

Artikkeli



VERTAISARVIOITU
KOLLEGIALT GRANSKAD
PEER-REVIEWED
www.tsv.fi/tunnus

Neuvotteluja sosiaalisen median arkkitehtuurisesta vallasta

Käyttäjien ja ei-käyttäjien suhtautuminen Facebookiin teknologiavälitteisenä tilana

Facebookin kaltaisten verkkoympäristöjen käytön nivoutuminen osaksi arkea herättää kysymyksen siitä, miten tekniset alustat muovaavat ihmisten toimintaa ja miten ihmiset ymmärtävät näiden alustojen vaikuttavan toiminnan mahdollisuuksiinsa. Lähestyn tätä kysymystä soveltamalla Stuart Hallin tunnettua sisäänkoodaus–uloskoodaus-mallia Facebookin käyttäjien ja ei-käyttäjien ryhmäkeskusteluiden analyysiin. Esitän Hallin mallia mukailleen, että sosiaalista mediaa tutkittaessa on syytä ottaa huomioon samanaikaisesti se, miten sivustot rakentuvat ja ensisijaistavat merkityksiä sekä miten ihmiset ymmärtävät sivustot ja niiden merkityksen toiminnalleen. Empiirisessä analyysissäni hahmottelen viisi erilaista neuvotteluasemaa suhteessa Facebookiin. Nämä ovat hyväksyvä, vähättelevä, normatiivinen, tyytyvä ja torjuva. Ryhmäkeskustelijat ensisijaistivat neuvotteluissaan Facebookin tarjoamat mahdollisuudet yhteydenpitoon. Facebookin yhteyksiä ohjaavaa luonnetta ja alustan arkkitehtuurista valtaa ei pidetty oman toiminnan kannalta merkityksellisenä. Poikkeuksen muodosti torjuva neuvotteluasema, johon asettui ei-käyttäjiä sekä käytön lopettaneita tai lopettamista harkitsevia käyttäjiä. Tutkimus antaaakin viitteitä siitä, että alustojen arkistuminen ja myönteiset käyttökokemukset saavat internetin toimintaympäristöjen materiaalis-taloudelliset reunaehdot näyttäytymään merkityksettöminä, eikä niitä tunnu mielekkäältä pohtia. Tietojen keräämisen ja myymisen perustuva toimintamalli luonnollistuu eikä kaupallista mallia haastaville vaihtoehdoille nähdä tarvetta.

AVAINSANAT: sosiaalinen media, kytkösmedia, Facebook, neuvottelu, sisäänkoodaus–uloskoodaus-malli, ei-käyttö

Viimeisen reilun kymmenen vuoden aikana sosiaalisen median sivustoista on muodostunut viestinnän, informoinnin ja yhteydenpidon sosiotekninen ympäristö, joka on nivoutunut osaksi ihmisten arkea jälkitekollisissa yhteiskunnissa. Tämän kehityksen myötä yhä tärkeämmäksi on noussut kysymys yhtäältä siitä, miten näiden alustojen teknologinen arkkitehtuuri (Lessig 1999) muo-
vaaa ihmisten toimintaa ja sen

rajoja, ja toisaalta siitä, miten ihmiset ymmärtävät alustat osana arkeaan. Näiden kahden näkökulman välinen riippuvuus on akateemisessa tutkimuksessa kuitenkin paljolti sivuutettu ja sosiaalista mediaa on karkeasti jakaen käsitelty vain joko käyttäjien käytäntöjen tai sivuston toimintalogiikan näkökulmasta (Berg 2012, 2). Kun eri alojen tutkijat ovat kartoittaneet yksilön toiminnan näkökulmasta, miten ja miksi Facebookia käytetään (Caers ym. 2013; Wilson ym. 2012), he ovat lähes poikkeuksetta jättäneet huomiotta niin mediatalouden kuin senkin, miten sivustojen arkkitehtuuri ohjaa käyttäjien toimintaa. Kun taas sosiaalista mediaa on lähestytty rakenteen näkökulmasta tutkimalla sen toimintalogiikkaa tai poliittista taloustiedettä, käyttäjien ääni on jäänyt kuulumatta (ks. esim. Bucher 2012; Fuchs 2012; Gillespie 2010; Langlois ym. 2009; van Dijck 2013).

Tässä artikkelissa hahmotellen Stuart Hallin (1980) tunnettua sisäänkoodaus–uloskoodaus-mallia soveltaen näkökulmaa, jonka avulla on mahdollista ylittää tutkimuskenttää halkova dikotomisuus sekä tarkastella näitä mikro- ja makrotason kysymyksiä yhdessä. Digitaalisen median tuomat muutokset mediaympäristöön ovat luoneet tarpeen keskittyä mediaesitysten symbolisten merkitysten lisäksi siihen, miten ihmiset suhtautuvat verkon sosiaalisen median alustoihin sosioteknisenä tilana. Hallin merkitysten kokonaiskierron ajatusta mukaillen esitän, että sosiaalista mediaa tutkittaessa on hedelmällistä ottaa samanaikaisesti huomioon se, miten sivustot rakentuvat ja tuottavat ensisijaisia merkityksiä sekä miten ihmiset ymmärtävät sivustojen merkityksen toiminnalleen. Facebookin kaltaisen lähes miljardin käyttäjän (Facebook 2014) pörssiyrityksen arvo säilyy vain, jos sitä käytetään aktiivisesti (Karppi 2014, 17). Aktiivinen käyttö puolestaan edellyttää, että käyttäjät kokevat sivuston itselleen arvokkaaksi. Juuri tästä syystä on tärkeää ymmärtää, millaisia merkityksiä Facebookiin yrityksenä ja teknisenä alustana liitetään.

Tutkimuksen empiirisessä osassa analysoin Hallin uloskoodausmallia soveltamalla, miten Turussa keväällä 2013 järjestämiini ryhmäkeskusteluihin osallistuneet Facebookin käyttäjät (n=8) ja ei-käyttäjät (n=9) neuvottelivat sivuston merkityksistä ja erityisesti sen arkkitehtuurisesta vallasta. Analyysi tuottaa tietoa yleensä tutkimusten ulkopuolelle jääneestä ei-käyttämisestä¹. Toisin kuin aikaisemmissa tutkimuksissa, joissa ei-käyttämistä on lähestytty Facebookin käytön lopettamisen näkökulmasta (Baumer ym. 2013; Karppi 2014; Portwood-Stacer 2012; Stieger ym. 2013), tämän tutkimuksen ei-käyttäjillä ei ole missään vaiheessa ollut tiliä sivustolle. Analyysi kuitenkin osoittaa, että myös ei-käyttäjillä on suhteita Facebookiin, mikä osaltaan kertoo siitä, kuinka laajasti sivusto on nivoutunut osaksi ihmisten arkea.

Stuart Hallin sisäänkoodaus–uloskoodaus-malli ja kriittinen sosiaalisen median tutkimus

Tutkimukseni metodologisena lähtökohtana on brittiläisen kulttuurintutkimuksen uranuurtajan Stuart Hallin alun perin vuonna 1973 esittelemä sisäänkoodaus–uloskoodaus-malli. Yli neljä vuosikymmentä sitten malli toimi kritiikkinä viestien lineaariseen välittymiseen uskoville mediavaikutusten analyyseille ja käyttötarkoitustutkimuksille sekä

raivasi tietä kulttuuriselle yleisötutkimukselle (Hall 1980, 128; ks. myös Gurevitch & Scannell 2003, 235). Alkuperäistä lyhyempi ja sittemmin monesti uudelleenpainettu artikkeli ”Sisäänkoodaus/uloskoodaus” (*Encoding/Decoding*) julkaistiin vuonna 1980².

Hallin sisäänkoodaus–uloskoodaus-malli on mielekäs metodologinen lähtökohta tähän tutkimukseen ennen muuta kolmesta syystä. Ensinnäkin se painottaa merkityksenannon yhteiskunnallisia ja taloudellis-teknologisia konteksteja, joiden merkitystä tämänhetkessä digitaalisen median kyllästävässä arjessa ei voi tähdentää liikaa. Hall korosti jäsenyyksessään Marxia mukaillen sitä, että merkitysten muodostumisessa on kyse jatkuvasta tuotannon ja kulutuksen välisestä kierrosta (Hall 1980, 128; Angus ym. 1994, 255). Verkon sosiaaliseen mediaan sovellettuna ajatus tarkoittaa, että se miten alustat tuotetaan, vaikuttaa siihen, miten niitä voidaan kuluttaa. Vastavuoroisesti alustojen kulutus vaikuttaa osaltaan siihen, miten niitä kehitetään edelleen ja millaisia uusia alustoja syntyy (ks. esim. Gillespie 2010; Karppi 2014; Langlois ym. 2009; van Dijck 2013). Näin ollen vaikka tuotanto (sisäänkoodaus) ja kulutus (uloskoodaus) voidaan analyttisesti erottaa toisistaan, ne kietoutuvat yhteen ja niitä tulee tarkastella osana samaa (merkityksenmuodostumis)prosessia (Angus ym. 1994, 257).

Toiseksi tutkimukseni kannalta merkittävää on malliin sisältyvä ajatus vallasta ja vastarinnasta. Malli korostaa, että tulkitsija ja tulkittava asia molemmat vaikuttavat tehtyyn tulkintaan. Sen mukaan sisään- ja uloskoodauksen merkitysrakenteet eivät kuitenkaan välttämättä ole symmetrisiä, mikä antaa uloskoodaajalle mahdollisuuden tulkinnalliseen vastarintaan. Erilaiset tulkinnalliset asemat, joista olen analyysissäni kiinnostunut, syntyvät tästä tulkinnan osittaisesta vapaudesta. Toisin sanoen Facebook pyrkii aktiivisesti vaikuttamaan siihen, millaisia merkityksiä ihmiset siihen liittävät. Tämä ei kuitenkaan täysin sido ihmisten alustalle antamia merkityksiä, mutta kyse ei silti ole siitä, että mikä tahansa tulkinta olisi mahdollinen (Hall 1980, 134; Angus ym. 1994, 263).

Kolmanneksi, sosiaalisen median alustojen arkkitehtuurisesta vallasta käytyjen neuvottelujen logiikka on tärkeä tutkimuskohde ja siihen liittyviä tutkimusmenetelmiä on syytä kehittää. On ennakoitu, että ihmisten neuvottelut affordanssien ja kontrollin välillä lisääntyvät ja arkipäiväistyvät ohjelmistojen nivoutuessa osaksi yhä moninaisempia arjen käytäntöjä (Kitchin & Dodge 2011, 134). Vaikka neuvotteluihin viitataan useissa tutkimuksissa jopa otsikkotasolla, neuvottelu analyttisenä käsitteenä saatetaan silti ohittaa (esim. Krajina 2011). Hallin mallin neuvotteleva tulkintaseama onkin mediatutkimuksellisesti hedelmällinen mutta harvoin käytetty lähestymistapa merkityksiä koskevien neuvottelujen tutkimiseen.

Artikkelissaan Hall (1980) antaa niukasti aineksia mallinsa empiiriseen hyödyntämiseen. Hän on jälkikäteen todennut, että mallia ei ollut tarkoitettu ”suureksi malliksi” ja kannusti muokkaamaan sitä sekä kehittämään empiirisiä sovelluksia (Angus ym. 1994, 255, 272, 273; muokkaamisen tarpeesta ks. myös Morley 1980, 62; Pillai 1992, 221). Olen muokannut mallia sosiaalisen median tutkimukseen sopivaksi kahdella merkittävällä tavalla. Ensinnäkin, siinä missä Hall käytti mallissaan esimerkkinä television ajankohtaisohjelmien tulkintaa, oma kiinnostukseni kohdistuu symbolis-

ten merkitysten sijaan siihen, millaisia merkityksiä Facebookin käyttäjät ja ei-käyttäjät liittävät Facebookiin alustana. Katson näet, että sivuston teknisesti tuotettu arkkitehtuuri määrittää oleellisesti sitä, miten sivusto koetaan ja millaisia viestejä ja symbolisia merkityksiä siellä välitetään.

Toiseksi irtaudun erittelyssäni Hallin mallin kolmesta hypoteettisesta uloskoodaus-asemasta, joista hegemonisessa asemassa otetaan sisäänkoodatut merkitykset annettuina, vastustavassa asemassa kyseenalaistetaan ne ja neuvottelevassa hyväksytään hegemonisia määrittelyjä, mutta tämä tehdään soveltamalla omia sääntöjä (Hall 1980, 137–138). Keskityn tutkimuksessani neuvottelevaan uloskoodausasemaan. Mallia arvioidessaan Hall on todennut, että kaikessa tulkinnassa on itse asiassa kyse neuvottelusta, eikä ideaalityypistä hegemonista uloskoodausta esiinny käytännössä oikeastaan koskaan (Angus ym. 1994, 262, 265). Myös vastustava uloskoodausasema on empiirisesti ongelmallinen. Siitä on syytä erottaa vähintään kaksi muunnosta: sellaiset luennat, joissa sisäänkoodattua merkitystä vastustetaan, ja sellaiset, joissa koko teksti torjutaan eikä sisältöä suostuta tulkitsemaan lainkaan (Morley 2006, 110–111). Kaiken kaikkiaan Hallin mallin empiirinen soveltaminen on ollut omiaan tuottamaan tutkimuksia, joissa vastaanotto typistetään Hallin ehdottamiin kolmeen uloskoodausasemaan ja samalla kadotetaan se moneus, jolla tekstejä tosiasiallisesti merkityksellistetään (Schrøder 2000, 233; ks. esim. Younman 2013).

Millaisen alustan merkityksistä Facebookin tapauksessa sitten neuvotellaan? Median poliittisen taloustieteen ja kriittisen ohjelmistotutkimuksen Facebookia koskevat analyysit antavat aineksia hahmotella sitä, miten sisäänkoodaus voidaan ymmärtää analysoitaessa verkon sosiaalista mediaa.

Yhteyksien Facebook ja arkkitehtuurisen vallan kytkökset

Sisäänkoodaamisessa on kyse yrityksestä määrittää ja sitoa merkityksiä (Hall 1980, 131). Oma lähtökohtani on, että ohjelmistot ja niiden toimintaa ohjaavat protokollat ja algoritmit ovat nykyisin yhä keskeisempiä merkitysten tuottamisessa. Tästä syystä suuntaan huomioni nimenomaan siihen, miten ihmiset ymmärtävät Facebookin teknologiavälitteisenä tilana. Oma kysymyksensä on, missä määrin mediainstituutioilla on edelleen valtaa merkityksellistää maailmaa ja miten tuo valta-asema on muuttunut sosiaalisen median myötä (ks. myös Couldry 2015).

Kokemistaan muutoksista huolimatta Facebook on reilun 10-vuotisen historiansa aikana pysynyt ytimeltään samana: käyttäjät voivat lisätä itsestään tietoa henkilökohtaiselle profiilisivulle, liittää ihmisiä omaan verkostoonsa ja olla näihin yhteydessä (Wilson ym. 2012, 208). Facebookin valta ei rajoitu enää vain sen omaan alustaan, vaan siihen linkittyy miljoonia verkkosivuja ja sovelluksia (Statistic Brain 2014), yritys on historiansa aikana ostanut yli 50 teknologiayritystä (Kottasova 2014) ja se on hallitsevan asemansa kautta näyttänyt suuntaa muiden sivustojen kehitykselle.

Hallin mukaan mediaa käyttävien ihmisten ja mediayritysten mahdollisuudet vaikuttaa siihen, miten maailmaa merkityksellistetään, poikkeavat perustavasti toisis-

taan (Angus ym. 1994, 261). Verkon sosiaalisen median alkuvaiheessa näytti siltä, että sosiaalisen median alustat lunastavat niin käyttäjien kuin tutkijoidenkin odotukset tasa-arvoisemmasta viestimestä, jossa kaikilla on yhtäläiset mahdollisuudet osallistua ja tuottaa sisältöä (Gehl 2013; van Dijck & Poell 2013, 6). Näin ei ole kuitenkaan tapahtunut, vaan sosiaalisen median alustat ovat synnyttäneet uudenlaisen valta-asetelman. Oikeus käyttää alustoja perustuu siihen, että käyttäjä suostuu luovuttamaan tietonsa ja sisältönsä alustan omistajalle. Käyttäjien on lähes mahdotonta saada tietoa sivustojen toimintaa teknisesti ohjaavista algoritmeista ja protokollista (Beer 2009; Bucher 2012). Samalla kun Facebook on kannustanut käyttäjiään avoimuuteen, se ei ole kertonut juuri mitään siitä, mitä ja miten se kerää heistä tietoja. Omien tietojen suojaaminen on ollut tästä syystä vaikeaa ja sitä on entisestään hankaloittanut se, että Facebook on useasti muuttanut käyttöehtoja yksipuolisesti ja ilman ennakkovaroitusta. Sosiaalisen median poliittista taloustiedettä tutkinut Christian Fuchs (2012, 146) katsookin, että Facebook hyödyntää käyttäjiä ilmaisena työvoimana, jonka se on lisäksi tuotteistanut kahdella tapaa: ensin käyttäjien tiedot myydään mainostajille, minkä jälkeen yritykset pommittavat heitä kohdennetuilla mainoksilla.

Sosiaalisen median yhteydessä voidaan siis hyvällä syyllä puhua arkkitehtuurisesta vallasta, jolla viittaa oikeustieteilijä Lawrence Lessigin (2009) tapaan siihen, miten verkkoalustat määrittelevät sivustolla tapahtuvan toiminnan reunaehdot, mitä käyttäjä näkee ja miten hän näkyy. Tila-arkkitehtuurinsa ja siihen upotettujen oletusasetusten avulla alustat kannustavat, houkuttelevat ja viettelevät käyttäjiä tuottamaan hyödyllistä ja rahanarvoista dataa yritykselle (Berg 2012, 6; Bucher 2012, 1171; Gehl 2013). Facebookin käyttöliittymä on suunniteltu siten, että käyttäjien data on helposti kerättävissä ja järjestettävissä. Samaan aikaan sivustolta lähtemisestä on tehty vaikeaa (Karppi 2014, 16). Alustalta kerätyt tiedot mahdollistavat personoidun ja optimoidun käyttäjäkokemuksen, mutta myös sen, että Facebook voi tarjoilla käyttäjille yrityksen liiketoiminnan näkökulmasta hyödyllisintä sisältöä (van Dijck 2013, 49–50) ja hyödyntää dataa analyyseihin, joilla pystytään ennakoimaan ja hallitsemaan niin käyttäjien kuin ei-käyttäjienkin toimintaa (Andrejevic 2013).

Facebookin nopea arkistuminen on kasvattanut sivuston valtaa ohjata ja muuttaa käyttäjien toiminnan tapoja sekä muokata esimerkiksi yksityiseen ja julkiseen sekä kaupalliseen ja ei-kaupalliseen liitettyjä merkityksiä (ks. esim. Gillespie 2010; Langlois ym. 2009; van Dijck 2013). Facebook ei siis ole neutraali toimija, vaan sen tavoitteet yrityksenä välittyvät yhtäältä siinä, miten alusta on teknisesti toteutettu, ja toisaalta siinä, millaisia symbolisia merkityksiä yritys pyrkii alustaansa ja sillä toimimiseen liittämään. Terminologisesti olisi tärkeää korvata termi *sosiaalinen media* sellaisella, joka ei peitä sivustojen teknologiavälitteistä toimintalogiikkaa. Kriittinen internet-tutkija José van Dijck (2013, 13–14) ehdottaa, että termi *social media* korvataisiin termillä *connective media*, jonka voi suomentaa *kytkösmediaksi*³. Merkillä pantavaa on, että Facebook haluaa tulla kutsutuksi nimenomaan sosiaalisesti mediaksi ja yhteisöpalveluksi. Tällöin huomio kiinnittyy yhteyksiin ja yhteyksissä olemiseen (*connectedness*). Termi sosiaalinen media on ollut helppo omaksua myös yleiskieleen

jo siksi, että yhteyksissä oleminen on useissa tutkimuksissa todettu tärkeimmäksi syyksi käyttää sivustoa (ks. esim. Joinson 2008; Ridell 2011). Sosiaalisuuden ja palveluluonteen korostaminen kuitenkin kadottaa näkyvistä kytköksisyyden (*connectivity*) eli tavat, joilla Facebook hyödyntää automatisoitua datan keräämistä ja käsittelyä saadakseen taloudellista hyötyä käyttäjien tiedoista ja yhteyksistä (van Dijck 2013, 11–12, 166, 174; ks. myös Fuchs 2012; Gehl 2013; Langlois ym. 2009). Puhumalla sosiaalisen median sijaan kytkösmediasta on mahdollista tehdä näkyväksi ja suunnata huomiota niihin taloudellis-teknologisiin konteksteihin, joita Hall mallinsa sisäänkoodauspuolella painottaa, mutta jotka usein jäävät tutkimuksessa vähälle huomiolle. Termivalinnan merkitystä Facebookin(kaan) yhteydessä ei voi korostaa liikaa, sillä termivalinta julkilausuu teknologian roolin (tai vaikennee siitä) omanlaisenaan toimijana. Terminä kytkösmedia auttaa havaitsemaan, että teknologia muovaa viestintää (ks. esim. Slack & Wise 2005, 117).

Ryhmäpuhetta Facebookista

Empiirinen aineistoni koostuu Turussa keväällä 2013 järjestämistäni ja vetämistäni ryhmäkeskusteluista. Vapaamuotoisissa keskustelutilaisuuksissa (Valtonen 2005, 223) painopiste oli pikemminkin keskustelijoiden välisessä ajatustenvaihdossa kuin vuorovaikutuksessa niiden järjestäjän kanssa (Liamputtong 2011, 2). Narratologi Monika Fludernikin (2000, 282–284) makrolajityyppien erottelua mukailien omien kysymysteni tavoitteena oli tuottaa argumentoivaa, keskustelevaa ja reflektoivaa aineistoa.

Yksilöhaastattelut ovat olleet yhteiskuntatieteiden laadullinen valtavirtametodi (Valtonen 2005, 225) ja kyselytutkimusten jälkeen suosituin tapa tutkia myös Facebookia. Sosiaalisen median tutkimuksessa harvemmin käytettyä aineiston tuottamisen tapaa puoltaa ennen kaikkea se, että kiinnostukseni kohdistuu yksilöiden ajatusten sijaan Facebookia koskeviin jaettuihin ja neuvoteltuihin näkemyksiin. Yhdyn Sulkusen havaintoon, että ryhmätilanteissa tuotetun puheen lähde on yksittäisen puhujan sijaan eräänlainen kollektiivisubjekti, ryhmä ja sen edustama pienoiskulttuuri (Sulkunen 1990, 268). Vaikka keskityn ryhmäpuheessa erottuvien neuvotteluasemien tunnistamiseen yksilöiden suhtautumistapojen erittelyn sijaan, yksilöiden esittämät mielipiteet auttavat tunnistamaan ryhmän sisäisiä eroja ja analysoimaan, missä määrin esiin tulevat näkökulmat ovat jaettuja (Barbour 2007, 131; Liamputtong 2011, 172).

Keskustelut etenivät ennalta laadittua teemoittelua mukailien. Pohjana oli Seija Ridellin Facebook-tutkimuksen (2011) ryhmäkeskustelurunko, jonka suunnittelussa olin mukana. Keskustelunaiheina olivat muun muassa elämä Facebookissa ja ilman sitä, sivuston käyttötavat ja -mahdollisuudet, Facebookia kuvailevat metaforat, valamedian Facebookia koskevat uutiset, valvonnan muodot ja unelmien sosiaalinen media. Käyttäjille ja ei-käyttäjille esitetyt kysymykset vastasivat toisiaan niiltä osin kuin tämä oli mielekästä. Lisäksi keskustelijat saivat tuoda tärkeäksi kokemiaan näkökulmia esiin keskustelun kaikissa vaiheissa, ja lopuksi niiden esittämiseen tarjottiin erikseen mahdollisuus.

Jaoin neljän järjestämäni ryhmäkeskustelun toisilleen tuntemattomat käyttäjät (n=8) ja ei-käyttäjät (n=9) ryhmiin, joissa osallistujilla oli käyttöön tai ei-käyttöön liittyvä yhteinen kokemustausta (Barbour 2007, 3; Liamputtong 2011, 3). Aineistoni koostuu noin kuudesta tunnista nauhoitettuja ryhmäkeskusteluita, jotka litteroin itse (yhteensä 123 A4-liuskaa rivinvälillä 1). Analyysissa hyödynsin keskusteluiden jälkeen tekemiäni muistiinpanoja tunnelmasta sekä litterointeihin kirjaamiani havaintoja (päälle puhuminen, tauko, painokas puhe, nauru, huokaus).

Hyödynsin osallistujia etsiessäni rekrytointikanavia paikallismediasta omiin verkostoihini. Koska osallistujat ottivat itse minuun yhteyttä katsoessaan kuuluvansa tutkimukseni kohderyhmään⁴, aineistoa pitää lukea Facebookista tavalla tai toisella kiinnostuneiden ihmisten keskusteluina. Kyseessä ei ole edustava otos sen enempää käyttäjistä kuin ei-käyttäjistäkään, sillä esimerkiksi kaikki tutkimukseni Facebookin käyttäjät (ikähaarukka 23–45 vuotta) kuuluvat sosiaalista mediaa aktiivisimmin kuluttavaan ikäryhmään (Suomen virallinen tilasto 2013). Rajaan tarkasteluni ulkopuolelle kysymyksen siitä, miten taustatekijät vaikuttavat Facebookiin liitettyihin merkityksiin. Erityisesti internetin ja muun median käytön yhteyttä erilaisten neuvotteluasemien ottamiseen tulisi kuitenkin tutkia tarkemmin (ks. Hargittai 2015).

Aineiston erittelyssä hyödynsin laadullista teoriaohjaavaa sisällönanalyysia (Tuomi & Sarajärvi 2011), joka nojaa abduktiiviseen päättelyyn. Toisin sanoen analyysini kytkeytyy teoriaan neuvottelun käsitteen kautta, mutta Hallin malli tai muu teoria ei suoraan ohjaa tyypittelyä. Mallin testaamisen sijaan analyysi siis pyrkii luomaan uusia ajattelun suuntia (emt., 96–97).

Toteutin analyysin kolmessa vaiheessa. Ensimmäisessä tunnistin ja luokittelin ryhmäkeskustelujen litteroinneista kaikki kohdat, joissa nähdäkseni käytiin osallistujien välistä neuvottelua (n=52). Toisin sanoen erotin neuvottelut sellaisesta puheesta, jossa vain vastattiin esittämiini kysymyksiin. Lisäksi tunnistin aineistosta sellaiset neuvottelut, joissa henkilö pohti itsekseen erilaisten näkökulmien välisiä suhteita tai argumentoi suhteessa joihinkin olettamuksiin (n=15).

Luodakseni kokonais kuvan neuvotelluista teemoista ryhmittelin toisessa vaiheessa kummankin tyyppiset neuvottelut niiden sisältämien teemojen mukaisesti. Vähintään kahdessa eri keskusteluryhmässä toistuneita neuvottelun aiheita olivat yhteydenpidon muodot, Facebookin käyttämisen tavat, aikapaine ja ajankäyttö, Facebookin ei-käyttäminen, yhteiskunnallinen toiminta Facebookissa, tietoturva, tietojen kerääminen ja säilyminen (historiajälki), yritykset Facebookissa ja mainonta sekä muut kytkösmediat. Neuvottelut mukailivat osittain käyttämäni teemarunkoa, mutta mukana oli myös osallistujien itsensä esiin nostamia aiheita (ajankäyttö ja aikapaine, tietoturva ja tietojen säilyminen, Facebookin luonteen muuttuminen, muut kytkösmediat). Keskusteluun tarjoamistani aiheista Facebookia koskevat uutiset, vaihtoehtoiset yhteisö-sivustot ja syyt kuunnella Facebookin käyttäjiä eivät synnyttäneet neuvottelua yhdessäkään ryhmässä.

Analyyysin viimeisessä vaiheessa tyypittelin käydyt neuvottelut sen mukaan, millainen neuvotteluasema niissä otettiin suhteessa Facebookiin kytkösmedianana eli kaupallisesti toimivana alustana. Tarkastelen seuraavaksi lähemmin näitä viittä neuvottelu-

asemaa. Esiintymistiheyksien sijaan pidän merkityksellisenä esiintymistä ylipäätään, sillä ryhmäkeskusteluissa frekvenssien määrään vaikuttavat monet kiinnostuksen ulkopuolisetkin tekijät, kuten keskustelujen pituus (Sulkunen 1990, 274–275).

Neuvotteluja Facebookin vallasta

Neuvotteluasemia suhteessa Facebookiin ja sen käyttämään valtaan hahmottui viisi: *Hyväksyvät neuvottelut* kohdistuivat Facebookin käyttömahdollisuuksiin ja korostivat yhteydenpidon helppoutta. *Vähättelevissä neuvotteluissa* tietojen käyttämiseen liittyvää huolta pidettiin aiheettomana. *Normatiivisissa neuvotteluissa* tiedostettiin Facebookin käyttöön liittyviä ongelmia, joiden ratkaisuksi ehdotettiin (oman kaltaista) oikeaa käyttöä. *Tyytyvät neuvottelut* nimesivät asioita, joita Facebookissa pitäisi muuttaa todeten kuitenkin, että nykyiselle mallille ei ole vaihtoehtoja. *Torjuvissa neuvotteluissa* nostettiin esiin Facebookiin liittyviä ongelmakohtia.

On syytä huomata, että neuvotteluasemissa ei ole kyse neuvottelijatyypeistä, vaan osallistujat liikkuvat eri asemien välillä (Angus ym. 1994, 265). Käyttäjät neuvottelivat useimmin hyväksyvässä asemassa, mutta keskustelun aiheesta riippuen he saattoivat ottaa vähättelevän, normatiivisen tai tyytyvän aseman. Torjuvaan asemaan asettuivat käyttäjistä vain sellaiset, jotka harkitsivat tai olivat lopettaneet käytön. Ei-käyttäjät pysyivät melko tiivisti torjuvassa neuvotteluasemassa, mutta osa heistä asettui muihinkin neuvotteluasemiin esimerkiksi tunnustaessaan Facebookin tarjoamat yhteydenpidon mahdollisuudet, vähätellessään tietojen keräämisen merkitystä tai linjatesaan oikeanlaisena pitämäänsä käyttöä.

Hyväksyvä neuvotteluasema

Facebookin mahdollisuudet yhteydenpidon alustana saivat niin käyttäjien kuin useimpien ei-käyttäjienkin hyväksynnän. Myös ei-käyttäjät saattoivat keskustella antaumuksella yhteydenpidon teemoista ja nostaa keskusteluun esimerkiksi kriteerit, joilla hyväksyisivät Facebook-kavereita.

Facebookin perustaja ja toimitusjohtaja Mark Zuckerberg on useissa yhteyksissä korostanut, että sivuston tavoitteena on tarjota ihmisille mahdollisuus jakamiseen ja yhteydenpitoon (ks. esim. Zuckerberg 2011; Miller 2014). Yhteyksissä olemisen korostuminen myös ryhmäkeskusteluissa kertoo siitä, että niin käyttäjät kuin ei-käyttäjätkin ovat omaksuneet Facebookin tarjoaman yhteydenpidon tarinan. Suhtautuminen vastaa Hallin ajatusta hegemonisesta uloskoodauksesta.

Vaikka ymmärrys Facebookista yhteydenpidon tilana jaettiin, yhteyksille annettiin erilaisia merkityksiä (ks. myös Ridell 2011, 67–79), jotka ulottuivat kahdenvälisestä viestien vaihtamisesta tapahtumatiedottamiseen. Facebookin välityksellä yhteydessä oltiin oman intiimin lähipiirin lisäksi kaukaisempiin ja uudelleen löydettyihin tuttuihin. Joillekin alusta oli myös väylä oman piirin laajentamiseen työ- ja yksityiselämässä.

Facebook-välitteistä yhteydenpitoa arvostettiin, koska se helpotti tiedottamista ja mahdollisti asioita esimerkiksi välittämällä tietoa lahjoitettavista tavaroista ja työtölaisuuksista. Lisäksi Facebookin keskeisyyttä jokapäiväisessä yhteydenpidossa osoitti paitsi se, että käyttäjät kertoivat Facebook-viestinnän pienentäneen puhelinlaskuja, myös ei-käyttäjien kokemukset ulkopuolelle jäämisestä viestien välityksessä Facebookissa (ks. myös Portwood-Stacer 2012, 1052). Koska Facebook mahdollisti yhteyksiä, se sai jopa anteeksi joitakin käyttöön liittyviä rajoituksia. Yksi käyttäjä esimerkiksi koki Facebook-alustan tarjoamat toimintamahdollisuudet suppeiksi, mutta arvosti sivuston välityksellä syntyneitä materiaalisia mahdollisuuksia:

Tavallaan se tila, tavallaan se toiminta mitä siel Facebookissa voi oikeesti tehdä, se on kuitenkin niin hirvittävän rajoittunutta. Eihän siel niinku – – siis sä voit postata sinne linkkei, sä voit postata sinne jotain satunnaista informaatiota tai käydä ryhmäkeskusteluja tai jotain tollasta. Mut eihän se niinku, ei se Facebookissa itsessään tapahtuva toiminta, se on kyl tosi rajoitettu. Mut mikä tavallaan hienoo et se pystyy antamaan tänne ihan fyysiseen maailmaan jotain juttuja. Just että joku kaveri vinkkas Facebookissa, että on jotain ilmaisia joogatunteja, niin mä kävin siellä ja sit oli hauskaa. (M, käyttäjä, 30)

Facebookin nivoutumisesta osaksi jokapäiväistä viestintäympäristöä kertoi joidenkin käyttäjien halu siirtää kaikki viestintä Facebookiin. Facebookiin kuulumattomuus näyttäytyi heille ärsyttävänä mielenilmauksena, ”koska se hankaloittaa muiden ihmisten elämää” (N, käyttäjä, 26) (ks. myös van Dijck 2013, 155). Facebookin arkistumisesta yhteydenpidon alustana kertoo myös se, että hieman yli 20-vuotiaille käyttäjille Facebook oli ainoa mielekäs tapa viestiä, ja esimerkiksi sähköposti oli heistä tehoton, kömpelö ja liian virallinen. Ehkä hätkähdyttävien osoitus Facebookin arkistumisesta on se, että alustasta on tullut osa Facebookiin kuulumattomienkin arkea:

Sitten taas vaikken ite kuulu Facebookiin niin tänäänkin käytin hyväkseni sitä. Mä sain kutsun sokkotreffeille niin ensimmäinen asia, minkä teen (naurua), niin kyllä mä meen kattomaan sen naamakuvan sielt Facebookist. No joo, kyl mä ton kans voin mennä (naurauksia). Et on se niinku – – se on erottamaton osa oikeestaan elämää vaikkei itekään kuulu sinne. Sil on niin iso merkitys. (M, ei-käyttäjä, 27)

Vähättelevä neuvotteluasema

Vähättelevään neuvotteluasemaan asetui pääasiassa käyttäjiä, mutta myös muutama ei-käyttäjä piti itsestään selvänä, että Facebookin kaltainen sivusto kerää tietoja myydäkseen niitä. Tällaista toimintaa verrattiin siihen, miten kauppaketjut keräävät tietoa kanta-asiakaskorttien avulla. Vähättelyissä yhtäältä tietojen louhintaa pidettiin keskivertoihmisille merkityksettömänä, ja toisaalta luotettiin siihen, että Facebook ei käytä tietoja ihmisten yksityisyyttä loukkaavasti. Uutisia ja Facebookissa kierteäviä varoituksia tietosuojaan liittyvistä aukoista pidettiin liioittelevana pelon lietsomisena,

eikä uutisissa ehdotettujen toimenpiteiden uskottu parantavan käyttäjän tietosuojaa. Tietojen keräämisen yhdentekevyys rinnastettiin statuspäivityksiin, joiden arkista sisältöä palovaroittimen korjauksineen ja kiinnostavilla keikoilla käymisineen pidettiin yleisyydessään muulle kuin omalle kaveripiirille merkityksettömänä. Facebookin keräämien tietojen merkitystä vähättelevä käyttäjä osoittaa seuraavassa esimerkissä kyllä ymmärtävänsä sivuston kaupallisen toimintalogiikan, mutta ei pidä sitä merkityksellisenä, koska pystyy kontrolloimaan, mitä Facebook tietää ja halutessaan ohittamaan hänelle kohdennetut mainokset:

Tavallaan se, mitä ne pystyy oikeesti myymään on just se, että ne tietäis musta mahdollisimman paljon asioita, jolloin sitten mua pystyttäis myymään yleisöks jollekin viihdemainoksille tai mitä ikinä sitten. Emmä tiedä, voi se olla jotain vieläkin juonikkaampaa, millä ne sitten kuvittelee sitä rahaa tekevänsä. – – Mut kiva ja kyllä mä siitä nautin ja kun ei se tosissaan, ei se tiedä musta kaikkea. – – Ja mä en koe sitä mitenkään hirveen pelottavaks, että Facebook tietää, minkä uutisen mä olen lukenut tai jotain tollasta. Siellä sit tulee jonkinlainen profilli musta kuluttajana ja mun [news]feediin tulee jotain mainoksia, jotka mua ei todennäköisesti kiinnosta millään tavalla. (M, käyttäjä, 30)

Facebookin kaupallista logiikkaa vähäteltiin myös, koska se ymmärrettiin vaihtokauppana: tietojen keräämistä pidettiin palveluna, joka takaa mahdollisimman kiinnostavan mainonnan. Palveluksi miellettiin sekin, että yritysten näkyvyyden lisääntyminen oli luonut foorumin kriittiselle kuluttajapalautteelle. Käyttäjät uskoivat lisäksi, että Facebook tekee muutoksia sivustoon käyttäjien palautteen perusteella ja pikeminkin heidän parhaakseen kuin parantaakseen tietojen kaupallista hyödynnettävyyttä.

Tietojen kerääminen mainosten kohdentamiseksi näyttäytyi merkityksettömänä myös toisenlaisista syistä. Käyttäjät korostivat esimerkiksi mahdollisuuksiaan piilottaa mainokset selaimen lisäosan avulla. Facebookin käytön lopettamista liiallisen mainonnan takia pidettiin tehottomana taktiikkana mainoksista eroon pääsemiseksi, koska mainosten uskottiin siirtyvän sinne, minne ihmisetkin siirtyvät.

Kaiken kaikkiaan niin käyttäjien kuin ei-käyttäjienkin oli lähes mahdotonta kuvitella vaihtoehtoja kaupalliselle mallille, kuten seuraava ei-käyttäjän pohdiskelu Facebookin toimintalogiikasta havainnollistaa:

Jos mä olisin ite siin samas tilantees, jos mul olis Facebookin tiedot, mä olisin myynyt sie-luni ja kaikkien käyttäjien tiedot, koska mä en keksi mitään parempaakaan tapaa, millä vois rahoittaa sitten, kun se on paisunut tollaseks. (M, ei-käyttäjä, 27)

Normatiivinen neuvotteluasema

Normatiivisessa neuvotteluasemassa käyttäjät linjasivat, miten Facebookin käyttö olisi turvallista, järkevää ja miellyttävää. Rajanvetoa tehtiin niihin, jotka eivät ymmärrä,

miten sivustoa pitäisi käyttää. Huoli kohdistui erityisesti nuoriin käyttäjiin, jotka tappelevat ja kiusaavat Facebookin välityksellä, koska ”eivät ymmärrä Facebookin vaikutuksia ja miten sitä kuuluu käyttää” (N, käyttäjä, 32). Tähän neuvotteluasemaan asetuivat myös ne ei-käyttäjät, jotka pitivät riskiä muiden käyttäjien ajattelemattomasta toiminnasta niin suurena uhkana, että olivat lykänneet omaa sivustolle liittymistään.

”Oikeanlaisena” käyttönä pidettiin muun muassa yksityisyysasetusten säätämistä, harkitsevuutta päivityksissä, sivustolta uloskirjautumista ja epäkiinnostavan sisällön piilottamista. Vaikka Facebookin yksityisyysasetuksia ja laajemmin koko yritystä pidettiin kyseenalaisena ja jopa epäluotettavana, ajateltiin kuitenkin, että ”sitä pitää vaan käyttää siten, ettei siitä oo itelle haittaa” (M, käyttäjä, 26).

Normatiiviseen neuvotteluasemaan asetuttaessa korostettiin siis omaa toimijuutta ja ohitettiin sivuston toimijuus (van Dijck & Poell 2013, 8). Tällöin yksityisyys mieltyy asiaksi, jonka suojeleminen on riippuvaista yksilöstä ja hänen toiminnastaan (Fuchs 2012, 142). Samaan aikaan huomiotta jää kuitenkin se, miten Facebookin toiminta pakottaa esimerkiksi säätämään yksityisasetuksia yhä uudestaan toivotunlaisen tason ylläpitämiseksi.

Tyytyvä neuvotteluasema

Tyytyvässä neuvotteluasemassa käyttäjät tunnistivat Facebookin taloudellis-teknologisia rakenteita ja kokivat oman osansa suhteessa niihin pieneksi ja vallattomaksi (ks. myös Ridell 2011, 228). Yrityksenä Facebookia pidettiin kasvottomana ja epäilyttävänä. Facebookin toimintalogiikkaan kuitenkin tyydyttiin, koska sille ei nähty vaihtoehtoja. Kaupalliset lähtökohdat saivat jopa hyväksynnän, sillä niiden ajateltiin takaavan uudistuminen ja kehittyminen:

[K]yllähän mä tykkäisin Facebookista enemmän, jos siellä ei tarvis katsoa et joku kaveri tykkää McDonaldsista ja niillä on nyt joku uus hampuralainen. Ei se mua kiinnosta. Jos sen sais pois, niin olis se kiva. – – Mutta siis se, että siel on kuitenkin tai siis se toimii markkinoilla ja sen takii sen on pakko hoitaa hyvin – – se on paljon parempi kuin et joku valtio tai joku julkinen toimija tekis tollasen. ”Täs on tällanen sosiaalinen media, käytäkää ja tos on toi nappi, josta voi antaa palautetta sitten niin kuunnellaan sitä tosi paljon ja tehdään muutoksia parempaan.” Se ei vaan kertakaikkiaan, et jos olis niinku valtion tekemä Facebook tai sit tää kaupallinen, niin ei se olis takuulla tullut se valtion tai julkisesti ylläpidetty menemään eteenpäin ja tulemaan näin hyväks kuin tää kaupallinen Facebook on. (M, käyttäjä, 30)

Keskustelua herätti alustalla jaettujen sisältöjen muuttuminen vähemmän henkilökohtaiseksi. Facebookin koettiin tietoisesti kehittyneen kohti henkilökohtaista uutissivustoa, jossa käyttäjät jakavat toisilleen uutislinkkejä. Teemaan palattiin myöhemmin hieman toisesta tulokulmasta ja nimenomaisesti käyttäjien valtaistumista pohtien:

M, käyttäjä, 26: *Mä tos aikaisemmin kritisoin sitä kehitystä, että Facebookista näyttäis tulevan tommonen kustomoitu yksilöllinen sanomalehti, mutta nyt kun miettii, niin kyllä mä itsekin teen sellaisia statuspäivityksiä, jossa mä linkitän jonkun uutisen. Mutta siinä on vähän eri motiivi, että mä linkitän sellaisia uutisia, joita valtamedia ei kerro eli jotka ihmisiltä jäis muuten näkemättä.*

M, käyttäjä, 30: *Niin tossahan se on mun mielest nimenomaan. Itteäni suorastaan harmittaa, että kaikki ihmiset eivät lue sitä mun uutisfeediä (naurahtaa), vaan ne sitten kattoo jotain MTV3:n iltauutisia.*

Facebookin muuttumiseen vähemmän henkilökohtaiseksi uutissivustoksi ei vain tyydytty, vaan yllä olevat pohdiskelut osoittavat käyttäjien itsensä vauhdittavan kehitystä, jossa sisällössä korostuvat jaetut linkit – olkoonkin, että keskustelijat perustelevat uutislinkkien jakamista sillä, että niissä esitellyt kannat jäävät valtamediassa marginaaliin.

Torjuva neuvotteluasema

Torjuvassa asemassa neuvotteluja kävivät ei-käyttäjien lisäksi käytön lopettamista harkitseva käyttäjä ja kaksi käyttäjää, jotka olivat lopettaneet tilinsä väliaikaisesti. Torjuvat neuvottelut – hallilaisittain vastustavat uloskoodaukset – tuottivat tietoa siitä, mitä puolia sivustossa ei hyväksytä. Kritiikki kohdistui muun muassa tietojen kaupalliseen hyödyntämiseen, historiaäljen pysyvyyteen, yksityisyyden suojaan, viestinnän laatuun ja alustan arkkitehtuuriseen valtaan. Aikaisemmissa tutkimuksissa on todettu, että nämä asiat ovat pääasiallisia syitä lopettaa Facebookin käyttö (Baumer ym. 2013; Portwood-Stacer 2012; Stieger ym. 2013). Monille ei-käyttäjille edellä mainittuja tärkeämpi syy olla luomatta Facebook-tiliä oli kuitenkin se, että sivuston käytölle ei nähty tarvetta. Lähes kaikki ei-käyttäjät olivat pohtineet suhdettaan Facebookiin ja arvioineet tilanteita, joissa liittyminen voisi tulla kyseeseen (opiskelu, työ, muutto toiselle paikkakunnalle, Facebookiin siirtyvä tärkeä tieto), ja tapoja, joilla liittymisen voisi toteuttaa itselle mieluisalla tavalla (salanimi, projektille kuuluva yhteinen tili).

Torjuvan neuvotteluaseman ottaneella käyttäjällä oli kaksi pääasiallista syytä siihen, että hän harkitsi käytön lopettamista. Ensinnäkin torjuntaa ja jopa suuttumusta aiheutti se, että Facebook ei pelkäästään kannusta tietynlaiseen toimintaan vaan myös pakottaa siihen. Asetuksien säätämisestä huolimatta ei-toivotut ihmiset ovat pystyneet pyytämään kaveriksi, ja kaverin merkitseminen kuvaan on poikunut siihen kommentteja ihmisiltä, joiden nähtäväksi kuvaa ei tarkoitettu. Toiseksi käyttäjä koki turhauttavaksi sen, että Facebook esittää liikaa epäkiinnostavaa sisältöä (ks. myös Bucher 2012, 1169). Siinä missä tyytyvässä asemassa yritys sisältöjen korostumiseen liittyvään epämiellyttävään kehitykseen sopeuduttiin, torjuvassa neuvottelussa kehityksen uskottiin johtavan sivuston suosion vähenemiseen ja oman käytön lopettamiseen:

Mun mielestä se mainonnan määrä Facebookissa on lisääntynyt ihan järkyttävästi. Ja todennäköisesti se varmaan niinku lisääntyy ja lisääntyy vaan, en tiedä, ärsyttääkö ketään muuta se, mutta – – Mut mä en niinku et se, mistä se Facebook on alkanut, että niinko, tai miten mä oon sen ajatellut, että ollaan ihmisten kanssa yhteydessä läheisesti ja nyt se on pelkkä mainosivusto, niin siit on kadonnut se koko idea. Jos maailmassa on minun kaltaisia ihmisiä niin ei se niinku tollasella kehityksellä tuu kauheen pitkälle menemään. Kuka jaksaa vaan mennä kattomaan niitä mainoksia päivästä toiseen? (N, käyttäjä, 33)

Käytön väliaikaisesti lopettaneiden käyttäjien syyt eivät liittyneet Facebookin arkkitehtuuriseen valtaan tai tapoihin, joilla Facebook toimii yrityksenä (vrt. Portwood-Stacer 2012). Käyttämisestä oli luovuttu, koska viestintää pidettiin epäaitona eikä sivusto tuntunut tarpeelliselta. Myös ei-käyttäjät keskustelivat Facebook-välitteisen viestinnän laadusta ja mielikuvistaan sivustosta juoruilukanavana ja tunteiden tuuletusareenana. Facebookissa vallitseva suhteellisuudentajun menettänyt minäkeskeisyys näyttäytyi heille yhteisöllisen vastakohtana ja ”sushia ja shampanjaa”-elämä luotaantyöntävänä.

Ei-käyttäjät torjuivat Facebookin myös sen arkkitehtuurisen vallan takia. Epäilyä herättivät Facebookin tavat hyödyntää tietoja ja seurata selainkäyttäjien liikkeitä silloinkin, kun nämä ovat kirjautuneina sivustolta ulos. Lisäksi ei-käyttäjät olivat huolissaan siitä, miten historiajälkeä eli omasta toiminnasta internetiin jääviä tietoja, on mahdollista hallita. Nämä tunnot tiivistyivät ei-käyttäjien pohdinnoissa Facebookista tilana, jossa viestinnän ehdot eivät ole omissa käsissä:

N, ei-käyttäjä, 39: Niin et eiks se oo vähän silleen, että jos sä menet sinne niin sä hyväksyt tän kaiken?

N, ei-käyttäjä, 57: Niin niin.

N, ei-käyttäjä, 39: Ja mä en tavallaan hyväksy sitä niin mä en halua mennä sinne, mut tavallaan jos sä lähdet sinne, sun täytyy hyväksyä tämä.

N, ei-käyttäjä, 57: Mmm.

N, ei-käyttäjä, 39: Ja kyllähän silloin, et ne pelisäännöt sanelee joku muu.

Facebookin pakottavat puolet koskettivat myös ei-käyttäjiä, jotka olivat törmänneet vaatimukseen käyttää Facebook-tiliä esimerkiksi musiikin suoratoistosivustoille rekisteröitymiseen:

M, ei-käyttäjä, 27: Spotifysssä oli hetken aikaa et sinne ei pystynyt uudet asiakkaat tekemään tiliä muuten kuin Facebook-tunnusten kanssa, mikä oli mun mielest aivan pöyryttävää.

M, ei-käyttäjä, 23: Mul tota niinko niin sanotusti leipos kiinni oikein kunnol tää et – – Oli – – mä pidin kotoon juhlat, ja mä ajattelin et nyt mä lataan sen Spotifyn nyt sit, sielt saa helposti musiikkii. Mut ei saanutkaan.

M, ei-käyttäjä, 25: Ei eiii.

M, ei-käyttäjä, 23: Mä odottelin et sielt tuli ensimmäinen kaveri sit meil kylään ja se kirjautus sit omil Facebook-tunnuksil sinne. Mä sain kyl ladattuu sen Spotify-ohjelman koneel, mut mä en saanut mittää musiikkii, ku mä en päässyt kirjautuu sinne.

M, ei-käyttäjä, 27: Noi on just niit asioit mitkä aiheuttaa itel voimakkait vastareaktioita. Et sit pidetään niinku niin dominoivana ja niin itseisarvona sitä, että kaikkihan nyt Facebookii käyttää, et ei meidän tarvii tarjota muuta vaihtoehtoaakaan. Sit leipoo tosiaan pataan niin kovasti, et ei saatana, vähän pitäis tapella vastaan.

Torjuvien neuvottelujen kirjon ääripäissä oli kaksi ei-käyttäjää. Heistä ensimmäinen uskoi liittyvänsä sivustolle puolen vuoden kuluessa, kunhan saisi varmistuksen siihen, että pystyy käyttämään sivua turvallisesti. Toinen torjui Facebookin kokonaisuudessaan, ei vain joitakin siihen liittyviä merkityksiä. Kyseinen henkilö ei halunnut olla teknologiavälitteisesti yhteydessä ihmisiin. Hän kertoi sivuuttavansa yritykset, joilla on Facebook-sivu ja kieltäytyvänsä luomasta Facebook-sivua omalle yritykselleen. Torjuvan asenteensa takia hän oli kieltäytynyt myös katsomasta Facebookista kertovaa *The Social Network* -elokuvaa. Tulevissa tutkimuksissa olisikin syytä kiinnittää huomiota siihen, miten ei-käyttäjii rekrytoidaan, jotta olisi mahdollista eritellä ei-käytön erilaisia vivahteita. Facebookin kokonaisuudessaan torjuvien mukaan saaminen saattaa kuitenkin olla vaikeaa, sillä torjunta todennäköisesti ulottuu myös Facebookia koskevaan tutkimukseen.

Lopuksi ja jatkoksi

Empiirinen analyysini oli sovellus Hallin uloskoodausmallin neuvottelevasta koodista. Facebookin käyttäjien ja ei-käyttäjien neuvottelut Facebookista teknologiavälitteisenä toiminnan tilana osoittavat, että Facebook on nivoutunut elimelliseksi osaksi arkea. Konstruoimani neuvotteluasemat tekevät näkyväksi alustaan liitettyjen merkitysten moninaisuuden ja ristiriitaisuuden. Käyttäjät nauttivat sivuston tarjoamista yhteydenpidon mahdollisuuksista siitäkin huolimatta, että pitävät toiminnan mahdollisuuksia rajallisena ja joutuvat sopeuttamaan omaa käyttöönsä esimerkiksi yksityisyytensä suojaamiseksi (ks. myös van Dijck 2013, 18, 52).

Tulokset osoittavat tarvetta jatkaa myös ei-käytön tutkimista. Aikaisemmat tutkimukset ovat lähestyneet ei-käyttöä vain käytön lopettamisen näkökulmasta (esim. Baumer ym. 2013; Karppi 2014; Portwood-Stacer 2012; Stieger ym. 2013), joten tutkimukseni on uusi avaus ei-käytön tutkimukseen. Tutkimukseen osallistuneet ei-käyttä-

jät kertoivat arjessa kohtaamistaan tilanteista, joissa joutuvat arvioimaan suhdettaan Facebookiin: harrastusryhmän yhteydenpito halutaan hoitaa sivuston välityksellä, tärkeä tieto on saatavilla vain Facebookissa, työnantaja suosittaa sivuston käyttämistä, ystävä yhteisellä kahvitteluhetkellä viettää aikaa näpräten Facebookia ja tilittää sivuston käyttämisen aiheuttamasta parisuhderiidasta tai uutinen kertoo Facebookin jäljittävän myös ei-käyttäjien nettiliikennettä. Ei-käyttäjien osallistuminen ryhmäkeskusteluihin tarjosi mahdollisuuden tarkastella, missä määrin Facebookista on tullut niin itsestään selvä osa arkea, että sivuston olemassaoloa ei kyseenalaisteta tai sen toimintalogiikkaa mietitä. Ei-käyttäjät toivatkin keskusteluissa esiin sellaisia näkökulmia Facebookin arkkitehtuurisesta vallasta, jotka käyttäjät ohittivat. Sivuston kutoutumisesta normaaliksi miellettyyn arkeen kertoo myös se, että osa ei-käyttäjistä pääsi tutkimustilanteessa ensimmäistä kertaa keskustelemaan Facebookista ilman käyttäjien läsnäoloa.

Verrattain pienellä aineistolla saamani tulokset ovat samansuuntaisia kuin aikaisemmissa ihmisen ja teknologian välistä suhdetta tarkastelleissa tutkimuksissa ja ne herättävät kiinnostavia kysymyksiä jatkoa ajatellen. Yhdyn Mark Deuzen (2011, 137) kantaan, että (sosiaalisen) median käyttötapojen sijaan on syytä tutkia sitä, miten elämää elätetään mediassa. Facebookin arkistuminen ilmenee käyttäjien kuvauksissa riippuvuudestaan sivustosta (Paasonen 2014), ei-käyttäjien ulkopuolisuuden kokemuksissa viestinnän ja yhteydenpidon siirryttyä Facebookiin (van Dijck 2013, 51) sekä siinä, miten sivuston ei-käyttämisestä pikemmin kuin käyttämisestä on tullut asia, jota pitää perustella (Karppi 2014, 56). Tutkimus antaakin viitteitä siitä, että alustojen arkistuminen ja myönteiset käyttökokemukset saavat internetin toimintaympäristöjen materiaalis-taloudelliset reunaehdot näyttäytymään merkityksettöminä, eikä niitä tunnu mielekkäältä pohtia. Tutkimustilanteessa tämä ilmeni esimerkiksi siinä, että arkinen käyttö synnytti käyttäjien keskuudessa vilkasta keskustelua, mutta Facebookin rakenteisiin, toimintatapoihin ja vaihtoehtoihin alustoihin liittyvät keskustelut virisivät lähes yksinomaan esittämieni kysymysten kautta. Yhdessä ryhmässä keskustelu jopa lähes tyrehtyi teemojen siirtyessä pois arkisesta käytöstä, ja keskustelijoiden toistuvat huokaukset ilmaisivat, että teemat eivät puhutelleet heitä.

Stuart Hallin mukaan hegemonia paikantuu ennen kaikkea siihen, mikä otetaan annettuna (Hall 1980, 137). Tutkimukseeni osallistuneet käyttäjät eivät nähneet tarvetta toisenlaisiin ehdoin toimivalle sosiaalisen median sivustolle, mikä osaltaan vahvistaa havaintoa kapitalismin läpäisevyydestä ja luonnollistumisesta (Kitchin & Dodge 2011, 108). Facebook ja muut sosiaalisen median sivustot ovatkin vähitellen voineet ottaa käyttöönsä mallin, jossa käyttäjiltä ei kysytä, haluavatko he vastaanottaa mainoksia, eikä heille tarjota mahdollisuutta kieltää tietojensa kaupallista hyödyntämistä (Fuchs 2012, 149, 155). Hallin kokonaiskierron ajatusta mukaillen on selvää, että tällaisia vaihtoehtoja ei myöskään tulla tarjoamaan ennen kuin sellaisia vaaditaan. Samaan tapaan vapaiden, avoimien, hierarkiattomien ja ei-kaupallisten vaihtoehtoisten sosiaalisen median alustojen mahdollisuus haastaa olemassa olevia alustoja syntyy vain siitä, että ihmiset valitsevat niiden edustaman toimintakulttuurin.

Facebook on ollut vaitelias toimintalogiikastaan ja jakanut tietoja toimintatavoistaan vain vastahakoisesti (Bucher 2012, 1176; Langlois ym. 2009, 416, 424; van Dijck 2013, 166). Tämä selittää osaltaan, miksi arkkitehtuurisen vallan ohjaava ja määrittelevä luonne hahmottuu ihmisille huonosti eikä siitä piitata (ks. myös Ridell 2010). Tulevissa tutkimuksissa olisikin tärkeää selvittää, missä määrin tämä johtuu opitusta tavastamme ohittaa tekniikan toimintaehdot ja tottumuksestamme siihen, että ohjelmistot toimivat hiljaisesti taustalla (Kitchin & Dodge 2011, 40). Analyysini piirtää kuvaa käyttäjistä, jotka kaikesta huolimatta luottavat Facebookiin, uskovat oman toimintansa takaavan turvallisen käytön ja loppujen lopuksi välittävät varsin vähän siitä, miten Facebook toimii. On jopa häkellyttävää, missä määrin Facebookin käyttäjät ohittivat sivuston sosioteknisen toimijuuden ja kuinka vakaasti he uskoivat omaan toimintaansa esimerkiksi tietoturvasa varmistamisessa (ks. myös van Dijck 2013, 46). Yksi tulosteni pohjalta avautuva jatkotutkimussuunta onkin sen erittely, millaisena toimijana kytkös-media hahmotetaan (esim. Facebook henkilönä, toiminta-alustana, pörssiyhtiönä ja valvontakoneiston osana) ja miten tämä vaikuttaa omaksuttuihin neuvotteluasemiin. Olisi tarpeen myös analysoida, missä määrin oman aineistoni keräämisen jälkeen julkitulleet paljastukset tietojen systemaattisesta keräämisestä ja NSA:n harjoittamasta tarkkailusta ovat vaikuttaneet sosiaalisen median ymmärtämiseen teknologiavälitteisenä tilana.

Tutkimukseni kohdistui Suomessa käytetyimpään (Alexa 2015) sosiaalisen median alustaan. Sitä koskevat merkitysneuvottelut eivät ole suoraan yleistettävissä muihin alustoihin, koska vaikuttaa siltä, että Facebook herättää poikkeuksellisen suurta torjuntaa. Sosiaalisen median alustoja kuitenkin yhdistää se, että ne järjestävät, ennakoivat ja hallinnoivat toimintaa samankaltaisen logiikan mukaisesti (van Dijck 2013, 42, 158). Merkille pantavaa on, että sadasta suurimmasta sosiaalisen median sivustosta 98 prosenttia toimii kaupallisilla periaatteilla pyrkien kehittämään internetiä kaupalliseen suuntaan (emt., 16). Oma tutkimuksensa aihe olisikin verrata Facebookista käytyjä merkitysneuvotteluja siihen, miten muista sosiaalisen median alustoista neuvotellaan.

Stuart Hallin sisäänkoodaus–uloskoodaus-mallissa muotoiltu jäsenitys medioituneen viestintäprosessin valtdynamiikasta ja mediaorganisaatioista tavoitteellisina toimijoina antoi hedelmällisen lähtökohdan tutkia Facebookiin liitettyjen merkitysten rakentumista. Tutkimukseni osoitti, että mallilla on edelleen kriittistä potentiaalia. Huomion kohdistaminen sisäänkoodaukseen merkitysten tuotannon kokonaiskierrossa nostaa keskiöön sen, miten sosiaalisen median alustojen merkitykset syntyvät oleellisesti teknologiavälitteisestä tilallisuudesta arkkitehtuurista sekä liikesalaisuuksina suojatuista protokollista ja algoritmeista. Näiden merkitysten jäljittäminen ja tulkitseminen onkin yksi ajankohtaisimmista haasteista myös mediatutkijoille. Haasteeseen tarttuminen edellyttää kulttuurisen mediatutkimuksen saattamista keskustelusuhteeseen tieteen- ja teknologiantutkimuksen ja kriittisen ohjelmistotutkimuksen kanssa. Sosiaalisen median tutkimuksessa tarvitaan ylimalkaan enemmän ymmärrystä ja menetelmiä kokonaiskierron tutkimiseen eli siihen, millaisilla tavoilla sosiaalisen median alustat ohjaavat ja muokkaavat käytön mahdollisuuksia, millaisia merkityksiä ihmiset liittävät alustoihin sekä miten he vaikuttavat alustojen kehitykseen.

Viitteet

- 1 Vaikka ei-käyttäjyys käsitteenä ikävästi määrittynyt käyttämisen kautta ja siten rakentaa normia, joka ottaa Facebookiin kuulumisen annettuna, puhun tässä tutkimuksessa paremman puutteessa ei-käyttäjistä.
- 2 Suomeksi artikkeli julkaistiin ensimmäisen kerran vuonna 1985 *Tiedotustutkimus*-lehden numerossa 8:1 Veikko Pietilän käännöksenä.
- 3 Suomenkielinen käännös kytkösmedia van Dijckin termille *connective media* syntyi Tampereen yliopiston CMT-yksikön Verkko ja valta -lukupiirissä keväällä 2013.
- 4 Tutkimukseen osallistuneet käyttäjät olivat henkilöitä, jotka oman kertomansa mukaan käyttivät varsin aktiivisesti Facebookia. Ei-käyttäjät olivat henkilöitä, joilla ei ole ikinä ollut tiliä Facebookissa. On kuitenkin syytä huomata, että käyttäminen ja ei-käyttäminen eivät ole yksiselitteisiä kategorioita. Kaksi käyttäjää oli jossain vaiheessa lopettanut tilinsä, mutta palannut sivustolle ja toinen näistä harkitsi jälleen tilinsä lopettamista. Vaikka ei-käyttäjillä ei ollut tiliä Facebookissa, monet heistä kuitenkin käyttivät Facebookin tietoja hyväkseen ja yksi heistä uskoi lähiaikoina liittyvänsä sivustolle.

Kirjallisuus

- Alexa (2015). Top sites in Finland. Saatavilla: <http://www.alexa.com/topsites/countries/FI> (luettu 24.7.2015).
- Andrejevic, Mark (2013). *Infoglut: How Too Much Information Is Changing the Way We Think and Know*. New York & Abingdon: Routledge.
- Angus, Ian ym. (1994). Reflections upon the encoding/decoding model. An interview with Stuart Hall. Teoksessa: Cruz, John & Lewis, Justin (toim.). *Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception*. Boulder & San Francisco & Oxford: Westview Press, 253–274.
- Barbour, Rosaline (2007). *Doing Focus Groups*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage.
- Baumer, Eric P. S.; Adams, Phil; Khovanskaya, Vera D.; Liao, Tony C.; Smith, Madeline E.; Sosik, Victoria Schwanda & Williams, Kaiton (2013). Limiting, leaving, and (re)lapsing: A survey of Facebook non-use practice and experiences. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Paris, France 27.4.– 2.5.2013). Saatavilla: <http://ericbaumer.com/wp-content/uploads/2013/04/CHI2013-FBLL-13-camera.pdf> (luettu 1.8.2014).
- Beer, David (2009). Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious. *New Media & Society* 11: 6, 985–1102.
- Berg, Martin (2012). Social intermediaries and the location of agency: A conceptual reconfiguration of social network sites. *Contemporary Social Science: Journal of the Academy of Social Sciences* 7: 3, 1–13.
- Bucher, Taina (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society* 14: 7, 1164–1180.
- Caers, Ralf; Feyter, Tim De; Couck, Marijke De; Stough, Talia; Vigna, Claudia & Bois, Cind Du (2013). Facebook: A literature review. *New Media & Society* 15: 6, 982–1002.
- Couldry, Nick (2015). Illusions of immediacy. Rediscovering Hall's early work in media. *Media, Culture & Society* 37: 4, 637–644.
- Deuze, Mark (2011). Media life. *Media, Culture & Society* 33: 1, 137–148.
- Facebook (2014). Our mission. Saatavilla: <http://newsroom.fb.com/company-info/> (luettu 14.8.2014).
- Fludernik, Monika (2000). Genres, text types, or discourse modes? Narrative modalities and generic categorization. *Style* 31: 1, 274–292.
- Fuchs, Christian (2012). The political economy of privacy on Facebook. *Television & New Media* 13: 2, 139–159.
- Gehl, Robert W. (2013). What's on your mind? Social media monopolies and noopower. *First Monday* 18: 3. Saatavilla: <http://firstmonday.org/article/view/4618/3421> (luettu 5.6.2014).
- Gillespie, Tarleton (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society* 12: 3, 347–364.
- Gurevitch, Michael & Scannell, Paddy (2003). Canonization achieved? Stuart Hall's "Encoding/Decoding". Teoksessa: Katz, Elihu; Peters, John Durham; Liebes, Tamar & Orloff, Avril (toim.). *Canonic Texts in Media Research*. Cambridge, Oxford & Malden: Polity, 231–247.

- Hall, Stuart (1980). Encoding/decoding. Teoksessa: Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew & Willis, Paul (toim.). *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972–79*. London: Hutchinson, 128–138.
- Hargittai, Eszter (2015). Is bigger always better? Potential biases of big data derived from social network sites. *The Annals of the American Academy* 659, 63–76.
- Karppi, Tero (2014). *Disconnect.Me. User Engagement and Facebook*. Annales Universitatis Turkuensis. Sarja B - osa 376 Humaniora. Turku: Turun yliopisto.
- Kitchin, Rob & Dodge, Martin (2011). *Code/Space: Software and Everyday Life*. Cambridge and London: The MIT Press.
- Kottasova, Ivana (2014). Zuckerberg goes shopping: Facebook's top 10 purchases. *CNN*. Saatavilla: <http://edition.cnn.com/2014/03/26/business/facebook-acquisitions/index.html> (luettu 16.7.2015).
- Krajina, Zlatan (2011). Negotiating the mediated city. Everyday encounters with urban screens. PhD Media and Communications. Goldsmiths' College, University of London. Saatavilla: <http://core.ac.uk/download/pdf/1447920.pdf> (luettu 11.2.2015).
- Joinson, Adam N. (2008). 'Looking at', 'looking up' or 'keeping up with' people? Motives and uses of Facebook. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems*, (Florence, Italy, 5.–10.4.10.2008). Saatavilla: http://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson_Facebook.pdf (luettu 13.6.2014).
- Langlois, Ganaele; Elmer, Greg; McKelvey, Fenwick & Devereaux, Zachary (2009). Networked publics: The double articulation of code and politics on Facebook. *Canadian Journal of Communication* 34: 3, 415–434.
- Lessig, Lawrence (1999). The law of the horse: What cyberlaw might teach. *Harvard Law Review* 113, 501–546.
- Liamputtong, Pranee (2011). *Focus Group Methodology: Principles and Practice*. London, Thousand Oaks, New Delhi & Singapore: Sage.
- Miller, Joe (2014). Zuckerberg: Facebook's mission is to connect the world. *BBC*. Saatavilla: <http://www.bbc.com/news/technology-26326844> (luettu 4.9.2014).
- Morley, David (1980). *The 'Nationwide' Audience*. London: British Film Institute.
- Morley, David (2006). Unanswered questions in audience research. *The Communication Review* 9: 2, 101–121.
- Paasonen, Susanna (2014). As networks fail. Affect, technology, and the notion of the user. *Television @ New Media*, 1–16. DOI: 10.1177/152747641452906.
- Pillai, Poonam (1992). Rereading Stuart Hall's encoding/decoding model. *Communication Theory* 2: 3, 221–233.
- Portwood-Stacer, Laura (2012). Media refusal and conspicuous non-consumption: the performative and political dimensions of Facebook abstention. *New Media @ Society* 15: 7, 1041–1057.
- Ridell, Seija (2010). The cybercity as a medium. Public living and agency in the digitally shaped urban space. *International Review of Information Ethics* 12, 11–19.
- Ridell, Seija (2011). *Elämää Facebookin ihmemaassa: Sosiaalinen verkkosivusto käyttäjiensä kokemana*. Tampere: Tampereen yliopisto, Viestinnän, median ja teatterin yksikkö.
- Schröder, Kim Christian (2000). Making sense of audience discourses: Towards a multidimensional model of mass media reception. *European Journal of Cultural Studies* 3: 2, 233–258.
- Slack, Jennifer & Wise, J. Macgregor (2005). *Culture + Technology. A Primer*. New York: Peter Lang.
- Statistic Brain (2014). Facebook statistics. Saatavilla: <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/> (luettu 14.8.2014).
- Stieger, Stefan; Burger, Christoph; Bohn, Manuel & Voracek, Martin (2013). Who commits virtual identity suicide? Differences in privacy concerns, internet addiction, and personality between Facebook users and quitters. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 16: 9, 629–634.
- Sulkunen, Pekka (1990). Ryhmähaastattelujen analyysi. Teoksessa: Mäkelä, Klaus (toim.). *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, 264–285.
- Suomen virallinen tilasto (2013). Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö. Liitetaulukko 19: Yhteisöpalveluiden käyttö iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunkimaisuuden ja sukupuolen mukaan 2013, %-osuus vä estöstä. Helsinki: Tilastokeskus. Saatavilla http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_tau_019_fi.html (luettu 24.10.2014).

- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2011). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Valtonen, Anu (2005). Ryhmäkeskustelut: millainen metodi? Teoksessa: Ruusu vuori, Johanna & Tiittula, Liisa (toim.). *Haastattelu: Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino, 223–244.
- van Dijck, José (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.
- van Dijck, José & Poell, Thomas (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication* 1: 1, 2–14.
- Wilson, Robert E.; Gosling, Samuel D. & Graham, Lindsay T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science* 7: 3, 203–220.
- Yousman, Bill (2013). Revisiting Hall's encoding/decoding model. Ex-prisoners respond to television representations of incarceration. *Review of Education, Pedagogy and Cultural Studies*, 35: 3, 197–216.
- Zuckerberg, Mark (2011). Our commitment to the Facebook community. Saatavilla: https://blog.facebook.com/blog.php?blog_id=company&blogger=4 (luettu 4.9.2014).