

VIRAALI VIHAISSUUS JA TAHMEA NAURU: TUNTEET JA ALGORITMIT DIGITAALISESSA VAALIKAMPANJOINNISSA

Alexi Knuutila & Salla-Maaria Laaksonen

LÄHTÖKOHDAT

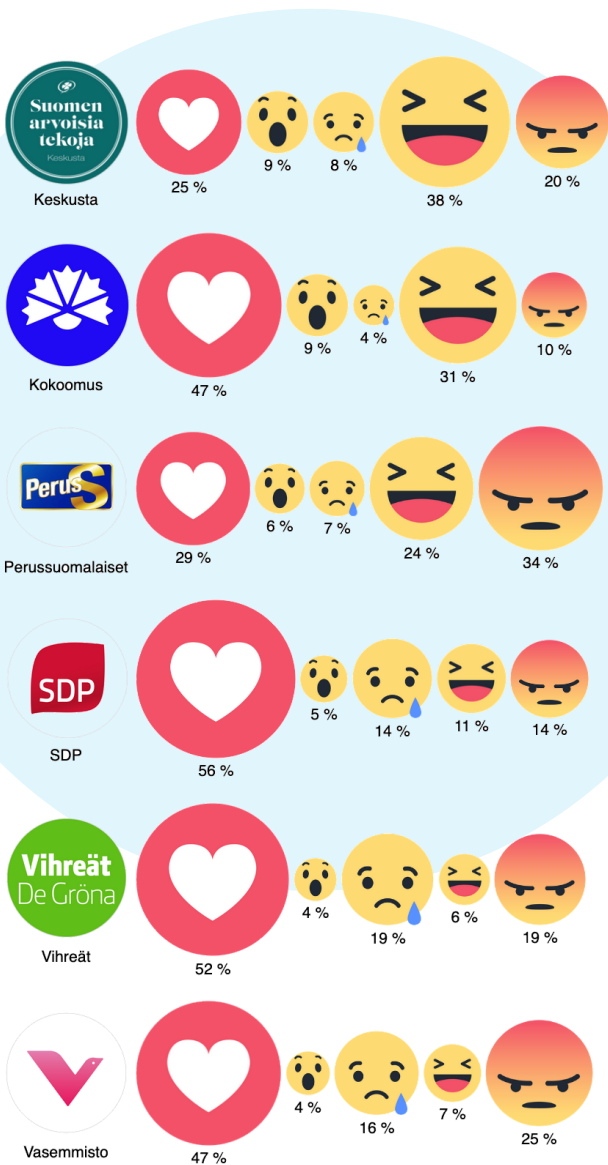


Tutkimus on korostanut tunteiden merkitystä poliittisessa viestinnässä vaalikampanjoinnista sosiaaliseen liikehdintään. Samalla kampanjointia tehdään yhä enemmän sosiaalisen median välittämänä. Alustat käyttäjineen vaikuttavat siihen, minkälaiset viestit keräävät näkyvyyttä ja huomiota.

Tutkimuksemme tarkasteli tunnereaktioiden ja tunnepitoisen viestinnän roolia Suomen 2019 eduskuntavaalien Facebook-kampanjoinnissa.

AINEISTO JA MENETELMÄT

Analysoimme laskennallisten menetelmien ja laadullisen sisällönanalyysin avulla vuoden 2019 eduskuntavaalien kampanjoita niiden synnyttämien tunnereaktioiden kautta. Aineistonaamme oli **78 835 päivitystä** 688 ehdokkaan tai puolueen Facebook-sivuilta.



PUOLUEIDEN TUNNESKAALAT

Poliittisten toimijoiden tuottamissa tunnereaktioissa oli järjestelmällisiä eroja. Ihastu-reaktion käyttö korostui vasemmiston, sosialidemokraattien ja vihreiden viesteissä, naurureaktiot vastauksena hallituspuolueiden politiikkaan, ja vihareaktio perussuomalaisten ja vasemmistoliiton viesteihin reagoitaessa.

VIHAN JA NAURUN VOIMA

Tunnereaktioista vihaisuus oli vahvimmin yhteydessä päivitysten jakomäärien kanssa, nauru taas korreloi selvimmin viestin saamien kommenttien kanssa.

Vihareaktiota herättivät esimerkiksi maahanmuuton uhkien maalailu ja istuvan hallituksen sosiaalipolitiikan kritiikki. Naurureaktion nostattajana toimi usein viestin lähettäjään kohdistuva poliittinen pilkka ja huumorin siivittäjä kilpailijoiden mustamaalaus.

Facebookin aikajana-algoritmi näyttäisi korostavan erityisesti vihaisuutta herättävien viestien näkyvyyttä.

POLITIIKKA TUNNE EDELLÄ?

Facebook on sisältöjen kierrolle rakentuvan mediatilan yksi keskeinen alusta. Tulostemme valossa se **tukee paremmin tunnepitoisesti kehystettyä, eri tavoin hätkähdyttävää poliittista viestintää** ja huonommin deliberatiivista, asiapitoista keskustelua.

Politiikan ei toki voi odottaa olevan vapaa tunteista tai edes vihamielisyydestä. Silti esimerkiksi toimittajien ja äänestäjien olisi hyvä tunnistaa tunteiden ja niitä korostavien alustojen algoritmien vaikutus digitaalisessa poliittisessä viestinnässä.

