Sosiaalinen media ja algoritmit maailmankuvaa muokkaavana voimana

Minna Ruckenstein

Nuoret ovat kasvaneet maailmaan, jossa sosiaalinen media eli some on yksi paikoista, joissa he muodostavat käsitystä itsestään, toisista ja yhteiskunnasta. Some on houkuttava, mutta ei kuitenkaan kaikille. On nuoria, jotka eivät vietä lainkaan aikaa sosiaalisessa mediassa. Maailmankuvat eriytyvät somessa vietettyjen tuntien mukana.

Some ei ole irrallinen saareke vaan tiivisti kytköksissä nuorten ystävyyssuhteisiin ja arkisiin tekemisiin. Oma tapani jäsentää sosiaalisen median maailmankuvallisia vaikutuksia on algoritmin kulttuuri. *The Feel of Algorithm* (2023) kirjani kuvaa, kuinka algoritmeihin kytkeytyvä tiedon käsittely kohtelee ihmistä ja miten ihminen hahmottaa tämän käsittelyn ja reagoi siihen. Teknisesti algoritmit ovat laskennallisia malleja, kuvauksia ja ohjeita, joita seuraamalla tietty tehtävä suoritetaan tai ongelma ratkaistaan. Vaikutukset ulottuvat kuitenkin huomattavasti laajemmalle. Algoritmin kulttuuri on teknologiaa koskevia käsityksiä ja sen herättämiä tunteita. Algoritmit tuovat elämään mukavuutta ja vaivattomuutta, mutta toisaalta niiden valvova ja ohjaileva luonne tuntuu tunkeilevalta.

Teknologiayhtiöt ohjailevat algoritmeillaan arkisia tekemisiä, mutta eivät avaa omaa toimintalogiikkansa. Yritykset kieltäytyvät johdonmukaisesti haastatteluista, joissa niiden tulisi ottaa kantaa nuorille haitallisiin sisältöihin tai perustella miksi he eivät ota niistä vastuuta. Se, etteivät tutkijat ja toimittajat kykene riittävästi avaamaan digitaalisen ympäristön toimintaa, kertoo algoritmisesta maailmanjärjestyksestä. Emme yksinkertaisesti tiedä tarpeeksi siitä, miten nuoria manipuloidaan tai ei manipuloida sosiaalisen median palveluissa.

Ihmiset voivat kuvitella algoritmien olevan kyvykkäämpiä kuin ne todellisuudessa ovat. Niiden ajatellaan näkevän jotakin, mitä ihminen ei itse olisi kyennyt näkemään. Päätelmien osuvuus voi kauhistuttaa – ihan kuin algoritmi lukisi ajatuksia. Toisaalta algoritmit tuottavat myös pettymyksiä. Suosittelujärjestelmiltä odotetaan osuvia ehdotuksia, mutta luokittelut ja päättelyt kummastuttavat: ihminen ei tunnista itseään suosituksista. Kyky tuntea juuri minut näyttäytyy kovin rajallisena. Algoritmeilla ei ole tilannetajua: jos on kuunnellut virsiä matkalla hautajaisiin, se tuskin kertoo halusta kuunnella virsiä tulevina viikkoina. Algoritmit kuitenkin etsivät samankaltaisuuksia ja tarjoavat soittolistalle lisää virsiä.

Kuvaan seuraavassa, kuinka sosiaalisen median yleistä toimintalogiikkaa on kuvattu tutkimuksessa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tuon esille erilaisia näkökulmia siihen, millaisena nuoren toiminta ja oma paikka maailmassa näyttäytyy. Korostan, että tämä ei tapahdu suoraviivaisesti. Algoritmin kulttuurilla on ikään kuin erilaisia, toisiaan vahvistavia mutta myös eri suuntiin kulkevia maailmankuvallisia voimia. Maailmankuvan muotoutumisen näkökulmasta sosiaalinen media ja algoritmivetoiset ympäristöt ovat kulttuurisesti jännitteisiä tiloja. Se tekee niistä iloa, ärsytystä ja ahdistusta tuottavia. Maailmankuva voi eheytyä ja lujittua, mutta samalla suhde ympäröivään maailmaan voi haurastua. Maailmankuvan esittämisestä voi tulla tärkeämpää kuin maailmaan osallistumisesta. Tieto maailmasta voi muodostua pistemäisistä ja tunteita herättävistä somekuohuista. Kun nuoret takertuvat yhteen asiaan kerrallaan, käsitys yhteiskunnasta muotoutuu poukkoillessa aiheesta toiseen.

Digitaalisessa ympäristössä ihmisestä tulee datanlähde. Ihmistä ei lähestytä kokonaisuutena, jolla on oma historiansa, kulttuurinen ja yhteiskunnallinen paikkansa. Sosiaalisen median palveluissa suomalainen nuori on joukko datapisteitä tai dataksi taipuvia piirteitä: pelaaminen, maskuliinisuus, meikkaus, vegaanius, konservatiivisuus, ahdistus. Näiden dataksi taipuvien piirteiden avulla nuorten tekemisiä voidaan huomaamattomasti ohjailla kohti tietynlaisia sisältöjä tai samanmielisten yhteisöjä. Sosiaalisen median käytöstä ei suoraan seuraa tietynlaista toimintaa tai ymmärrystä, mutta algoritmiohjatun toimintaympäristön tapa käsitellä ja organisoida tietoa voi yksipuolistaa tai rikkoa ymmärrystä omasta toimintaympäristöstä. Näin algoritmiperusteinen ohjailu vaikuttaa myös omaan toimijuuteen ja kykyyn vaikuttaa omaan ympäristöön ja tulevaisuuteen.

Digitaalisen toimintaympäristön tuntemus auttaa näkemään erilaisia mahdollisia kehityskulkuja. Tulevaisuudet eivät vain tupsahda jostain vaan niitä tuotetaan jokapäiväisillä valinnoilla. Olennaista on ymmärtää, missä algoritminen tiedontuotanto tukee omia pyrkimyksiä ja milloin siitä kannattaa pyristellä eroon. Oma etu ei tässä tapauksessa välttämättä ole myöskään yhteinen etu, joten omaa sosiaalisen median tiliä kannattaa käyttää harkiten.

Teknologisia ohjausvoimia

Tutkimukset median ja viestinnän, kulttuurintutkimuksen ja sosiologian aloilla ovat purkaneet algoritmisten järjestelmien kulttuurisia, taloudellisia ja poliittisia puitteita ja pyrkimyksiä. Jättiyritykset, kuten Alphabet, Meta ja Amazon, ohjaavat tiedonhankintaa, nostavat aiheita keskusteluun ja luotsaavat arkisia kulutusvalintoja. Konkreettinen esimerkki tällaisesta taustalla toimivasta ohjausvoimasta on Googlen hakukone, jonka avulla löytyy vain muutama prosentti verkon sisällöistä. Hakukoneesta on tullut verkon omalakinen tiedon järjestelijä.

Mediatutkijoiden mukaan olemme siirtyneet kohti yhteiskuntaa, jossa yritykset ja organisaatiot tunkeutuvat yhä syvemmälle ihmisten arkeen ja aikeisiin. Kaupallisesta näkökulmasta toiveena voi olla, että nuoret eläisivät digitaalisissa palveluissa. Palvelussa käytetyn ajan maksimoiminen on tuotekehityksen julkilausuttu päämäärä. Kaikenlaisen hankauksen vähentäminen ihmisen ja palvelun väliltä on silloin toivottavaa. Tavoitteena on sitouttaa käyttäjiä ja pitkittää palvelussa käytettyä aikaa. Tämä tavoite näkyy päivittäisessä sosiaalisen median käytössä. Puhelimella voi huomaamatta vierähtää tuntikausia.

Sosiaalisen median palvelut järjestävät maailmaa, määrittävät tärkeitä erotteluja ja ehdottavat uutuuksia ja keskustelunaiheita. Ne vievät ilmatilaa muilta kulttuurisesti ja yhteiskunnallisesti tärkeiltä aiheilta. Näin ymmärrettynä algoritmin kulttuuri on yritysten hallinnoimaa kulttuurisen järjestämisen työtä. Nuorten on yhä vaikeampi erottaa toisistaan kaupallisia ja ei-kaupallisia sisältöjä. Käsitys ilmiöiden alkuperästä, tärkeydestä tai poliittisuudesta voi olla mittasuhteeton. Algoritmit puskevat aggressiivisesti jotain tiettyä, yleensä polarisoivaa ilmiötä. Sitten keskustelu loppuu kuin seinään.

Mediatoimijat ovat perinteisesti tehneet päätelmiä yleisöstään kulttuuristen ja sosiaalisten luokittelujen avulla. Tällaisia luokitteluja ovat esimerkiksi sukupuoli, ikä, tulotaso, koulutus ja asuinpaikka. Yleisötutkimuksissa saatettiin kartoittaa myös seksuaalista suuntautumista, puoluekantaa tai harrastuksia, erilaisia mieltymyksiä, toiveita ja pelkoja. Työn lopputuloksena syntyi erilaisia kuluttajien tai käyttäjien segmentointeja. Aikakauslehdistä voi päätellä, millaiset taustamuuttujat tai elämäntyylit ja kiinnostuksenkohteet lehtiä ohjaavat. Lehden kansi ilmaisee, onko teemana sisustus, ruoanlaitto, mökkeily, metsästys vai ihmisenä kehittyminen.

Algoritminen tiedontuotanto jäljittelee perinteistä segmentointia. Samalla se kuitenkin irtautuu sosiologisesti ja kulttuurintutkimuksellisesti virittyneestä kyselyille ja otostutkimuksille perustuvasta tavasta tuottaa tietoa. Siinä missä segmentointi luo staattisempaa luokittelujen maailmaa korostaessaan taustamuuttujia, kuten sukupuolta, luokka-asemaa tai ikää, algoritminen tiedontuotanto pyrkii dynaamiseen käyttäjäymmärrykseen. Käyttäjää koskevien muuttujien määrälle ei ainakaan teoriassa ole ylärajaa. Nuori voidaan luokitella terveyteen, urheiluun, ikään tai seksuaalisuuteen liittyvien tietojen perusteella. Häntä voidaan tuuppia pienten viitteiden perusteella. Vihje itsetuhoisuudesta voi johdattaa itsemurhavinkkivideoihin.

Sosiaalinen media on ikään kuin jatkuvasti muuntuva testiympäristö, jossa kokeillaan mikä ajatus tai ilmiö nousee kiinnostavaksi. Some ei tyydy kuvailemaan yleisöjä luokittelujen avulla, vaan se yrittää tunkea mukaan ihmisten tunnelmiin ja arkisiin tekemisiin, reaaliaikaisesti. Tällä voi olla maailmankuvaa muokkaavia seurauksia. Palvelut ja niitä tukevat algoritmeihin perustuvat päättelyt ovat markkinoinnin välineitä: nuorta ohjataan viettämään aikaa muiden ahdistuneiden kanssa tai hänelle suositellaan tietynlaista poliittista sisältöä. Ihminen ei tietoisesti valitse poliittista vakaumusta vaan algoritmi ehdottaa sisältöjä aiemmin nähdyn sisällön tai sen perusteella mitä hänenlaisensa nuoret ovat katsoneet. Yksipuolinen tapa hahmottaa maailmaa voi vahvistua huomaamatta.

Vahvuuden logiikkaa

Algoritmien logiikka on tyypillisesti vahvuuden logiikkaa. Teknisesti sen ei tarvitsisi olla näin, mutta suosittelujärjestelmät on usein suunniteltu tavalla, joka mukailee ihmisten jo tekemiä päätöksiä. Nuoret tunnistavat sosiaalisen median ohjaavia ja manipuloivia mekanismeja. He pyrkivät ottamaan niitä haltuun ja toisaalta estämään niiden vaikutuksia. He voivat erimerkiksi aktiivisesti vastustaa samanmielisten yhteisöjä, kuplautumista, ja etsiytyä eri tavoin ajattelevien seuraan. Nuorten kritiikki voi kohdistua myös siihen, miten sosiaalisen median palvelut nostattavat tunteita tai kohtelevat ihmistä käyttäytymisen piirteinä ja säännönmukaisuuksina.

Sosiaalisen median tavan siivittää tunteikkaita vastakkainasetteluja tunnistavat sekä palveluiden kehittäjät että niiden käyttäjät. Pöyristyttävä sisältö saa erityistä huomiota, kun taas maltillisemmat sisällöt eivät innosta. Näkyvyydestä taistelu saa ihmiset tekemään yhä provokatiivisempaa sisältöä. Sen sijaan, että suosittelujärjestelmät ohjaisivat ihmisiä poispäin tunnekuohuista, ne voivat yrittää pikemminkin vahvistaa niitä. Kun kerran muutkin ovat pöyristyneet tästä videosta, sinäkin varmasti haluat sen katsoa. Samat videot kiertävät maasta toiseen, ruudulta toiselle. Nuoret miehet kertovat, kuinka heidän on lähes mahdotonta käyttää Tiktokkia tai Instagramia törmäämättä seksuaaliseen sisältöön, joka johdattelee kohti Onlyfansin sivustoja. Heidän ei tarvitse edes tykätä, kommentoida tai katsoa näitä sisältöjä. Ne tulevat ikään kuin annettuna.

Algoritmien toiminta perustuu käyttäytymisen kaavamaisuuksiin, selailuhistorioihin ja tehtyihin ostopäätöksiin. Ei ole sattumaa, että nuoret miehet ovat yhtäkkiä kiinnostuneita hajusteista tai nuoria naisia innostavat ihonhoitotuotteet. Tiktokin videot yhdenmukaistavat mieltymyksiä yli kansallisrajojen. Markkinoinnin hivuttautuminen kohti suosittelukoneistoja ja sosiaalisen median vaikuttajia kertoo laajemmasta kulutuskulttuurin murroksesta. Kiinnostuneiden yleisöjen hahmottelu ei ole enää selittävää vaan pikemminkin ohjaavaa ja ennakoivaa. Digitaalisissa ympäristöissä käyttäjien hallinta on kykyä enteillä tulevaa käytöstä. Sovellukset ja palvelut haravoivat verkon sisältömassaa ja valitsevat nähtäväksi opettavia, liikuttavia tai vihattavia sisältöjä. Sosiaalisen median vaikuttajat vahvistavat näitä tiedon virtoja ja pyrkivät asettumaan henkilökohtaisiksi kuraattoreiksi. Näin ne muovaavat

sitä, mihin nuoren pitäisi kiinnittää huomiota. Somevaikuttajasta tulee maailmankuvallinen voima.

Ihmisen ja teknologian yhteistoimintaa

Verkkoyhteisöt tarjoavat tukea ja mahdollisuuksia itseilmaisuun, mutta ne ovat myös kaupallisia tiloja, joissa nuorten tekemisiä seurataan ja ohjaillaan. Taina Bucher (2018) kuvaa, kuinka verkon yhteisöt tarjoavat valmiiksi ajateltua ”ohjelmoitua sosiaalisuutta”. Kun teknologiavälitteinen sosiaalisuus muuttuu arkiseksi, muunlainen sosiaalisuus ei välttämättä houkuta. Osa nuorista on mieluummin verkon välityksellä yhteydessä toisiin. Toiset taas suosivat edelleen kasvokkaista yhdessäoloa. Tämä tuottaa sosiaalisten maailmojen eriytymistä, joka vaikuttaa siihen millaisena maailma ja muut ihmiset näyttäytyvät.

Nuoret puhuvat sosiaalisen median addiktoivasta luonteesta. Some on kuitenkin aina ihmisten ja teknologian yhteistoimintaa. Tekniset systeemit lakkaavat olemasta yksinomaan teknisiä, kun ne kohtaavat ihmisten aikeet ja toiminnan. Usein kerrottu esimerkki tästä on Microsoftin vuonna 2016 kehittämä keskustelurobotti Tay, joka ohjelmoitiin oppimaan Twitter-vuorovaikutusta. Tay reagoi ihmisten asenteisiin ja ennakkoluuloihin ja jäljitteli niitä. Pian keskustelurobotti tuotti seksistisiä vitsejä ja juutalaisvastaisia kommentteja. Tay on natsi, Twitterissä huomauteltiin. Microsoft pahoitteli Tayn käytöstä. Keskustelurobotin toiminta lopetettiin alle vuorokaudessa.

Tay-robotti ei oppinut natsiksi itsekseen, vaan se päätteli, millaisia kommentteja siltä odotettiin. Robotille suunnatut palautteet valmensivat sitä vihamieliseen kirjoitteluun. Sosiaalisen median ympäristöissä myös ihmiset reagoivat muiden asenteisiin ja ennakkoluuloihin ja jäljittelevät niitä. Maailmankuvien muodostumisen ja muokkautumisen näkökulmasta ihminen ei välttämättä ole yhtään vähemmän vaikutuksille altis kuin Tay-robotti. Sosiaalisen median ympäristöt voivat vahvistua joko vihamielisiksi tai ystävällisiksi. Ihmiset reagoivat toisten sanomisiin ja algoritmit toimivat vahvistavana voimana.

Sosiaalisen median palvelut voivat yrittää tunnistaa ihmisten tekemisistä hetkiä, jolloin he ovat alttiimmillaan tarttumaan erilaisiin täkyihin. Pyrkimyksenä on kanavoida houkutuksia mahdollisimman osuvasti ja oikea-aikaisesti. Ihmisessä yritetään herättää tunne siitä, että tämä viesti on juuri minulle. Tätä minä tarvitsen. Personoinnin erottaa segmentoinnista sen intiimimpi luonne. Sen avulla yritetään kytkeytyä käyttäjän kiinnostuksenkohteisiin ja tiedon tarpeisiin.

Onnistunut personointi voi tuottaa tunteen kuulumisesta omanlaiseen yhteisöön. Nuoret voivat sukeltaa verkossa syvälle identiteettityöhön ja sosiaaliseen kanssakäymiseen. Algoritmivetoiset ympäristöt tarjoavat kanavia, joiden tukemana tutkia omaa identiteettiä, tutustua uusiin ihmisiin ja jakaa ajatuksia ja tunteita. Sopivan verkkoyhteisön löytyminen lopettaa turhan etsiskelyn ja vaikuttaa onnekkaalta sattumalta. Juuri kun etsii jotakin, se löytyy kuin itsestään. Verkkoyhteisöt tarjoavat mahdollisuuden jakaa kiinnostuksen kohteita, arvostuksia ja kokemuksia. Yhteisöllisyyden tuntu auttaa nuoria kokemaan itsensä hyväksytyiksi ja ymmärretyiksi.

Nuorten ilmaisema positiivinen käsitys sosiaalisesta mediasta muistuttaa, että verkossa opeteltu itseilmaisu voi auttaa nuoria ymmärtämään paremmin itseään, kehittämään omia näkemyksiään ja vahvistamaan identiteettiään. He voivat löytää inspiraatiota ja roolimalleja erilaisista identiteeteistä, kulttuureista ja elämäntavoista. Tämä voi laajentaa omaa näkökulmaa ja auttaa hyväksymään oman erityisyyden.

Eletty ja esitetty elämä

Nuoret tekevät enemmän tai vähemmän tietoisesti valintoja sen suhteen, mitä he ajattelevat algoritmivetoisesta kulttuurista. Tähän vaikuttavat myös heidän omat kokemuksensa. Maailmankuvaan liittyvät kysymykset kietoutuvat nuorten toimijuuteen. Osa nuorista käyttää sosiaalista mediaa tavalla, joka juurruttaa heitä omaan lähipiiriin. Se luo paikkoja, joissa nuoret viettävät aikaa ystävien, tuttavien, perheen ja sukulaisten kanssa.

Sosiaalinen media on tapa irtautua fyysisestä paikasta ja ajasta. Nuoret keskustelevat muiden kanssa yli kansallisten rajojen. Epätavalliset ja äärimmäiset ajatukset vahvistuvat samalla tavalla ajattelevien porukassa. Nuoret voivat kokea kuuluvansa yhteisöön, jolla on vähän sidoksia suomalaiseen yhteiskuntaan.

Some opettaa nuorille, että heillä on mahdollisuus tavoittaa toisia ja vaikuttaa heidän ajatteluunsa ja käyttäytymiseensä. Maailma näyttää avoimelta. Osa nuorista pitää sosiaalista mediaa tärkeänä tulevaisuuden työelämän kannalta. Somevaikuttaminen voi näyttäytyä houkuttavana. Sponsorisopimukset, mainostulot ja yhteistyömahdollisuudet brändien kanssa innostavat. Käsitys vaikuttajan työstä voi olla epärealistinen. Nuoret altistuvat päivittäin vaikuttajille, jotka ovat jo saavuttaneet menestystä. Pienimuotoinenkin algoritmin kulttuurin hallinta voi kuitenkin tuntua palkitsevalta ja merkitykselliseltä. Somevaikuttaminen on luovaa työtä, jossa voi käyttää hyväksi videoita, valokuvausta ja kirjoittamisen taitoja. Se on yksi tapa hyötyä taloudellisesti, eikä tyytyä vain olemaan somekuluttaja.

Siinä missä osa nuorista ottaa taitavasti sosiaalisen median ympäristöjä haltuunsa, toiset saattavat pyöriä erilaisissa palveluissa, vaikutuksille alttiina ja kokonaisuuksia ymmärtämättä. Nuorten välisten erojen tunnistaminen on tärkeää, koska algoritmin kulttuurin piirre on sen polarisoiva luonne. Kuten toin edellä esille, algoritmeilla on kyky vahvistaa vahvoja ja heikentää heikompia. Nuoret, jotka ymmärtävät tämän pärjäävät somemaailmassa paremmin.

Yksi seuraus intensiivisestä sosiaalisen median seuraamisesta on asioiden välisten yhteyksien ja tosiasioiden hahmottamisen vaikeus. Käsitys siitä mitä Suomessa tapahtuu voi olla hatara, kun uutissisällöt ovat YouTubesta tai Tiktokista. Nuoren voi olla vaikea jäsentää omaa paikkaansa yhteiskunnassa, kun somen kautta omaksutulta tiedolta puuttuu arvojärjestys ja mittasuhteet. Maailmankuvallisesti tämä voi tuottaa epävarmuutta ja levottomuutta. Punainen lanka ilmiöiden välillä on ikään kuin kadoksissa, kun asiat hahmottuvat pistemäisinä tapahtumina. Pienet asiat tuntuvat suurilta ja historian kaaret typistyvät muutaman vuoden mittaisiksi. Nuoret voivat puhua esimerkiksi suomalaisesta poliisiväkivallasta, ikään kuin se olisi täällä samanlainen ongelma kuin Yhdysvalloissa. Identiteettipoliittisia virtauksia seurataan ymmärtämättä niiden suhdetta omaan yhteiskuntaan. Suhde mediaan on epäluuloinen, kun verkosta opitun perusteella ajatellaan, ettei mediaan voi luottaa. Politiikka näyttäytyy riitelynä ja nokkelana vastakkainasettelujen lietsomisena pikemmin kuin yhteisten asioiden hoitamisena. Poliitikkoa arvostetaan seuraajien määrän, ei yhteiskunnallisen osaamisen perusteella.

Nuoret voivat pyrkiä käyttämään algoritmivetoisia ympäristöjä oman huolellisesti kuratoidun maailmankuvan ja siihen liittyvien pyrkimysten lujittamiseen ja edistämiseen. Maailmankuvasta tulee performatiivinen. Nuori tekee harkittuja päätöksiä sen suhteen, miten hän tuottaa tietoa tai antaa sille arvoa. Miltä asiat näyttävät tai tuntuvat kietoutuvat teknologian ominaisuuksiin ja käyttötapoihin. Juhliin ei mennä juhlimaan vaan ottamaan someen sopivia kuvia siitä, kuinka juhlitaan. Tekemiset irtautuvat niiden yhteyksistä kauniiksi kuviksi ja videopätkiksi. Ihminen elää ikään kuin kahta rinnakkaista elämää. Sosiaalisessa mediassa esitetään elämää pikemminkin kuin eletään sitä. Vain esittelykelpoinen arki kelpaa kuvattavaksi. Tavallisesta elämästä tulee piiloteltava asia. Hyvän elämän ja tavoitteiden standardit nousevat epärealistisen korkealle. Salivideon alle

sata kiloa penkkipunnerruksessa nostanutta nuorta miestä haukutaan somen kommenteissa heikoksi.

Tulevaisuuden hahmottelua

Sosiaalista mediaa on harjoiteltu parinkymmenen vuoden ajan. Tänä aikana monet kehityskulut ovat vähitellen tulleet yhä näkyvämmiksi. Alkuaikojen intoilu sosiaalisen median demokratisoivasta luonteesta on vaihtunut pessimismiin. Somea pidetään demokratiauhkana. Kukaan ei osannut ennakoida millaisiksi verkon keskusteluympäristöt ja niitä kannattelevat liiketoimintamallit muotoutuvat. Alkuaikojen sosiaalinen media näyttää viattomalta nykyperspektiivistä.

Mediaan ja ylipäätään tiedontuotantoon liittyvät muutokset sysäävät liikkeelle laajempia kulttuurisia ja yhteiskunnallisia muutoksia. Usein nämä muutokset hahmottuvat vasta jälkikäteen. Aamiaispöydästä kadonnut sanomalehti kertoo mediainstituutioiden, julkisen tilan ja arjen käytäntöjen muutoksesta. Suomalaiset eivät enää aloita päivää lukemalla samoja pääkirjoituksia. Mediaympäristö on pirstaloitunut lukuisiksi erilaisiksi keskusteluiksi, eivätkä ihmiset voi enää olettaa, että julkinen keskustelu on jaettu. Sosiaalisen median ympäristöt ovat moninaisia ja kohtelevat ihmisiä eri tavoin. Somea voi ajatella sisältövirtojen ja keskustelujen saaristona. Yhdellä saarella tapahtuu asioita, joita toisella ei pystytä edes kuvittelemaan.

Printtisanomalehdet pyrkivät tarjoamaan kuratoitua ja hierarkkista esitystä maailman tapahtumista. Tavoitteena oli auttaa lukijoita erottamaan mikä on olennaista ja mikä ei. Sanomalehdet priorisoivat omien kriteeriensä mukaisesti yhteiskunnallisia keskusteluja. Nyt nuoret tekevät tätä priorisointia itse. He seuraavat digitaalisten alustojen algoritmiperusteista tiedon virtaa, josta ei pysty välttämättä edes sanomaan mikä on uutinen. Tietovirtaa vievät eteenpäin personoidut ikkunat tiedontuotantoon. Yhteinen keskustelutila on vaihtunut eriytyneiksi keskusteluiksi, erilaisten vaikuttajien tulkinnoiksi maailmasta. Tämä herättää huolta siitä ymmärrämmekö toisiamme. Kun pohja yhteisten asioiden hoitamiselle rapautuu, demokratia kriisiytyy.

On täysin mahdotonta ennustaa, miten algoritminen tiedontuotanto kehittyy seuraavan parinkymmenen vuoden aikana. Tämänhetkisen teknologiamurroksen edesauttamana on todennäköistä, että sosiaalinen media muuttaa muotoaan. Luultavasti ihmiset lukevat ja kirjoittavat yhä vähemmän. Tieto liikkuu kuvina ja äänisisältöinä uudenlaisissa palveluissa. Keskustelukumppaneiksi ihmisten rinnalle nousevat tekoälytoimijat. Yli vuosikymmen sitten Sherry Turkle (2011) kuvasi, kuinka uusin teknologia tarjoaa illuusiota kumppanuudesta ja kanssakäymisestä ilman ihmissuhteiden tunnevaateita. Hän ennusti, että ihmiset tulevat suosimaan teknologiavälitteisiä yhteyksiä kasvokkain tapahtuvien ihmiskontaktien sijaan. Mitä enemmän tekoälykumppaneihin totutaan, sitä vähemmän ihmisillä saattaa olla intoa ihmissuhteisiin.

Arki eriytyy sen mukaan, kuinka paljon ihmiset ylipäätään keskustelevat ja ovat tekemisissä muiden kanssa. Kun yhteiskuntaa valmistellaan tekoälyassistenteille, ihmistarpeet voivat unohtua. Jotta näin ei kävisi, ihmisvahvuuksia tulee aktiivisesti vaalia. Samalla kun rummutetaan mitä kaikkea tekoäly voi tehdä, pitäisi puhua ihmisille ominaisesta kyvystä ymmärtää omaa historiaa ja yhteiskunnallisia rakenteita. Demokratian kannalta on olennaista säilyykö ihmisillä tunne kuuluvuudesta ja omasta kyvystä vaikuttaa asioihin. On vapautta osata olla läsnä ja ymmärtää mitä maailmassa tapahtuu.

Tulevaisuuskuvista voi aina erottaa pessimistisiä ja optimistisia näkymiä. Kun tiedollisen ympäristön pirstaloituminen jatkuu, suomalaisilla nuorilla on yhä vähemmän yhteistä

toistensa kanssa. Osaa nuorista kannattelevat vahvat sosiaaliset verkostot. Toisille ainoa kumppani voi olla teknologinen luomus. Sosiaalisten sidosten heikentyessä ihmiset eivät luota enää uutisiin eivätkä toisiinsa. Suomalaista yhteiskuntaa kannatellut valtion ja kansalaisen välinen luottamus murenee. Hyvinvoivat löytävät työn ja tulevaisuudennäkymän yhä teknologisoituvassa ympäristössä, kun taas toisia viedään kuin pässiä narussa. He eivät kykene erottamaan tosiasioita valheista. Ymmärrys omasta toimintaympäristöstä heikkenee, kun digitaalisiin ympäristöihin syötetään tekoälyavusteisesti liioiteltuja ja sepitettyjä sisältöjä. Yleinen epäluulo tuo mukanaan yhteiskunnallista epävakautta.

Optimisemmat tulevaisuuskuvat perustuvat siihen, että tiedontuotannon murtumat saadaan paremmin haltuun, ja ihmisiä alkaa yhä enemmän innostaa yhteisen tulevaisuusnäkymän rakentaminen. Teknologiayritysten maailmankuvia muokkaava luonne tuottaa vastareaktion. Autonomiasta tulee tärkeä yhteiskunnallinen teema. Luottamuksen rakoillessa tiedollista ympäristöä hoidetaan yhteistuumin. Yhteisistä asioista ja arvoista keskustellaan uudenlaisella vakavuudella. Ympäristönäkökulmat sisällytetään teknologiakeskusteluihin. Tekoälyä arvioidaan myös sen vaatimien raaka-aineiden ja energian kannalta.

Ihmisten mielipiteitä ja käsityksiä ei pyritä palauttamaan yhteiseen tulevaisuuskuvaan, mutta ihmiset tunnistavat jaetun tulevaisuusnäkymän yhteiskuntaa koossapitävänä voimana. Uutta teknologiaa osataan arvioida luottamuksen rapauttajana, mutta myös sen rakentajana. Teknologian avulla tuetaan optimistista asennetta ja toimijuutta sekä oikea-aikaista ja rakentavaa viestintää.

Miten tulevaisuutta voi ohjata?

Aikuisilla on tärkeä rooli nuorten tukemisessa algoritmivetoisissa ympäristöissä. Tätä työtä tehdään kouluissa ja kotona, mutta työ tulisi nähdä luonteeltaan yhteiskunnallisempana. Väärän ja valheellisen tiedon laaja-alaiseen levittämiseen on jo havahduttu. Suomalainen mediaympäristö on osoittanut vastustuskykyä. Perättömät huhut ja ulkomainen disinformaatio eivät ole levinneet hallitsemattomasti. Ymmärryksen lisääminen tiedollisen ympäristön mekanismeista auttaa nuoria tekemään tietoisempia valintoja sen suhteen, mitä he seuraavat, mihin he uskovat ja miten he reagoivat verkon keskusteluihin. Olennaista on havaita, kuinka some vaikuttaa siihen mitä ihmiset pitävät toivottavana, ajankohtaisena ja edistämisen arvoisena.

Sosiaalista mediaa ymmärtää paremmin, kun tutustuu tapaan, jolla yritykset käyttävät tiedollista valtaa ja jäsentävät sisältöjä kulutettavaksi. Tulevaisuutta hahmoteltaessa korostuu informaatioympäristön tuntemus, yhteiskunnallisten rakenteiden ymmärrys, historian taju sekä vapauden arvon ymmärrys.

Vanhemmat eivät välttämättä ole nuoria osaavampia somen vaikutusmekanismien suhteen. Siksi aikuisten tulisi tarvittaessa oppia nuorilta, jotka ovat voineet pohtia näitä asioita hyvinkin syvällisesti. Voi olla, ettei aikuisilla ole mitään käsitystä siitä, miten algoritmit valitsevat ja suosittelevat sisältöä tai miten niillä voi vaikuttaa nuorten mielipiteisiin, käyttäytymiseen ja itsetuntoon. Tämä luonnollisesti ärsyttää nuoria.

Aikuiset yrittävät usein puheillaan auttaa nuoria löytämään tasapainon digitaalisen ja muun sosiaalisen elämän välillä. Heidän pitäisi kuitenkin ymmärtää paremmin mitä sosiaalisen median käyttö käytännössä tarkoittaa. Puhelinkielto on tapa hoitaa ilmiön seurauksia, mutta se ei ratkaise tiedollisen ympäristön jännitteitä. Haitallisimmillaan kielto voi kasvattaa sukupolvien välisiä vastakkainasetteluja.

Suosittelen kaikille nuorten asioista puhuville kenttäkurssia nuorten pariin. Tämä voi oikoa sosiaalista mediaa koskevia väitteitä, ohipuhumisia ja väärinkäsityksiä. Nopeasti muuttuvassa ympäristössä on tärkeää, että emme teeskentele ymmärtävämme kaikkea vaan tarkastelemme tiedollisen maailman ilmiöitä kriittisesti ja avoimin mielin

Lähteet:

Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.

Ruckenstein, M. (2023). *The Feel of Algorithms*. University of California Press.

Turkle, S. (2011). Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. Basic Books.

Kirjallisuutta:

Andrejevic, M., & Burdon, M. (2015) Defining the sensor society. *Television & New Media*, 16(1), 19-36.

Fisher, E., & Mehozay, Y. (2019) How algorithms see their audience: media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191.

Striphas, T. (2015) Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, *18*(4-5), 395-412.