskunnallisesti merkittävänä tai olivat esitetty kiinnostavasta näkökulmasta. Tällöin poliittista sisältöä seurattiin aktiivisesti sekä mielellään, ja se nähtiin yhteiskunnallisesti tärkeänä, jotta pysymme ajassa mukana.

Seuraan kyllä aktiivisesti, koska mun mielestä se (sosiaalinen media) on tosi maanläheinen kanava myös mistä saada tietoa niinku politiikasta ja sitten on kiva tutustua niinku erilaisten ihmisten ajatuksiin eri aiheista. (H9).

Muutama yliopisto-opiskelija myös kuvasi, että poliittinen keskustelu sosiaalisessa mediassa voi toisinaan muuttua moralisoivaksi, yksipuoliseksi tai mustavalkoiseksi, mikä vähensi halua osallistua tai seurata sisältöä. Tällöin suhtautuinen ei ollut vain kiinnostuksen tai välinpitämättömyyden kysymys, vaan reaktio sosiaalisen median vuorovaikutuskulttuuriin ja sisällön esittämisen tapoihin. Tämä havaittiin vaikuttavan yliopisto-opiskelijoiden yhteiskunnalliseen ja poliittiseen käyttäytymiseen: esimerkiksi sisältöjä vältettiin, niihin reagoitiin vain yksityisesti tai seurattiin passiivisesti.

En mä sitä ainakaan eti, että jos sitä (yhteiskunnallista tai poliittista sisältöä) tulee vastaan niin saatan lukea. (H3).

Yliopisto-opiskelijoiden poliittinen toimijuus sosiaalisessa mediassa rakentui harvoin yksittäisen alustan varaan. Aineisto osoitti, että yliopisto-opiskelijat hyödynsivät rinnakkain useita eri tietolähteitä, joissa sosiaalinen media toimi enemmän vertailun, virikkeen ja reaktion tilana kuin itsenäisenä tiedonlähteenä. Tällöin poliittinen ja yhteiskunnallinen käyttäytyminen sosiaalisen median ympäristössä ei ollut yksioikoista aktiivisuutta tai passiivisuutta, vaan monivaiheinen prosessi. Ensireaktio saattoi syntyä Instagram tarinasta, ja aiheeseen palattiin vielä keskusteluissa kavereiden kanssa tai tarkistettiin uutismedioista.

Tämä kertoo siitä, että yliopisto-opiskelijoiden yhteiskunnallinen ja poliittinen toimijuus on tulkinnallisesti harkitsevaa ja tiedollisesti moninaista. He eivät ainoastaan jaa tai vastaanota sisältöä, vaan arvioivat, tulkitsevat ja suhteuttavat sitä omaan ajatteluunsa. Sosiaalinen media toimii tässä prosessissa katalyyttinä ja peilinä: se voi herättää tunteita, tarjota näkökulmia sekä synnyttää osallistumista, mutta se voi myös aiheuttaa epäluottamusta, varovaisuutta tai vetäytymistä. Näin yliopisto-opiskelijoiden suhtautuminen sosiaalisen median ympäristön poliittiseen ja yhteiskunnalliseen sisältöön kytkeytyy läheisesti heidän tapoihinsa hahmottaa yhteiskunnallinen identiteetti ja sen julkinen ilmaiseminen.

6 Johtopäätökset

Tämän tutkielman tavoitteena oli tarkastella, miten Turun yliopiston yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan yliopisto-opiskelijat kokevat sosiaalisen median vaikutuksen yhteiskuntapoliittisten mielipiteiden muodostumiseen. Tutkimus valotti yliopisto-opiskelijoiden näkemyksiä siitä, millaiseksi poliittinen sisältö sosiaalisessa mediassa hahmottuu, millä tavoin he kohtaavat kyseistä sisältöä ja miten algoritmien sekä sosiaalisen median rakenteiden koetaan vaikuttavan poliittiseen osallistumiseen ja mielipiteiden jakamiseen.

Tutkimuksen ensimmäinen keskeinen havainto liittyi siihen, millä alustoilla yhteiskunnallinen ja poliittinen sisältö kohdataan. Tulosten perusteella Instagram nousi vahvimmin esiin alustana, jonka kautta yliopisto-opiskelijat altistuvat poliittiselle sisällölle. Tämä havainto voidaan tulkita kahdesta eri näkökulmasta: ensinnäkin kyse on todennäköisesti ikä- ja koulutustaustaan liittyvästä somekäyttäytymisestä. Instagram on nuorille, korkeasti koulutetulle aikuisväestölle luonteva ja yleinen tiedonhakukanava, jossa viestintä perustuu vahvasti visuaalisiin elementteihin sekä lyhyisiin kerronnan muotoihin. Toiseksi tulos heijastaa myös sosiaalisen median kentän muutosta. Vielä muutama vuosi sitten esimerkiksi X (entinen Twitter) oli keskeinen poliittisen keskustelun alusta, mutta sen rooli on viime aikana hiipunut, mikä näkyi myös tämän tutkimuksen aineistossa: X mainittiin harvoin. Tällaiset muutokset osoittavat, kuinka nopeasti sosiaalinen mediaympäristö muuttuu ja muovautuu sekä kuinka alustoilla tapahtuvat kulttuuriset ja teknologiset kehityskulut vaikuttavat käyttäjien osallistumiseen.

Tutkimusaineistosta nousi esiin, että sosiaalinen media ei näyttäytynyt opiskelijoille ainoastaan uutis- ja viestintäkanavana, vaan myös tilana, jossa rakennetaan ja ylläpidetään yhteiskunnallista identiteettiä. Tällöin poliittinen osallistuminen ei rajoitu vain mielipiteiden ilmaisuun, vaan se kytkeytyy laajempaan tapaan asemoitua suhteessa ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin ilmiöihin. Papacharissin (2015) käsitys "affektiivisestä julkisuudesta" auttaa ymmärtämään tätä ilmiötä: sosiaalisessa mediassa yhteiskunnallinen osallistuminen tapahtuu tunnepitoisten tulkintojen, visuaalisten symbolien ja lyhyiden viestien tasolla, ja samalla se tarjoaa tilan, jossa käyttäjä voi reflektoida omaa rooliaan kansalaisena.

Lisäksi tutkimuksessa tunnistettiin kolme erilaista suhtautumistapaa sosiaalisessa mediassa jaettuun poliittiseen sisältöön: aktiivinen osallistuminen, passiivinen seuraaminen ja tietoinen

välttely. Vaikka nämä kategoriat erottuivat analyysissä toisistaan, ne eivät olleet toisiaan poissulkevia. Useat yliopisto-opiskelijat kuvasivat vaihtelevansa näiden roolien välillä aiheen, alustan ja tilanteen mukaan. Aiemmassa tutkimuksessa (Ekman & Amnå 2012; Amnå & Ekman 2014) on tunnistettu samankaltainen jaottelu poliittisen aktiivisuuden ja tarkkailun muodoista, mikä vahvistaa tämän tutkimuksen havaintojen johdonmukaisuutta suhteessa aiempaan kirjallisuuteen. On tärkeää huomata, että myös passiivinen seuraaminen voi olla aktiivista ja tietoista maailmankuvan rakentamista, eikä se merkitse ainoastaan poliittista välinpitämättömyyttä. Yhteiskunnallisen ja poliittisen sisällön välttely näyttäytyi myös analyysissä strategisena valintana, jonka taustalla saattoi olla halu säilyttää oma sosiaalinen rooli, kuormittuneisuus tai kokemus keskustelukulttuurin kärjistyisestä.

Uusi havainto tutkimuksessani aiempaan verrattuna on se, että opiskelijat saattoivat kokea politiikan ja yhteiskunnallisen näkyvyyden sosiaalisessa mediassa yhtä aikaa hyödyllisenä ja kuormittavana. Vaikka esimerkiksi Habermasin (2004) mukaan julkisen keskustelun laajentuminen voisi ideaalisti vahvistaa demokratiaa. Osa osallistujista kuvasi poliittisen ja yhteiskunnallisen näkyvyyden pikemminkin syventävän kokemusta sosiaalisesta painostuksesta sekä mielipideilmaston kärjistyisestä. Tämä havainto tukee käsitystä siitä, että sosiaalisen median julkisuus ei ole ainoastaan yhtenäinen tila, vaan käyttäjille monin tavoin myös ristiriitainen kokemus, jossa osallistuminen voi yhtä lailla tuottaa kiinnostusta, osallisuuden tunnetta ja yhteisöllisyyttä kuin ärtymystä sekä vetäytymistä (Papacharissi 2015; Lippmann 1922).

Lippmannin (1922) teoria auttaa jäsentämään tätä ristiriitaisuutta. Hänen mukaansa ihmiset eivät muodosta poliittisia käsityksiään suorasta "todellisuudesta", vaan välittyneiden esitysten ja mielikuvien pohjalta: julkinen maailma hahmottuu sen mukaan, mitä on ylipäättään mahdollista nähdä, tulkita sekä pitää olennaisena. Sosiaalisessa mediassa tämä välittyneisyys korostuu, koska poliittinen näkyvyys on jatkuvaa, nopearytmistä ja usein valikoitunutta. Tällöin sama sisältövirta voi yhtä aikaa tukea kokemusta ajan tasalla olemisesta sekä yhteiskunnallisesta osallisuudesta, mutta samalla kuormittaa ja lisätä painetta ottaa kantaa yhteiskunnallisiin ja poliittisiin aiheisiin. Yleisesti opiskelijoiden kuvaukset heijastavatkin Lippmannin esiin nostamaa jännitettä: kansalaiselta odotetaan mielekästä osallistumista monimutkaiseen julkiseen keskusteluun, vaikka huomio, kyky ja aika käsitellä runsasta informaatiota ovat väistämättä rajallisia (Lippmann 1922).

Yksi keskeinen havainto tutkimuksessa oli, että vaikka suurin osa haastatelluista ei kokenut sosiaalisen median suoraan muuttavan heidän yhteiskuntapoliittisia mielipiteitään, alustoilla tapahtuva jatkuva altistuminen erilaisille uutisille, kannanotoille ja näkökulmille näyttäytyi merkityksellisenä taustavaikuttajana. Tämä vaikutus oli usein kumulatiivista ja epäsuoraa. Erityisesti poliittisen sisällön kohtaaminen meemien, tarinoiden tai vaikuttajien välittämien viestien kautta madalsi kynnystä muodostaa alustavia kantoja ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Samalla muutama osallistuja kertoi, että jatkuva informaatiovirta lisäsi myös kriittisyyttä sekä tarvetta rajata omaa mediankulutusta. Näin ollen tutkimus osoittaa, että sosiaalinen media ei pelkästään johdattele käyttäjiä tiettyihin poliittisiin kantoihin, vaan voi myös vahvistaa metakognitiivisia taitoja, kuten oman altistumisen tiedostamista ja kriittistä medialukutaitoa.

Sosiaalisen median algoritmien ja personoinnin vaikutus nousi esiin monitasoisena ilmiönä. Yliopisto-opiskelijat olivat yleisesti ottaen tietoisia siitä, että heidän somenäkyvyytensä on erittäin vahvasti alustojen logiikan säätelemää. Vaikka osa haastateltavista koki, että algoritmit tarjoavat kiinnostavaa ja heitä puhuttelevia sisältöjä, toiset suhtautuivat ilmiöön kriittisesti sekä pyrkivät tietoisesti rikkomaan kuplautumisen mekanismeja esimerkiksi seuraamalla eri puolueiden edustajia, käyttäjiä tai uutismedioita laajasti. Algoritmien ja poliittisen ja yhteiskunnallisen osallistumisen välinen suhde näyttäytyi näin sekä mahdollistavana että rajaavana: alustat tarjoavat matalan kynnyksen altistua poliittiselle ja yhteiskunnalliselle sisällölle, mutta samalla niiden logiikka saattaa kaventaa käyttäjien näkökulmia. Aineistossa ilmeni myös, että sosiaalisen median kautta saatu tieto kytkeytyi monilla enemmän seurannan ja mielenkiinnon tasolle kuin vahvaan poliittiseen toimijuuteen.

Tutkimusaineistosta nousi myös esiin, että yhteiskuntatieteellisessä tiedekunnassa opiskelevat nuoret tunnistavat usein algoritmien vaikutukset paremmin kuin mitä aiempi kirjallisuus on joidenkin kohdalla osoittanut. Useampi haastateltava kuvasi aktiivisesti seuraavansa eri puolueiden edustajia ja pyrkivänsä monipuolistamaan omaa kuplaansa. Tämä käyttäytyminen kertoo reflektiivisestä otteesta sosiaalisen median käyttöön, jossa yhteiskunnallinen ja poliittinen osallistuminen ei aina tarkoita aktiivista kannanottoa, vaan myös tietoista altistumista monipuoliselle sisällölle. Näin yliopisto-opiskelijoiden käyttäytyminen ei näyttäydy yksiselitteisesti aktiivisena tai passiivisena, vaan se rakentuu joustavasti tilanteen, aiheen ja alustan mukaan.

Tutkimuksen perusteella oli myös ilmeistä, että sosiaalinen media on kiinteä osa yhteiskuntatieteellisen yliopisto-opiskelijoiden poliittisen tiedon hankintaa sekä omien näkemysten jäsentämistä, vaikka sen merkitys ei aina näyttäyty suorana mielipiteiden muutoksena. Tämä havainto on linjassa aiemman tutkimuksen kanssa, jossa on korostettu sosiaalisen median kaksoisluonnetta sekä tiedonlähteenä että indenteettityön välineenä (Papacharissi 2015; Ekman & Amnå 2012). Erityisesti tässä tutkimuksessa nousi esiin, että monet yliopisto-opiskelijat käyttivät sosiaalista mediaa ennen kaikkea eräänlaisena yhteiskunnallisena ja poliittisena seurannan kanavana, jossa omien näkemysten kohdentaminen tapahtui rinnakkain perinteisen median seuraamisen sekä henkilökohtaisten keskustelujen avulla. Näin ollen yliopisto-opiskelijat asemoituivat sekä aktiivisiksi tarkkailijoiksi että kriittisiksi kuluttajiksi, mikä osoittaa, ettei sosiaalisen median yhteiskunnallinen ja poliittinen vaikutus ole yksisuuntaista tai automaattista, vaan pikemminkin jatkuvan suhteuttamisen ja neuvottelun tulosta.

Sosiaalisen median rinnalla opiskelijat hyödynsivät myös laajasti muita yhteiskunnallisia ja poliittisia tiedon lähteitä kuten, perinteistä mediaa (esim. Helsingin Sanomat, Yle), keskusteluja ystävien kanssa, verkkouutisia sekä akateemisia lähteitä. Useat haastateltavat toivat esiin, että he hakevat sosiaalisen median rinnalle syvempää ymmärrystä perinteisistä uutismedioista. Erityisesti silloin, kun yliopisto-opiskelijat haluavat tarkistaa tiedon paikkansapitävyyden tai saada yleisesti laajemman kontekstin. Tämä viittaa siihen, että yliopisto-opiskelijat osaavat arvioida kriittisesti tiedon luotettavuutta ja alkuperää. Kyseinen taito on ominaisuus, joka on korostunut yhä enemmän nykyisessä informaatioympäristössä. Aiempi tutkimus (Zaller 1992; Pariser 2011) on osoittanut, että yksilöiden mielipiteet muodostuvat usein sen perusteella, mitä viestejä he vastaanottavat, hyväksyvät ja säilyttävät muistissaan. Sosiaalinen media toimii tässä prosessissa alustana, joka vaikuttaa paitsi viestien saatavuuteen myös niiden käyttöön ja tulkintaan.

Tämä rinnakkaisuus haastaa aiemman huolen siitä, että sosiaalinen media syrjäyttää laadukkaat tiedonlähteet (Hermida & Thurman 2008), sekä osoittaa, että nuoret aikuiset osaavat yhdistellä erilaisia tiedonlähteitä harkiten. Tässä suhteessa yliopisto-opiskelijat osoittavat toimivansa vastaanottajina Zallerin (1992) RAS-mallin mukaisesti: he eivät ainoastaan altistu viesteille, vaan myös arvioivat niiden luotettavuutta ja tekevät valikoivia päätöksiä siitä, mitä sisältöjä omaksuvat. Vaikka esimerkiksi Habermasin (2004) mukaan julkisen keskustelun laajentuminen voisi ideaaliksi vahvistaa demokratiaa, osa osallistujista

kuvasi poliittisen sekä yhteiskunnallisen näkyvyyden pikemminkin syventävän kokemusta sosiaalisesta painostuksesta sekä mielipideilmaston kärjistymisestä.

Poliittinen ja yhteiskunnallinen käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa ilmeni tutkimuksessa monimuotoisena ilmiönä. Osa yliopisto-opiskelijoista ilmaisi selkeästi poliittisia näkemyksiään sekä osallistui aktiivisesti esimerkiksi vaaliaikaina, osa taas koki mielekkäämmäksi kuluttajan tai tarkkailijan roolin. Erityisen mielenkiintoista oli, että monille osallistuminen ei tarkoittanut vain äänestämistä, vaan sen sisälsi tietoista sisällön jakamista, kommentointia, valikointia ja analysointia verkoston sisällä. Tällainen arkipäiväinen osallistuminen on linjassa sen kanssa, mitä aiempi tutkimuksessa mainittu kirjallisuus (Boulianne 2015; Vaccari & Valeriani 2021) on kutsunut ”mikropoliittiseksi osallistumiseksi”. Eli toiminnaksi, joka ei välttämättä ole institutionaalista mutta silti yhteiskunnallisesti merkityksellistä. Moni yliopisto-opiskelija kuvasi tilanteita, joissa poliittinen tai yhteiskunnallinen sisältö herätti keskustelua kavereiden kanssa tai vaikutti heidän näkemyksiinsä, vaikka he eivät aktiivisesti jakaneet mielipiteitään sosiaalisessa mediassa.

Tämän tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että sosiaalinen media on selvästi vakiinnuttanut paikkansa keskeisenä yhteiskunnallisen keskustelun ja poliittisen tiedon jakamisen areenana. Yliopisto-opiskelijat ovat sosiaalisen median käyttäjinä tiedostavia ja reflektiivisiä. He tunnistavat alustojen rakenteita, kuplautumisen riskejä, algoritmien vaikutuksia ja monessa tapauksessa pyrkivät aktiivisesti navigoimaan näissä rajoitteissa. Aineistossa ilmeni, että useat haastateltavat eivät vain tiedostaneet algoritmien vaikutusta, vaan pyrkivät aktiivisesti haastamaan niitä. He kertoivat seuraavansa esimerkiksi eri poliittisten puolueiden edustajia tarkoituksena rikkoa oman sosiaalisen median kuplansa ja altistaa monipuolisille näkökulmille. Tämä viittaa siihen, että opiskelijat eivät ole vain algoritmien passiivisia kohteita, vaan heillä on valmiuksia ja halua vaikuttaa omaan informaatioympäristöönsä. Tämä havainto tarjoaa tärkeän lisän aiempaan tutkimukseen (Pariser 2011; Cotter 2019), jossa algoritmien vaikutus on nähty usein yksisuuntaisena ja käyttäjiä passivoivana. Yhteiskuntatieteellisen koulutuksen voidaan olettaa kehittävän kriittisen medialukutaidon valmiuksia, joita tässä tutkimuksessa oli havaittavissa.

Sosiaalinen media ei näyttäydy yliopisto-opiskelijoille yksinomaan poliittisen vaikuttamisen kenttänä, vaan se on myös paikka, jossa tapahtuu arkista tiedonvaihtoa, mielipiteiden hienovaraista muotoutumista sekä keskustelua. Tätä voidaan pitää merkityksellisenä

havaintona erityisesti nuorten aikuisten poliittista ja yhteiskunnallista osallistumista tutkittaessa, sillä se laajentaa käsitystä siitä, mitä poliittinen toimijuus nykyään voi tarkoittaa. Tutkimuksen aineistosta välittyi myös kiinnostava havainto siitä, että sosiaalinen media ei ainoastaan välitä faktoja tai poliittisia kantoja, vaan se toimii vahvana tunteiden ja mielialojen kanavana. Useat haastateltavat sekä päiväkirjat kuvailivat tilanteita, joissa tietyn uutisen tai kannanoton jakaminen sosiaalisessa mediassa herätti heissä voimakkaita tunteita – niin ärtymystä, toivoa kuin yhteisöllisyyden kokemusta.

Tunteiden rooli poliittisen osallistumisen ja maailmankuvan rakentamisen taustalla on noussut laajasti esille myös aiemmassa tutkimuksessa (Papacharissi 2015; Wahl-Jorgensen 2019). Näin ollen voidaan todeta, että sosiaalinen media toimii paitsi tiedonvälittäjänä myös yhteiskunnallisten tunteiden vahvistajana sekä yhteisöllisen merkityksen tuottajana. Tämä ilmiö on erityisen kiinnostava, koska se haastaa perinteiset käsitykset rationaalisesta poliittisesta ja yhteiskunnallisesta osallistumisesta sekä osoittaa, että digitaaliset alustat nivovat yhteen tunteita, tietoa ja identiteettiä monimutkaisella tavalla.

Tulosten perusteella voidaan nähdä, että sosiaalinen media on monella tapaa normalisoitunut osaksi yliopisto-opiskelijoiden yhteiskunnallista orientaatiota ja poliittisen tiedon seuraamista. Siinä missä aiempi tutkimus on usein käsitellyt somea poikkeuksellisena osallistumisen areenana, tämän tutkimuksen aineisto viittaa siihen, että erityisesti nuorille aikuisille digitaaliset alustat ovat yhtä arkinen sekä luonteva tiedonlähde kuin perinteinen media. Tämä havainto tukee käsitystä siitä, että verkko-osallistuminen ei ole enää marginaalista toimintaa, vaan osa normaalia poliittisen toimijuuden maisemaa. Samalla tämä kehitys asettaa uusia vaatimuksia poliittisille toimijoille, kansalaisjärjestöille ja medialle: heidän on tunnistettava, että some ei ole vain viestintäkanava, vaan myös paikka, jossa kansalaiset arvioivat, vertailevat ja haastavat erilaisia tulkintoja yhteiskunnasta.

Nuorten aikuisten ryhmää olisi jatkotutkimuksessa perusteltua jäsentää tarkemmin esimerkiksi sosioekonomisten erojen ja koulutuspolkujen kautta. Korkeakouluopiskelijat muodostavat jo lähtökohtaisesti valikoituneen osajoukon, ja suomalaisissa vaalitutkimuksissa puolueiden kannatus vaihtelee selvästi koulutustason mukaan, mikä viittaa siihen, että myös sosiaalisessa mediassa kohdatun poliittisen sisällön tulkinnat sekä siihen liittyvät kokemukset voivat eriytyä koulutusasteen perusteella (Suuronen, Grönlund & Sirén 2019). Lisäksi olisi hyödyllistä tarkastella korkeakouluopiskelijoiden sisäisiä eroja koulutusalojen välillä, koska poliittiset suuntautumisesta ja poliittinen kiinnostus voivat jakautua eri tavoin eri koulutus- ja

ammattipolkujen mukaan. Pitäisi myös huomioida miten poliittisen sisällön kohtaaminen ja mielipiteenmuodostus rakentuvat jo varhaisemmissa vaiheissa: esimerkiksi nuoriin liittyvä tutkimus on viitannut siihen, että poliittisen tiedon lähteet, kuten TikTok, voivat kytkeytyä nuorten (15–29-vuotiaiden) poliittisiin valintoihin sekä erityisesti populistisen oikeiston kannatukseen, mikä tekee ikävaiheiden vertailusta ja pitkittäisistä asetelmista kiinnostavan jatkosuunnan (Maliranta, Tukiainen, Lahdelma, Rönkkö & Saari 2024).

Koska tutkimuksessa keskityttiin yhteiskuntatieteellisen tiedekunnan opiskelijoihin, olisi jatkossa perusteltua tarkastella myös muiden alojen opiskelijoiden, kuten kauppatieteiden tai tekniikan opiskelijoiden kokemuksia sosiaalisen median yhteiskunnallisesta ja poliittisesta sisällöstä. Samoin voisi myös vertailla eri ikäryhmiä tai alueellisia konteksteja. Lisäksi määrälliset menetelmät voisivat täydentää laadullista tutkimusta tuottamalla yleistävämpää tietoa. Esimerkiksi siitä kuinka laajasti algoritmit ja kuplautuminen koetaan ongelmaksi. Erityisen kiinnostavaa olisi jatkotutkimuksessa syventää näkökulmaa siihen, miten yksilöt tasapainottavat omien arvojensa ja sosiaalisten verkostojensa odotusten välillä poliittiseen osallistumiseen liittyvissä valinnoissa. Lisäksi voisi tarkastella enemmän, millaisia eroja eri somealustojen kuten Tiktokin ja Instagramin välillä on siinä, miten niissä tuotetaan ja jaetaan yhteiskunnallista sekä poliittista sisältöä. Tämän tyyppinen tutkimus voisi hyödyntää myös poliittisia toimijoita sekä viestintämaailman ammattilaisia, jotka todennäköisesti etsivät tapoja tavoittaa nuoria aikuisia vastuullisella tavalla.

Tulokset voivat palvella monia yhteiskunnallisia tahoja kuten poliittisia toimijoita, kansalaisjärjestöjä sekä mediakasvatusta kehittäviä ohjelmia. Ne osoittavat tarpeen vahvistaa nuorten aikuisten mediakriittisyyttä sekä tarjota heille tukea siihen, miten sosiaalisen median käyttöä voi hallita ilman, että poliittisista ja yhteiskunnallisista asioista vieraantuu. Toisaalta tutkimuksen havainnot muistuttavat päätöksentekijöitä siitä, että sosiaalinen media ei automaattisesti demokratisoi poliittista osallistumista vaan siihen liittyy myös uudenlaisia rajoitteita, kuten näkyvyyden riskejä ja emotionaalista kuormitusta. Käytännön tasolla tutkimus tarjoaa viitteitä siitä, että erilaiset koulutusohjelmat voisivat hyödyntää yliopisto-opiskelijoiden omaa reflektiota mediakäytöstään osana demokratiaopetusta sekä mediakasvatusta. Erityisesti oppimisympäristössä, joissa käsitellään kriittisesti verkossa tapahtuvaa osallistumista, tällainen tutkimustieto voisi toimia peilinä yliopisto-opiskelijoiden omille kokemuksille.

Lähteet

- Alste, M. (2024). Kuopion kaupunki lopettaa viestipalvelu X:n käytön vaiheittain – myös Olvi lähtee monien muiden tapaan. Yle uutiset 18.12.2024. Saatavilla: <https://yle.fi/a/74-20132352> (Luettu 6.2.2025)
- Baboš, P. & Világi, A. (2024). How Active and Passive Social Media Engagement on Facebook and Instagram Shapes Democratic Attitudes Among Users in Slovakia. *Politics in Central Europe* 20(4), 547–566.
- Bakshy, E., Messing, Solomon. & Adamic, L. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.
- Barnidge, M. (2017). Exposure to Political Disagreement in Social Media Versus Face-to-Face and Anonymous Online Settings. *Political Communication*, 34(2), 302–321.
- Bode, L., & Vraga, E.K. (2018). See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. *Health Communication*, 33(9), 1131–1140.
- Bond, R., Fariss, C., Jones, J., Kramer, A., Marlow, C., Settle, J., & Fowler, J. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298.
- Bossetta, M., Segesten, A., & Trenz, H.-J. (2018). Political participation on Facebook during Brexit: Does user engagement on media pages stimulate engagement with campaigns? *Journal of Language and Politics*, 17(2), 173–194.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538.
- Boulianne, S & Hoffmann, C. (2024). Digital Inclusion Through Algorithmic Knowledge: Curated Flows of Civic and Political Information on Instagram. *Media and Communication* 12, 8102.

- Boulianne, S. & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media and engagement: a meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127.
- Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30–44.
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895–913.
- Cotter, K. (2022). Shadowbanning and the right to algorithmic visibility. *New Media & Society*, 24(7), 1536–1553.
- Cotter, K., Reisdorf, B. C., & DeCook, J. R. (2022). Algorithmic resistance: Media and tactics for contesting recommendation systems. *Social Media + Society*, 8(2).
- Couldry, N. (2009). Does 'the Media' Have a Future? *European Journal of Communication*, 24(4), 437–449.
- Cuthbertson, A. (2024). Elon Musk's X algorithm 'boosts' Trump and right-wing posts, study finds. *The Independent*, 04.11.2024. Saatavilla: <https://www.independent.co.uk/tech/elon-musk-trump-x-algorithm-bias-b2640976.html> (Luettu 3.6.2025)
- de-Lima-Santos, M., Gonçalves, I., Quiles, M., Mesquita, L., Ceron, W. & Couto Lorena, M.4 (2024). Visual political communication on Instagram: A comparative study of Brazilian presidential elections. *EPJ Data Science*, 13, Article 72
- Ekman, J. & Amnå, E. (2012). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human affairs*, 22(3), 283–300.
- Ekman, J. & Amnå, E. (2014). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*, 24(3), 283–300.

- Ekman, M. & Widholm, A. (2017). Political communication in an age of visual connectivity: Exploring Instagram practices among Swedish politicians. *Northern Lights*, 15, 15–32.
- Ekström, M., & Sveningsson, M. (2015). Young people's experiences of political membership: From political parties to Facebook groups. *Young*, 23(2), 1–15.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115.
- Eronen, O. (2023). Tutkija arvostelee poliitikkojen Twitter-viestintää: ”Kohussa painivalle poliitikolle mieluisa kanava. *Helsingin Sanomat*, 19.7.2023. Saatavilla: <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000009729754.html> (Luettu 11.1.2025)
- Eslami, M., Rickman, A., Vaccaro, K., Aleyasen, A., Vuong, A., Karahalios, K., Hamilton, K., & Sandvig, C. (2015). I always assumed that I wasn't really that close to her: Reasoning about invisible algorithms in the news feed. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '15)*, 153–162.
- Fisher, R. (1993). Social Desirability Bias and the Validity of Indirect Questioning. *Journal of Consumer Research* 20(2), 303–315.
- Garrett, R. (2009). Politically Motivated Reinforcement Seeking: Reframing the Selective Exposure Debate, *Journal of Communication*, 59(4), 676–699.
- Guess, A., Nyhan, B., Lyons, B. & Reifler, J. (2018). *Avoiding the echo chamber about echo chambers*. Knight Foundation White Paper. Miami: Knight Foundation.
- Gupta, A., & Bhardwaj, S. (2024). Double-Tapping into Democracy: The Role of Instagram on Political Awareness of Students in Delhi Colleges. *Vivekananda Journal of Research*, 14(1), 77–89.
- Habermas, J. (2004). *Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta*. Tampere: Vastapaino.

- Hakala, S., Herkman, J. & Kantola, A. (2012). Poliittikkaa mediayhteiskunnassa. *Media & viestintä* 35(2), 2–3.
- Halonen, I. (2004). Miten median historia kirjoitetaan? *Media & Viestintä* 27(2), 60–63.
- Helin, S., Sarlin, E. & Seppälä, A. (2025). Perussuomalaisten ehdokkaiden ylivoima Tiktokissa laantui – kaksi puoluetta kiilasi ohi kuntavaaleissa. Yle, 11.4.2025. Saatavilla: <https://yle.fi/a/74-20154880> (Luettu 11.1.2026)
- Hermida, A & Thurman N. (2008). A Clash of Cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2(3), 2008.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2022). Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Honkanen, P., Kangaspunta, S., Koponen, E., Tulkki, J. & Tuohinen, T. (2013). Ilmiöitä 2013 – Toimintaympäristön muutoksia, joita TEM ei voi väistää. Työ- ja elinkeinoministeriö 46/2013. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö
- Howard, P. & Bradshaw, S. (2018). The global organization of social media disinformation campaigns. *Journal of International Affairs*, 71(1.5), 23–32.
- Hujanen, J. & Pietikäinen, S. (2004). Interactive Uses of Journalism: Crossing Between Technological Potential and Young People’s News-Using Practices. Sage Publications, 383–402.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Kaakinen, M., Sirola, A., Savolainen, I. & Oksanen, A. (2018). Shared identity and shared information in social media: development and validation of the identity bubble reinforcement scale. *Media Psychology*, 23(1), 25–51.

- Karppinen, K. & Jääsaari, J. (2007). Suomalaisten käsityksiä mediasta ja vallasta. Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Kestilä-Kekkonen, E. & Korvela, P. (2017). Poliittinen osallistuminen: vanhan ja uuden osallistumisen jännitteitä. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Kinni, R. & Puurunen, P. (2021). Tutkimusetiikka tieteellisen tutkimuksen erottamattomana osana. *Janus*, 29(4), 313–314.
- Knuutila, A. (2025). Kunta- ja aluevaalien ehdokkaat ovat suositusalgoritmien armoilla. *Yliopisto-lehti 2/2025*. Saatavilla: <https://www.helsinki.fi/fi/uutiset/hyva-yhteiskunta/kunta-ja-aluevaalien-ehdokkaat-ovat-suositusalgoritmien-armoilla> (Luettu 15.1.2025).
- Koiranen, I. (2022). Vääristävä peili. Miten suomalainen puoluepolitiikka uudelleenjärjestäytyy sosiaalisessa mediassa? *Media & Viestintä*, 45(3), 102–106.
- Kortti, J. (2016). *Mediahistoria*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(24), 8788–8790.
- Kulkki-Nieminen, A. (2020). Journalistisia tekstejä selkokielellä: Saavutettavan median tarjonnasta ja erityispiirteistä. *Media & Viestintä*, 43(4), 385–402.
- Kubin E. & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: A systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188–206.

- Kyngäs, H. (2020). Qualitative research and content analysis. Teoksessa H. Kyngäs, K. Mikkonen & M. Kääriäinen (toim.), *The application of content analysis in nursing science research*. Cham: Springer, 3–11.
- Larsson, A. (2023). The rise of Instagram as a tool for political communication: A longitudinal study of European political parties and their followers. *New Media & Society*, 25(10), 2744–2762.
- Levomäki, I. (1998). *Arvojen moninaisuus tietoyhteiskunnassa*. Sitra 178. Helsinki: Sitra.
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York, NY: Harcourt, Brace and Company.
- Literat, I. & Kligler-Vilenchik, N. (2023). TikTok as a key platform for youth political expression: Reflecting on the opportunities and stakes involved. *Social Media + Society*, 9(1).
- Loader, B. D. & Mercea, D. (2012). *Social media and democracy: Innovations in participatory politics*. London: Routledge.
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. (2014). The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143–150.
- Lounasmeri, L. (2021). *Media politiikan areenana*. Tampere: Vastapaino.
- Luostarinen, M. (2010). *Sosiaalinen media ja muuttuva paradigma*. Helsinki: Books on Demand.
- Maliranta, M., Tukiainen, J., Lahdelma, I., Rönkkö, R. & Saari, J. (2024). The TikTok factor: Young voters and the support for the populist right. Labore 18.12.2024. Saatavilla: <https://labore.fi/en/publications/the-tiktok-factor-young-voters-and-the-support-for-the-populist-right/> . (Luettu 13.1.2026)

- Markham, A. & Buchanan, E. (2012). Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR ethics working committee (Version 2.0). Association of Internet Researchers. Saatavilla: <https://www.aoir.org/reports/ethics2.pdf>. (Luettu 19.1.2026)
- Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*, 16(7), 1051–1067.
- Matikainen, J. (2010). Perinteinen ja sosiaalinen media -käyttö ja luottamus. *Media & Viestintä* 33(2), 55–70.
- McGregor, S.C. (2019). Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion. *Journalism*, 20(8), 1070–1086.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. & Nielsen, R. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute, 2017. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf (Luettu 3.12.2024).
- Nieminen, H. (2005). Median vastuusta. *Media & Viestintä* 28(2), 1–3.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press.
- Pellinen, T. (7.6.2021). Sosiaalinen media on väylä poliittiseen osallistumiseen niille, jotka eivät ole valmiiksi sitoutuneita aktivismiin. Suomenmaa 7.6.2021 Saatavilla: <https://www.suomenmaa.fi/uutiset/sosiaalinen-media-on-vayla-poliittiseen->

osallistumiseen-niille-jotka-eivat-ole-valmiiksi-sitoutuneita-aktivismiin/ (Luettu 3.11.2024)

Pennington, N. & Palagi, E. (2023). Political avoidance on social media: An analysis of young adults' motivations and consequences. *Social media + Society*, 9(1).

Prior, M., Sood, G., & Khanna, K. (2015). You cannot be serious: The impact of accuracy incentives on partisan bias in reports of economic perceptions. *Quarterly Journal of Political Science*, 10(4), 489–518.

Radauskas, G. (2024). X algorithm reportedly changed to boost right-wing content. *CyberNews*, 18.11.2024. Saatavilla: https://cybernews.com/news/x-algorithm-changed-musk-boost-right-wing/?utm_source=chatgpt.com (Luettu 3.6.2025)

Saarinen, A., Koironen, I., Koivula, A., Sivonen, J. & Malinen, S. (2020). Politisoitunut luottamus ja jakautunut tieto: Suomalaisten puolueiden kannattajien näkemykset luottamuksesta ja informaatiosta totuudenjälkeisessä ajassa. Turku: Turun Yliopisto.

Salomaa, S. & Palsa, L. (2019). Medialukutaito Suomessa: Kansalliset mediakasvatuslinjaukset. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2019:37. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.

Şener, G., Özcan, A., & Uğurlu, E. (2015). Social media and political participation: A review of the literature. *Journal of Media Critiques*, 1(2), 109–122.

Seppänen, J. & Väliaverronen, E. (2024). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

Siebert, F., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Champaign, IL: University of Illinois Press.

Statista. (2022). Distribution of TikTok users in the United States as of September 2022, by age group. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1095186/tiktok-us-users-age/>

- Strandberg, K. & Borg, S. (2020). Internet ja sosiaalinen media osana vaalikampanjaa. Teoksessa Borg, S., Kestilä-Kekkonen, E. & Wass, H. (toim.): Poliitiikan ilmastonmuutos. Eduskuntavaalitutkimus 2019. Oikeusministeriön julkaisuja, Selvityksiä ja ohjeita 2020:5. Helsinki: Oikeusministeriö, 103–122.
- Strandberg, K., Carlson, T. & Snickars, W. (2024). Nuoret ehdokkaat ja kansalaiset sosiaalisessa mediassa. (66–87). Teoksessa Kestilä-Kekkonen, E., Rapeli, L. & Söderlund, P. (toim.): Pääministerivaalit polarisaation aikakaudella. Eduskuntavaalitutkimus 2023. Oikeusministeriön julkaisuja, Selvityksiä ja ohjeita 2024:10. Helsinki: Oikeusministeriö, 66–87.
- Suomen Akatemia. (2025). Tutkimusetiikka. Saatavilla: <https://www.aka.fi/tutkimusrahoitus/vastuullinen-tiede/tutkimusetiikka/>. (Luettu 13.1.2025)
- Suuronen, A., Grönlund, K. & Sirén, R. (2019). Puolueiden äänestäjät. Saatavilla: <https://www.vaalitutkimus.fi/report/raportti/puolueiden-aanestajat/>. (Luettu 13.1.2026)
- Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., & García-Albacete, G. (2016). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202–220.
- Tilastokeskus (2023). Eduskuntavaalit 2023, äänestäneiden tausta-analyysi. Suomen virallinen tilasto. Helsinki: Tilastokeskus. <https://stat.fi/julkaisu/cl8mvt1xt143o0cvzellm7esx> (Luettu 2.11.2024)
- Tomperi, T. (2018). Demokraattisen keskustelun ja kriittisen ajattelun taidot. (20–21). Teoksessa Rautiainen, M. (toim.): Kohti parempaa demokratiaa. Euroopan neuvoston demokratiakulttuurin kompetenssit kasvatuksessa ja opetuksessa. Jyväskylä: Jyväskylän Yliopisto, Opettajankoulutuslaitos, 20–21.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. (2012). Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Saatavilla: <https://tenk.fi/fi/ohjeet-ja-aineistot/HTK-ohje-2012> (Luettu 13.1.2025)
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. Oxford: Oxford University Press.
- Vihma, A., Hartikainen, J., Ikäheimo, H. & Seuri, O. (2019). *Miten media selviää algoritmien ja paskapuheen aikana*. Helsinki: Teos.
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). Who is responsible for countering misinformation? How news coverage of misinformation affects perceptions of responsibility and support for responses. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(1), 215–234.
- Vromen, A., Loader, B. D., Xenos, M. A., & Bailo, F. (2016). Everyday making through Facebook engagement: Young citizens' political interactions in Australia, the United Kingdom and the United States. *Political Studies*, 64(3), 513–533.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Emotions, Media and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Wiio, J. (2006). *Media uudistuvassa yhteiskunnassa: Median muuttuvat pelisäännöt*. Sitran raportteja 65: Helsinki Edita Prima Oy.
- Wright, H. (1922). Public opinion. Walter Lippmann. *Journal of Political Economy*, 30(5), 717–720. <https://doi.org/10.1086/253471>
- Zaller, J. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Östman, S., Suominen, J., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (2015). *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Östman, J., Suominen, J., Saarikoski, P. & Turtiainen, R. (2015). Verkko ja nuorisopolitiikka: Nuorten yhteiskunnallinen osallistuminen sosiaalisessa mediassa. Tampere: Vastapaino.

Liitteet

Liite 1. Tutkimuksessa haastatellut

	Lyhenne	Pääaine
Haastateltava 1	H1	Sosiaalitieteet
Haastateltava 2	H2	Sosiaalityö
Haastateltava 3	H3	Taloustieteet
Haastateltava 4	H4	Sosiaalitieteet
Haastateltava 5	H5	Sosiaalitieteet
Haastateltava 6	H6	Sosiaalitieteet
Haastateltava 7	H7	Poliittinen historia
Haastateltava 8	H8	Sosiaalitieteet
Haastateltava 9	H9	Taloussosiologia
Haastateltava 10	H10	Filosofia

Liite 2. Pelkistetty haastattelurunko

1. Taustakysymykset

- * Opiskelualasi ja somekäyttösi: kuinka usein käytät sosiaalista mediaa ja mitä alustoja ensisijaisesti?
- * Seuraatko aktiivisesti yhteiskunnallisia ja poliittisia aiheita?
- * Oletko itse aktiivinen yhteiskunnallisissa tai poliittisissa asioissa?

2. Sosiaalisen median poliittinen sisältö

- * Millaisia asioita pidät poliittisina sosiaalisessa mediassa?
- * Kuinka usein kohtaat yhteiskunnallista / poliittista sisältöä ja miten suhtaudut siihen?
- * Osallistutko poliittiseen keskusteluun sosiaalisessa mediassa vai seuraatko enemmän sivusta?

3. Algoritmit ja kuplautuminen

- * Oletko huomannut, millaista poliittista sisältöä sosiaalinen media sinulle suosittelee?
- * Koetko, että sosiaalinen media vahvistaa jo olemassa olevia mielipiteitäsi?
- * Keskusteletko sosiaalisessa mediassa eri näkökulmien kanssa vai pysytkö samanmielisten sisällöissä?
- * Näetkö eroja eri somealustojen välillä poliittisen sisällön suhteen?
- * Millaisena näet sosiaalisessa mediassa leviävän tiedon ja tutkitun tiedon välisen suhteen?

4. Sosiaalisen median vaikutus mielipiteisiin

- * Miten suhtaudut sosiaalisessa mediassa näkyvään yhteiskunnalliseen ja poliittiseen sisältöön?
- * Miten sosiaalinen media vertautuu muihin tiedonlähteisiin, kuten perinteiseen mediaan tai keskusteluihin tuttavien kanssa?

Liite 3. Päiväkirjataulukko

	Lyhenne	Pääaine
Päiväkirja 1	P1	Sosiaalitieteet
Päiväkirja 2	P2	Taloussosiologia
Päiväkirja 3	P3	Sosiaalitieteet