

Eveliina Salmela

**”Ajattelin
kysyä palstan
asiantuntijoilta
ennen
kääntymistä
lipevien
myyntimiesten
puoleen”**

Erikoisalaan liittyvien neuvojen ja tiedon pyytäminen
verkkoyhteisöissä



ACTA WASAENSIA 469



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

VÄITÖSKIRJA

*joka Vaasan yliopiston markkinoinnin ja viestinnän yksikön suostumuksella
esitetään julkisesti tarkastettavaksi 10. joulukuuta 2021, kello 12.*

Esitarkastajat Professori emerita Sirpa Leppänen
Kieli- ja viestintätieteiden laitos, englannin kieli
PL 35
40014 JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Apulaisprofessori Sanna-Kaisa Tanskanen
Kielten osasto/englanti
PL 24 (Unioninkatu 40)
00014 HELSINGIN YLIOPISTO

Julkaisija Vaasan yliopisto		Julkaisupäivämäärä Marraskuu 2021	
Tekijä(t) Eveliina Salmela		Julkaisun tyyppi Väitöskirja	
Orcid ID		Julkaisusarjan nimi, osan numero Acta Wasaensia, 469	
Yhteystiedot Vaasan yliopisto Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö Viestintätieteet PL 700 FI-65101 VAASA		ISBN 978-952-476-984-6 (painettu) 978-952-476-985-3 (verkkojulkaisu) https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-985-3	
		ISSN 0355-2667 (Acta Wasaensia 469, painettu) 2323-9123 (Acta Wasaensia 469, verkkoaineisto)	
		Sivumäärä 257	Kieli suomi
Julkaisun nimike ”Ajattelin kysyä palstan asiantuntijoilta ennen kääntymistä lipevien myyntimiesten puoleen.” Erikoisalaan liittyvien neuvojen ja tiedon pyytäminen verkkoyhteisöissä.			
Tiivistelmä Tutkimuksessa tarkastellaan erikoisalaan, eli erikoisosaamista vaativaan alaan, liittyvän tiedon pyytämistä ja jakamista verkkoyhteisöissä. Tavoitteena oli selvittää, miten tiedon pyytäminen ja saaminen erikoisalaan liittyvästä aiheesta toimivat internetin keskustelupalstoilla. Aineistona oli 300 lämpöpumpuihin liittyvää viestiketjua kahdelta suomalaiselta keskustelupalstalta, Lampumpu.info:sta ja Suomi24.fi:sta. Aineistoa analysoitiin diskurssianalyttisten menetelmien avulla pragmatiikan käsitteistön, kuten puheaktien, kohteliaisuuden, relevanssin ja huumorin kautta. Tulokset painottavat yhteisöllisyyden merkitystä tärkeänä osana erikoisalaan liittyvää viestintää verkon vertaiskeskusteluissa. Viestin oikeanlainen muotoilu, kohteliaisuus sekä omakohtaisen panoksen antaminen yhteisölle ovat tärkeitä tekijöitä tiedon välittämisessä verkkoyhteisöjen kautta. Verkon vertaiskeskusteluihin liittyy erilaisia viestinnällisiä tavoitteita, joita toteuttaakseen käyttäjät valitsevat erilaisia alustoja tai yhteisöjä viestinnälleen riippuen siitä, onko tavoitteena tekninen tuki ja neuvojen pyytäminen, kokemusten jakaminen vai mielipiteiden ja näkemysten ilmaiseminen. Neuvojen pyytäminen ja tiedon tarjoaminen olivat yleisempiä palstalla, joka vaatii rekisteröitymisen kirjoittajilta. Rekisteröitymisen vaativa palsta oli erikoistuneempi, suljetumpi ja yhteisöllisempi. Vastaukset olivat relevantimpia ja dialogia kysyjän ja vastaajien välillä oli enemmän kuin avoimella anonyymilla palstalla. Avoimella palstalla, jossa rekisteröitymistä ei vaadita, kirjoittajat toivat enemmän esiin omia näkemyksiään ja mielipiteitään ja keskustelivat etenkin osatilanteeseen liittyvistä asioista.			
Asiasanat Asynkroninen verkkokeskustelu, verkkoyhteisöt, erikoisalaviestintä, tekninen viestintä, vertaisapu, neuvojen pyytäminen			

Publisher Vaasan yliopisto	Date of publication November 2021	
Author(s) Eveliina Salmela	Type of publication Doctoral thesis	
Orcid ID	Name and number of series Acta Wasaensia, 469	
Contact information University of Vaasa School of Marketing and Communication Communication Studies P.O. Box 700 FI-65101 Vaasa Finland	ISBN 978-952-476-984-6 (print) 978-952-476-985-3 (online) https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-985-3	
	ISSN 0355-2667 (Acta Wasaensia 469, print) 2323-9123 (Acta Wasaensia 469, online)	
	Number of pages 257	Language Finnish
	Title of publication "I thought asking the experts of the board first before turning at the unctuous salesmen." Requesting special field related advice and information on online communities.	
Abstract This study focuses on requesting and sharing specialized information on online communities. The aim was to find out how requesting and receiving special field related information function on online discussions about heat pumps in Finland. The data consists of 300 message threads collected from two Finnish discussion boards, Lampopumput.info (heatpumps.info) and Suomi24.fi (Finland24.fi). The data was analyzed using discourse analytic methods and pragmatic concepts such as speech acts, politeness, relevance and humor. The results demonstrate the sense of community as an important part of the specialized communication in online peer support discussions. The appropriate wording of the messages, politeness and giving one's personal contribution to the community are important factors in conveying information through online communities. Online peer discussions have several different communicative goals, such as requesting and offering technical support, requesting advice, sharing experiences and expressing views and opinions. Users use different platforms to carry out these goals. Requesting advice and sharing information were emphasized on the discussion board that requires registration from the contributors. The discussion board, which required registration, was more specific to the topic and community-like. There were more direct answers and dialog between the users than on the anonymous discussion board. On the open discussion board, which did not require registration, writers expressed more their own personal views and opinions and discussed especially about topics related to the purchase situation.		
Keywords Asynchronous online discussion, online communities, technical communication, peer advice, requesting advice		

ESIPUHE

Vuorovaikutus verkossa on ollut tärkeä osa elämäni varhaisteini-ikästä lähtien, jolloin kotiimme tuli internet-yhteys. Erilaiset verkkokeskustelut ja verkkoyhteisöt ovat tarjonneet valtavan määrän tietoa, neuvoja erilaisiin ongelmatilanteisiin, kiinnostavia keskusteluita ja pohdintoja, vertaistukea sekä verkon ulkopuolellekin johtaneita ystävyssuhteita. Tämä herätti minussa myös kiinnostuksen tutkia verkossa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Väitöskirjan kirjoittaminen on ollut innostavuudestaan huolimatta pitkä ja haasteellinen prosessi. En kuitenkaan usko, että tämä väitöskirja olisi muotoutunut juuri sellaiseksi kuin se nyt on ilman tätä pitkää ja ajoittain raskastakin prosessia. Ennen kaikkea se on mahdollistanut kehittymiseni tutkijana.

Väitöskirjan valmistuminen ei olisi ollut mahdollista ilman lukuisien ihmisten apua ja tukea. Ensinnäkin haluan kiittää ensimmäistä ohjaajaani Anita Nuoposta, jonka innostamana alun perin lähdin akateemiselle uralle ja tämä väitöskirjaprojekti sai alkunsa. Anita on vuosien ajan kannustanut, lukenut ja kommentoinut tekstejäni, haastanut sekä neuvonut minua valinnoissani. Seuraavaksi haluan antaa suuret kiitokset toiselle ohjaajalleni Merja Koskelalle, josta tuli pääohjaajani väitöskirjaprojektin viimeisinä vuosina, ja joka on ollut korvaamattomana apuna näiden vuosien varrella ja etenkin väitöskirjan loppuun saattamisessa ja viimeistelyssä.

Erityiset kiitokset haluan antaa Sirpa Leppäselle ja Sanna-Kaisa Tanskaselle, jotka suostuivat työni esitarkastajiksi. Tarkkanäköiset lausuntonne auttoivat työn hioimisessa ja viimeistelyssä lopulliseen muotoonsa. Sanna-Kaisaa kiitän myös suostumisesta vastaväittäjäkseni. Kiitän tekstieni oikolukuavusta Cecilia Hjerppeä, Heli Katajamäkeä, Liisa Kääntää, Marjut Männistöä ja Meniina Wikiä, sekä Nicole Kengiä väitöskirjani englanninkielisen tiivistelmän kielentarkastuksesta.

Väitöskirjan tekeminen ei olisi onnistunut ilman taloudellista tukea. Osoitan kiitokseni Suomen Kulttuurirahaston Etelä-Pohjanmaan rahastolle, joka rahoitti tutkimukseni kaksi ensimmäistä vuotta. Kiitos myös Vaasan yliopistolle, joka on mahdollistanut työskentelyni tohtoriopiskelijana sekä väitöskirjan työstämisen myös muiden työtehtävieni ohella.

Haluan kiittää Vaasan yliopiston viestintätieteiden henkilökuntaa ja jatko-opiskelijoita vuosien varrelta. Olen ollut onnellisessa asemassa saadessani työskennellä teidän kanssanne lämminhenkisessä, asiantuntevassa ja kannustavassa ilmapiiressä. Kiitos keskusteluista käytävillä, kahvihuoneessa, lounailla ja muissa kohtaa-

misissa. Erityisesti kiitän Liisa Kääntää, Suvi Isohellaa, Niina Nissilää, Tanja Sihvosta, Maria Eronen-Vallia ja Elina Salomaata. Kiitos myös kaikille viestintätieteiden jatko-opintoseminaareihin osallistuneille, jotka ovat kommentoineet töitäni ja antaneet uusia ideoita.

Kielentutkimuksen tohtorikoulutusverkosto Langnetin seminaarit, tekstityöpajat, kesäkoulut, kurssit ja konferenssit ovat myös olleet suureksi avuksi sekä omien ajatusten esittelyssä, palautteen saamisessa ja tekstien työstämisessä unohtamatta myöskään sitä, että olen saanut tutustua Langetin tapahtumissa moniin kiinnostaviin ihmisiin. Kiitos Langnetin ohjaajille, opettajille ja muille jatko-opiskelijoille arvokkaista neuvoista, vertaisavusta ja keskusteluista. Kiitän Langnetia myös matka-apurahoista, joiden ansiosta olen päässyt matkustamaan ulkomaille moniin kansainvälisiin konferensseihin esittelemään tutkimustani ja verkostoitumaan.

Keväällä 2016 matkustin kolmeksi kuukaudeksi tutkijavaihtoon Aarhusin yliopistoon, Tanskaan. Kiitos Aarhusin yliopistolle, joka rahoitti matkani. Haluan osoittaa erityiskiitokseni professori Jan Engbergille, joka toimi ohjaajanani Aarhusissa tuoden arvokasta näkemystä työhöni erityisesti erikoisalaviestinnän näkökulmasta. Kiitän myös muita Aarhusin yliopistossa tapaamiani kollegoita mielenkiintoisista keskusteluista ja hyödyllisistä neuvoista sekä eri alojen kansanvälisiä jatko-opiskelijoita, johon sain tutustua Aarhusissa.

Väitöskirjan tekemisen aikana ehkä useimmin kuulemani kysymys on ollut, miksi juuri lämpöpumppukeskustelut. Oikeastaan ainut henkilökohtainen linkkini lämpöpumppuihin on isäni, sähköinsinööri Pekka Salmela, joka on tutustuttanut minut lapsesta saakka sähkötekniikan maailmaan, ja joka suureksi surukseni menehtyi tämän väitöskirjatyön viimeistelyn aikana elokuussa 2021. Isäni kannusti minua aina ja oli ylpeä väitöskirjaprojektistani. Haluan kiittää myös äitiäni Henna, siskoani Elinaa perheineen sekä muita sukulaisia ja ystäviäni tuesta ja siitä, että olette olleet elämässäni näinä vuosina. Kiitos ystävydestä ja tuesta, se on ollut korvaamattoman tärkeää. Aivan erityisesti haluan kiittää rakasta kumppaniani Mikkoa, joka on ollut valtavana tukena elämässäni väitöskirjan loppuunsaattamisen viimeisten haastavien vuosien aikana rohkaisten, kannustaen ja valaen uskoa itseeni silloin, kun se on ollut vähissä. Ihan lopuksi vielä kiitos kaikille verkkoyhteisöille, jotka ovat tarjonneet inspiraatiota myös tämän tutkimuksen jatkamiseen ja toivoakseni tekevät näin myös tulevaisuudessa.

Vaasassa 31. lokakuuta 2021

Eveliina Salmela

Sisällys

ESIPUHE	VII
1 JOHDANTO	1
1.1 Tavoite ja tutkimuskysymykset	3
1.2 Lähestymistapa ja viitekehys	6
1.2.1 Verkkoyhteisöt tiedonhaussa	6
1.2.2 Erikoisalaviestintä verkossa	8
1.2.3 Lämpöpumput erikoisalana	9
1.2.4 Aiempi tutkimus tiedon hakemisesta ja jakamisesta verkkoyhteisöissä	13
1.3 Aineistonkeruumenetelmät ja aineiston kuvaus	16
1.3.1 Perustelut aineiston valinnalle	17
1.3.2 Lämpöpumput.info	18
1.3.3 Suomi24	19
1.3.4 Aineiston kerääminen ja määrä	21
1.3.5 Aineistonkeruuseen liittyvät eettiset pohdinnat	23
1.4 Tutkimusmenetelmät	27
1.4.1 Digitaalisen diskurssin ja vuorovaikutuksen tutkimus	28
1.4.2 Tutkimuksen vaiheet	29
2 YHTEISÖLLISEN ERIKOISALATIEDON HAKEMISEN KONTEKSTIT	32
2.1 Tutkimuksen paikantaminen tutkimuskenttään	32
2.1.1 Erikoisalaviestintä	33
2.1.2 Tekninen viestintä	36
2.1.3 Käyttäjän ja vuorovaikutuksen korostuminen teknisessä viestinnässä	38
2.1.4 Ostopäätösprosessi ja tiedonhaku verkosta	39
2.2 Yhteisöllisyys verkossa	43
2.2.1 Verkkoyhteisöjen määrittelyä	43
2.2.2 Erikoistuneen tiedon hakeminen ja jakaminen käytäntöyhteisöissä	49
2.2.3 Keskustelupalstat	53
2.2.4 Tiedonhakuun vaikuttavat tekijät	56
3 METODOLOGISET LÄHTÖKOHDAT JA TARKASTELUN KOHTEET	61
3.1 Digitaalinen diskurssianalyysi verkkoyhteisöjen tarkastelussa	61
3.1.1 Vuorovaikutuksen tavoitteet	66
3.1.2 Keskustelun aloittaminen	67
3.1.3 Avausviestien otsikointi	71
3.1.4 Keskustelupalstan viestien rakenne	73
3.1.5 Vastausten saaminen	79
3.1.6 Vastausten uskottavuus ja argumentointi	81
3.1.7 Multimodaaliset viestintäkeinot	84
3.2 Pragmatiikka verkkoyhteisöjen tarkastelussa	88
3.2.1 Kohteliaisuus ja relationaalinen viestintä	88

3.2.2	Neuvojen pyytäminen ja neuvominen puheakteina ..	90
3.2.3	Neuvojen pyytämisen muotoilu keskustelupalstoilla	91
3.2.4	Neuvojen antaminen	93
3.2.5	Huumorin käyttö	96
3.2.5.1	Huumorin tyypit ja signaalit	98
3.2.5.2	Huumorin erityispiirteet verkkoyhteisöissä	99
4	ANALYYSI TIEDON RAKENTUMISESTA VIESTIKETJUISSA	101
4.1	Avausviestien keskusteluteemat	102
4.1.1	Keskusteluteemojen esittely	103
4.1.2	Keskusteluteemojen esiintyminen aineistossa	108
4.1.3	Keskustelupalstan avoimuuden yhteys keskusteluteemoihin	109
4.1.4	Avausviesteihin saatujen vastausten jakautuminen	112
4.1.5	Keskusteluteeman yhteys avausviestien saamien vastausten jakautumiseen	114
4.1.6	Yhteenveto ja pohdinta	117
4.2	Avausviestien tavoitteet	118
4.2.1	Avausviestityyppien jaottelun muodostaminen	118
4.2.2	Avausviestityyppien jakautuminen	123
4.2.3	Vastausten jakautuminen eri viestityyppien kesken	127
4.2.4	Käyttäjien tiedontarpeet eli tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien keskusteluteemat	128
4.2.5	Yhteenveto ja pohdinta	130
4.3	Avausviestien otsikot	130
4.3.1	Otsikoiden luokittelu	131
4.3.2	Tulokset ja pohdinta	134
4.4	Tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien rakenne	135
4.4.1	Rakenneosien esittely	136
4.4.2	Viestityyppien perusrakenneosat	139
4.4.3	Valinnaiset rakenneosat ja niiden yhteys vastausten määrään	142
4.4.4	Yhteenveto ja pohdinta	144
4.5	Tiedonpyyntöjen suoruus, spesifiys ja tunteellisuus	145
4.5.1	Suorat ja epäsuorat pyynnot	146
4.5.2	Spesifit ja yleiset pyynnot	148
4.5.3	Tunteiden ilmaiseminen tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä	150
4.5.4	Yhteenveto ja pohdinta	150
4.6	Multimodaalisten viestintäkeinojen käyttö	152
4.6.1	Tunneikonien käyttö	152
4.6.2	Isojen kirjainten, fonttitehosteiden ja kuvien käyttö	155
4.6.3	Kuvien ja linkkien käyttö	157
4.6.4	Yhteys vastausten määrään ja pohdinta	159
4.7	Huumorin käyttö tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä	161
4.7.1	Vahvistava huumori	163
4.7.2	Haastava huumori	167
4.7.3	Yhteenveto ja pohdinta	169

4.8	Tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen vastausviestit....	170
4.8.1	Avausviestin kirjoittajan omat viestit.....	171
4.8.2	Irrelevantit vastausviestit.....	176
4.8.3	Relevanttien vastausviestin tyypit.....	186
4.8.4	Argumentaatio vastausviesteissä.....	191
4.8.5	Huumorin käyttö vastausviesteissä.....	199
4.8.6	Empatian ilmaiseminen vastausviesteissä.....	205
4.8.7	Yhteenvedo ja pohdinta	206
5	TULOSTEN YHTENVEDO JA POHDINTA	208
5.1	Mitä tulokset kertovat?	208
5.1.1	Tietoa pyytävien avausviestien piirteet	208
5.1.2	Eniten vastauksia saaneiden viestien piirteet	212
5.1.3	Tiedon saamiseen tähtäävien vastausviestien piirteet.....	213
5.1.4	Keskustelupalstan tyyppien yhteys tuloksiin.....	214
5.2	Menetelmän ja tutkimusasetelman pohdintaa	217
5.3	Katsaus keskustelupalstojen nykytilanteeseen ja tulevaisuuteen vertaistiedon jakamisen foorumeina	219
5.4	Tulosten merkitys erikoisalaviestinnän sekä digitaalisen diskurssin ja vuorovaikutuksen tutkimukselle	220
	LÄHTEET.....	223

Kuviot

Kuvio 1.	Erikoisala ja erikoiskieli.....	8
Kuvio 2.	Viestiketjuja Lampopumpu.info-keskustelu- palstalla	22
Kuvio 3.	Tutkimuksen vaiheet.....	30
Kuvio 4.	Tutkimuksen sijoittuminen tutkimuskenttään.....	33
Kuvio 5.	Ostopäätösprosessin vaiheet.....	41
Kuvio 6.	Verkkoyhteisön kriteerit.....	45
Kuvio 7.	Yhteisöllisyyden tunteen syntymisen osatekijät	47
Kuvio 8.	Viestiketjuja Suomi24.fi-keskustelupalstan Lämmitys ja eristäminen -alueella	54
Kuvio 9.	Viestin rakenneosat.....	75
Kuvio 10.	Avausviestien keskusteluteemat ja niiden esiintyminen aineistossa	103
Kuvio 11.	Avausviestien keskusteluteemat kahdella eri palstalla	109
Kuvio 12.	Ostoprosessikeskustelun aiheiden jakautuminen tutkituilla palstoilla	110
Kuvio 13.	Palstojen väliset erot keskustelunaiheissa	111
Kuvio 14.	Vastausten määrän jakautuminen koko aineistossa.....	113
Kuvio 15.	Vastausten määrän keskiarvo pääteemoittain	115
Kuvio 16.	Vastausten määrän keskiarvo alateemoittain	115

Kuvio 17.	Analyysissa käytetyt viestityypit	118
Kuvio 18.	Viestityyppien jakautuminen koko aineistossa (N=300)	124
Kuvio 19.	Viestityyppien jakautuminen kontrolloidulla ja avoimella palstalla	125
Kuvio 20.	Vastausten määrien keskiarvot viestityypeittäin.....	127
Kuvio 21.	Tiedon saamiseen tähtäävien viestien keskusteluteemat (N=195)	129
Kuvio 22.	Otsikoiden luokittelu tässä tutkimuksessa	131
Kuvio 23.	Otsikoiden tyyppien jakautuminen	134
Kuvio 24.	Tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien rakenneosat ja niiden esiintyminen aineistossa	136
Kuvio 25.	Vastausten määrän keskiarvo eri rakenneosien esiintyessä	143
Kuvio 26.	Viestiketjujen avausviestien luokittelu	145
Kuvio 27.	Multimodaalisten viestintäkeinojen yleisyys avausviesteissä (N=195)	159
Kuvio 28.	Huumorin luokittelu	162
Kuvio 29.	Vastausviestien analyysi	171
Kuvio 30.	Irrelevanttien vastausviestien tyyppien jakautuminen	185
Kuvio 31.	Relevanttien vastausviestien tyyppien jakautuminen aineistossa	190
Kuvio 32.	Argumentin elementtien esiintyminen aineistossa	194
Kuvio 33.	Vastausviestien perustelut	194
Kuvio 34.	Argumenttien perustelut viesteissä	197
Kuvio 35.	Perusteluissa käytetyt informaatiolähteet	198
Kuvio 36.	Tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien tiedontarpeet (N=195)	209

Taulukot

Taulukko 1.	Tilastoja kävijämääristä ja kävijöistä Lampopumput.info:ssa	18
Taulukko 2.	Lampopumput.info-palstalta kerätty aineisto keskustelualueittain	18
Taulukko 3.	Aineisto	21
Taulukko 4.	Analyysissa käytetyt viestityypit tavoitteen mukaan	69
Taulukko 5.	Pääluokkien frekvenssit eri palstoilla	110
Taulukko 6.	Ostoprosessikeskustelun aiheiden frekvenssit eri palstoilla	111
Taulukko 7.	Pääluokkien frekvenssit eri palstoilla	125
Taulukko 8.	Viestityyppien frekvenssit eri palstoilla	126
Taulukko 9.	Viestityyppien yleisimmät rakenneosat	139
Taulukko 10.	Tiedonpyyntöjen suoruus, spesifiys ja tunnepitoisuus ..	151
Taulukko 11.	Huumorin käyttö eri avausviestityypeissä	163
Taulukko 12.	Avaus- ja vastausviestien vastinparit	190

Taulukko 13. Avaus- ja vastausviestien vastinparien esiintyminen aineistossa.....	190
Taulukko 14. Perusteluissa käytetyt informaatiolähteet	199

1 JOHDANTO

*”Kannattaako nykyaikana pian maalämpö unohtaa? Onko joku tehnyt vertailuja kannattaako ennemmin lisäeristää kuin laittaa maalämpö? Miten takaisinmaksuaika kummassakin vaihtoehdossa? Eristyksen hyvä puoli on se, että ei tarte korjailla ja huoltaa hajoavia lämmityslaitteistoja..”
(Suomi24.fi: Maalämpö vai passiivitalo)*

*”Harkinnassa 105 m2 taloon, jossa lattialämmitys, laite tulee khh.
Kiinnostaisi kulutus, käyttömukavuus, äänitaso, viat?
Olisiko joku viisaampi vaihtoehto?”
(Suomi24: Nibe F470 poistoilmalämpöpumpusta kokemuksia?)*

Länsimaista yhteiskuntaa luonnehtii erittäin pitkälle menevä erikoistuminen yhä tarkkarajaisempiin tietämyksen ja osaamisen alueisiin sekä mielenkiinnon kohteisiin. Internet ja sosiaalinen media ovat osaltaan voimistaneet tätä kehitystä mahdollistamalla erityisistä mielenkiinnon kohteista kiinnostuneiden löytää tietoa, keskustella ja verkostoitua vaivattomasti verkon välityksellä. Verkkoyhteisöjen ja keskusteluryhmien rakentuminen hyvin erikoistuneiden aihepiirien ympärille on verkkokulttuurille ominainen piirre. Yhteisöllisestä näkökulmasta tämä mahdollistaa erilaisten intressien, aatteiden, ideologioiden, harrastusten ja tieteen- sekä ammattialojen piiriin kuuluvien ihmisten viestimisen alaansa kuuluvasta sisällöstä sekä keskenään että ulkopuolisille. Yksilölle sen sijaan tarjoutuu mahdollisuuksia saada sekä tiedollista, sosiaalista että emotionaalista vertaistukea ja neuvoja elämänpiiriinsä kuuluvista asioista.

Asiasta kuin asiasta löytyy tietoa hetkessä verkosta. Myös erilaisilla sosiaalisen median alustoilla ja keskustelupalstoilla olevia verkkokeskusteluja löytyy periaatteessa kaikista mahdollisista aiheista. Verkko onkin nykyään olennainen osa ihmisen elämää ja vuorovaikutusta muiden kanssa: sieltä hankitaan tietoa ja apua, luodaan ja ylläpidetään ihmissuhteita sekä tehdään asioita. Monien asioiden hoitamisessa verkko on myös osoittautunut tehokkaammaksi kuin kasvokkain keskusteleminen.

Keskustelusta verkossa voi yksilön, yhteisön ja yhteiskunnankin näkökulmasta olla paljon hyötyä, sillä se on parhaimmillaan kollektiivista tiedon tuottamista, vaihtamista, rakentamista ja ongelmanratkaisua. Tiedon saaminen verkkokeskusteluiden avulla ei ole kuitenkaan suoraviivaista. Tiedon saaminen saattaa epäonnistua esimerkiksi sen vuoksi, että vastauksia ei tule. Etenkin vapaaehtois pohjalta ylläpidetyissä verkkoyhteisöissä kenelläkään ei ole periaatteessa velvollisuutta

vastata kysymyksiin, sillä yhteisön jäsenet osallistuvat toimintaan vapaa-ajallaan ja ilman rahallista korvausta. Vastaaminen on siten täysin verkkoyhteisön jäsenen hyvän tahdon varassa. Yksi tämän tutkimuksen taustalla olevista kiinnostusta herättäneistä kysymyksistä on se, miksi jotkut keskustelujen aloitusyritykset eivät johda toivottuun päämäärään eli vastausten saamiseen, kun taas toisista voi saada alkunsa massiivinen keskustelu.

Verkkoympäristön mahdollistama anonymiteetti eli nimettömyys tai tunnistamattomuus luo tilanteen, jossa viestien tuottaminen ja vastuu niiden sisällöstä joutuvat erilleen toisistaan. Verkossa kirjoittavat henkilöt eivät ole fyysisesti näkyvillä, eivätkä viestien lukijat voi olla varmoja heidän todellisesta identiteetistään. Yhtäältä tämä madaltaa kynnystä pyytää apua tai neuvoja sellaisiin asioihin, joita on syytä tai toisesta vaikea käsitellä omaa nimeä käyttämällä. Toisaalta anonymiteetin vuoksi tiedon tarjoajan henkilöllisyydestä ei voida olla varmoja, mikä vaikeuttaa tiedon luotettavuuden arviointia. Anonymiteetti madaltaa kynnystä myös esimerkiksi huijaamiseen, puolueellisen ja valheellisen tiedon levittämiseen, netti-kiusaamiseen, kunnianloukkauksiin ja vihapuheeseen. Verkkokeskustelujen lukijalla ja verkosta tietoa etsivällä on siten vastassaan paljon muutakin kuin vilpittömästi jaettua puhtaan objektiivista informaatiota.

Verkossa ihmiset ovat taipuvaisia hakeutumaan samanhenkiseen seuraan ja etsimään tukea omille elämäntavoilleen, mielipiteilleen tai valinnoilleen. Tästä maaperästä nousee myös nykyajalle ominainen verkossa esiintyvä yhteisöllisyys, joka perustuu enemmän yhteisiin mielenkiinnon kohteisiin kuin maantieteelliseen sijaintiin tai sukulaissuhteisiin. Tämä ”kuplautuminen” johtaa usein myös niin sanottuun polarisaatioon eli mielipiteiden kärjistymiseen verkossa. Verkkokeskustelukulttuurille onkin tyypillistä, että päällisin puolin asiakeskeiseltä vaikuttava aihe saattaa herättää verkossa tunnepitoista ja osallistujia kahtia jakavaa keskustelua, jossa aihetta puolustetaan ja vastustetaan suorasukaisesti ja keskustelu on paikoin aggressiivissävytteistä. Kiivaimmat väittelyt saattavat muodostua valtavan pitkiksi, jolloin keskustelu ei usein ole enää rakentavaa tiedon saamisen kannalta, vaan keskustelijat linnoittautuvat puolustamaan omaa näkemystään kyseenalaisinkin keinoin. Toisaalta keskustelut vakuuttavat valtavalla määrällä tietoa ja asiantuntemusta, joiden välittämiseen etenkin asialle vahvasti omistautuneet kirjoittajat panostavat paljon aikaa ja vaivaa.

Tämän tutkimuksen mielenkiinnon kohteena on yhteiskunnan erikostumiskehityksen, erikoisalaviestinnän ja internetin välinen suhde. Erityisen kiinnostava ilmiö on verkon käyttö vertaisavun lähteenä tilanteissa, joissa ihmisillä on tiedon tarve jostakin erikoisalaan liittyvästä aiheesta tai tilanteesta.

1.1 Tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen aiheena on erikoisalaan liittyvän tiedon jakaminen ja saaminen verkkoyhteisöissä. Tavoitteena on selvittää, *miten tiedon pyytäminen ja saaminen erikoisalaan liittyvästä aiheesta toimivat internetin keskustelupalstoilla*. Näin päästään tarkastelemaan tiedon rakentumisen mekanismeja tiedon tarvitsijan näkökulmasta eli sitä, millä tavoin tietoa tarvitseva henkilö pyytää tietoa verkko-yhteisöstä ja millaisen lopputuloksen hänen pyyntönsä saa aikaan. Tavoite jakautuu seuraaviin neljään tutkimuskysymykseen:

1. Millaisilla avausviesteillä tietoa pyritään saamaan keskustelupalstalla?
2. Millaisilla viesteillä saadaan eniten vastauksia?
3. Millaisia erilaisten tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien vastausviestit ovat?
4. Millainen yhteys keskustelupalstan avoimuudella ja anonyymilla osallistumismahdollisuudella on viestien piirteisiin?

Tutkimus keskittyy sellaisiin keskustelupalstan avausviesteihin, joiden tavoitteena on tiedon saaminen. Tässä tutkimuksessa näen tiedon epistemologian päätradition mukaisesti eli ”hyvin perusteltuna totena uskomuksena”. Tieto eroaa virheestä ainakin lähettäjän näkökulmasta totuutensa vuoksi ja pelkästä mielipiteestä varmuutensa vuoksi (ks. Niiniluoto 1999: 79). Seuraavaksi käyn läpi kunkin tutkimuskysymyksen tarkemmin.

1. *Millaisilla avausviesteillä tietoa pyritään saamaan keskustelupalstalla?*

Kohdistan tutkimuksessani huomiota erityisesti viestiketjujen avausviesteihin, sillä niillä on merkittävä rooli tiedon saamisessa keskustelupalstalta. Aloittamalla keskusteluja osallistujat pyytävät informaatiota ja ohjaavat muita osallistujia kohti haluamiaan keskustelunaiheita (Burke, Joyce, Kim, Anand & Kraut 2007: 2). Avausviestit ovat Arendholzin (2013: 148) näkemyksen mukaan keskustelun keskeinen ja koossapitävä osa, sillä ne ovat keskustelun liikkeellepaneva voima, joka saa aikaan vastauksia. Avausviesteillä myös asetetaan lähtökohta keskustelulle, sen sisällölle ja joskus myös tyylille. Muotoillessaan vastauksia avausviestiin, keskustelijat tulkitsevat sitä aina eri tavoilla ottaen sen eräänlaiseksi mittapuuksi. (Emt.) Ketjujen avausviestit ovat tärkeä tutkimuskohde, kun halutaan analysoida asynkronisen, julkisessa kontekstissa käytävän keskustelun aloittamisen diskursiivisia käytänteitä (Virtanen & Kääntä 2018: 146). Tässä tutkimuksessa kiinnostukseni kohdistuu erityisesti siihen, miten keskusteluita aloitetaan julkisella keskustelupalstalla erikoisalaan liittyvästä aiheesta, kun tavoitteena on saada tietoa kyseisestä aiheesta.

2. Millaisilla viesteillä saadaan eniten vastauksia?

Tiedon rakentumisen kannalta on tärkeää, että avausviesti saa vastauksia. Tämän tutkimuksen kannalta on erityisen olennaista, että jos keskustelunavaukset jäävät ilman vastausta, niiden kirjoittajat epäonnistuvat tavoitteessaan saada tietoa, tukea tai keskusteluseuraa, kuten Burke ym. (2007: 1) toteavat. Arpo (2005: 282–283) luonnehtii verkkokeskustelujen eroavan kasvokkaisesta keskustelusta muun muassa siten, ettei kirjoittaja voi tietää, vastataanko hänen viestiinsä tai lukeeko sitä edes kukaan. Kuten Himelboim (2008: 158) toteaa, osallistujien on kuitenkin saatava vastauksia viesteihinsä hyötyäkseen keskustelusta. Etenkin tiedonjakamiseen keskittyvissä yhteisöissä on tärkeää, että jäsenet vastaavat toistensa esittämisiin kysymyksiin ja jakavat informaatiota (Kollock & Smith 1996: 116).

Vastausten saaminen on yksi onnistuneen avausviestin indikaattori etenkin silloin, kun avausviestin tavoitteena on juuri tiedon saaminen. Koska tietoa annetaan verkkokeskustelussa nimenomaan viestien välityksellä, ilman vastausviestejä ei voida myöskään saada tietoa. Verkkokeskustelujen tarjotessa lähes rajattomat mahdollisuudet uusien viestien luomiseen ei vastaajia välttämättä riitä kaikkiin viesteihin. Vaikka viesti saisi vastauksia, se ei ole vielä tae tiedon saamiselle. Jotta vastaukset olisivat hyödyllisiä, täytyy niiden olla relevantteja, eli tarjota tietoa eikä esimerkiksi huomautusta avausviestin mahdollisista kirjoitusvirheistä tai muusta sivuseikasta. Lisäksi tarjotun tiedon täytyy olla ainakin jossain määrin oikeellista ja luotettavaa.

3. Millaisia tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien vastausviestit ovat?

Koska tutkimuksen keskiössä on tiedon saaminen, syvennyn tutkimuksessa erityisen tarkasti nimenomaan tiedon saamiseen tähtääviin avausviesteihin ja niihin tulleisiin vastauksiin. Tarkastelen vastausviestejä selvittääkseni, missä määrin vastausviestit palvelevat avausviestin tavoitetta eli tiedon saamista. Avausviesti määrittää periaatteessa viestiketjun aiheen. Verkkokeskustelut kuitenkin usein hajoavat eli osa viesteistä harhautuu alkuperäisen teeman ulkopuolelle ja muodostuu rinnakkaisia, keskenään kilpailevia ajatuksia. Usein tällaisissa harhautuvissa viestiketjuissa syntyy myös konflikti keskustelijoiden välille. (Haataja & Perttula 2004: 364.) Tällainen keskusteluhaara ei yleensä millään tavalla palvele avausviestin tavoitetta, etenkin jos tavoitteena on aito tarve saada relevanttia tietoa tarjoavia vastauksia. Suuri vastausmäärä ei välttämättä lisää hyödyllisten vastausten todennäköisyyttä, sillä vastausten lisääntyminen johtaa usein myös huonojen ja hyödyttömien vastausten lisääntymiseen (Constant, Sproull & Kiesler 1996: 120, 126). Tässä tutkimuksessa keskityn etenkin avausviestin kannalta relevantteihin vastauksiin.

4. Millainen yhteys keskustelupalstan avoimuudella ja anonyymilla osallistumismahdollisuudella on viestien piirteisiin?

Keskustelupalstat ja muut verkkokeskustelun mahdollistavat alustat voidaan jaotella avoimiin ja suljettuihin rekisteröitymis- ja kirjautumiskäytäntöjensä sekä anonyymin osallistumismahdollisuutensa perusteella (Herring 2007). Suljetulla alustalla viitataan usein alustaan, joka vaatii rekisteröitymisen tai muulla tavalla vahvistetun jäsenyyden, jotta keskustelija pääsee ylipäättään lukemaan. Avoimesti kaikkien luettavissa olevat keskustelupalstat voivat kuitenkin myös edellyttää käyttäjiltä rekisteröitymistä, jotta he voisivat kirjoittaa viestejä palstalle. Tässä tutkimuksessa käytän termiä *kontrolloitu keskustelupalsta* sellaisesta keskustelupalstasta, joka on avoimesti kaikkien luettavissa mutta joka vaatii viestien kirjoittajilta palveluun rekisteröitymisen. *Avoimella keskustelupalstalla* viitataan puolestaan sellaiseen palstaan, jolle on mahdollista myös kirjoittaa viestejä ilman rekisteröitymistä ja siten täysin anonyymina. Tämän tutkimuksen kohteena olevista keskustelupalstoista toinen (Lampopumput.info) vaatii kirjoittajilta rekisteröitymisen ja edustaa siten kontrolloitua palstaa, kun taas toinen (Suomi24) ei edellytä rekisteröitymistä ja on siten avoin palsta.

Tutkimuksen yhtenä lähtöoletuksena on, että keskustelupalstan avoimuus eli mahdollisuus kirjoittaa anonyymina ilman rekisteröitymistä vaikuttaa tutkittuihin asioihin. Anonymiteetti voi kannustaa ihmisiä epäasialliseen käytökseen, kuten toisten keskustelijoiden loukkaamiseen tai keskustelujen tahalliseen häiritsemiseen (Wise, Hamman & Thorson 2006). Rekisteröityminen helpottaa keskustelupalstan hallinnoimista ja valvontaa sekä ehkäisee myös asiattomien viestien kirjoittamista (Sanastokeskus TSK 2017). Avoimen keskustelupalstan valvonta on vaikeampaa, joten palstan avoimuudella on todennäköisesti merkitystä sen kannalta, millaisiksi keskustelut muodostuvat. Neljännen tutkimuskysymyksen tarkoituksena on siis selvittää, millainen yhteys avoimuudella ja kontrolloitavuudella on viestien piirteisiin. Tätä selvitän vertailemalla keskenään kahta erityyppistä aineistoa.

Tutkimuksessani tavoitteena on muodostaa kattava kokonaiskuva siitä, miten erikoisalaan liittyvä tieto välittyy verkkoyhteisöjen kautta. Tutkimukseni kontribuoi uutta tietoa tiedon pyytämisestä ja neuvomisesta, viestin oikeanlaisesta muotoilusta viestijän tavoitteen saavuttamisen kannalta sekä kohteliaisuudesta. Digitaalisen viestinnän ja digitaalisen diskurssianalyysin osalta tutkimukseni tuo puolestaan uutta tietoa verkon keskustelukulttuureista sekä anonyymiteetin roolista niissä.

Aiempiin samoihin aihepiireihin liittyviin tutkimuksiin verrattuna (ks. esim. Steehouder 2002; Locher 2006; Kouper 2010; Arendholz 2013; Haasio 2015; Hyysalo,

Juntunen & Martiskainen 2018) tutkimukseni on luonteeltaan moniulotteinen: tarkastelussa on mukana useampia näkökulmia, kun aiemmissa tutkimuksissa on tyypillisesti keskitytty jonkin suppeamman näkökulman tarkasteluun.¹ Tutkimukseni kontribuutiona muodostuu myös menetelmällinen kokonaisuus, jota voi käyttää jatkossa toisenlaisiinkin aineistoihin.

1.2 Lähestymistapa ja viitekehys

Tässä luvussa käyn läpi tutkimukseni lähestymistapaa ja viitekehystä. Aloitan käsittelemällä verkkoyhteisöjen roolia tiedonhaussa (1.2.1), mistä siirryn yhteiskunnan erikostumiskehityksen ja erikoisalaviestinnän (1.2.2) kautta tarkastelemaan aineistona toimivien keskustelujen aiheena olevaa erikoisalaa eli lämmitystä ja erityisesti lämpöpumppuja keskustelunaiheena (1.2.3). Luvussa 1.2.4 käyn läpi aiempaa aiheeseen liittyvää eri tieteenalojen ja tutkimussuuntausten piirissä tehtyä tutkimusta painottaen erityisesti viestintätieteellistä lähestymistapaa.

1.2.1 Verkkoyhteisöt tiedonhaussa

Tiedonhaku internetistä ongelmien ratkaisemisen, mielipiteiden muodostamisen sekä päätöksenteon tueksi on nykyään osa ihmisten arkea. Verkkokeskusteluissa tieto rakentuu dialogisesti eli tiedon pyytäjän ja tiedon antajien välisessä vuorovaikutuksessa, jossa esitetään tarkentavia kysymyksiä ja annetaan pala palalta lisää tietoa molemmiin puolin. Verkkokeskustelu ei rajoitu ainoastaan informaation siirtämiseen tiedon tarvitsijoille niiltä, joilla sitä on, vaan viestintä pitää sisällään myös muun muassa arvojen, uskomusten ja odotusten jakamisen ihmisten kesken (Savolainen 2001: 68).

Etenkin tiedon saamiseen tähtäävät verkkokeskustelut käydään usein erilaisissa *verkkoyhteisöissä*. Ne ovat yhteisöjä, joissa jäsenten välinen vuorovaikutus tapahtuu pääasiallisesti verkossa esimerkiksi keskustelupalstojen, verkkoyhteisöpalveluiden, blogien, pikaviestiohjelmien tai sähköpostin kautta. Jäseniä yhdistävä tekijä on yleensä jokin yhteinen kiinnostuksen kohde. (Sanastokeskus TSK 2010: 21.) Määrittelen verkkoyhteisöt ja esittelen ne tarkemmin luvussa 2.2.1.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti keskustelupalstoilla tapahtuvaa verkkokeskustelua. *Keskustelupalsta* (*discussion board*, *discussion forum*) voidaan määritellä verkossa olevaksi palveluksi, joka mahdollistaa asynkronisen eli ei-reaalitajan keskustelun erilaisista aiheista tyypillisesti verkkosivun kautta. Lähetetyt viestit tallentuvat pysyvästi keskustelupalstalle, mikä mahdollistaa vanhojen

¹ Tarkemmin aiemmasta tutkimuksesta on kerrottu luvussa 1.2.4.

keskustelujen selaamisen myöhemmin, ellei viestejä erikseen poisteta. (Sanastokeskus TSK 2010: 28.) Keskustelupalstoja on olemassa käytännössä jokaisesta kuviteltavissa olevasta aiheesta. Ne ovat tehokkaita välineitä lähes mihin tahansa, hyvin erikoistuneeseenkin aihealueeseen liittyvän tiedon hankintaan ja jakamiseen. Keskustelupalstojen asema tiedonhaun ja vertaisavun välineinä on edelleen merkittävä uudempien sosiaalisen median ilmiöiden, kuten blogien ja verkkoyhteisöpalveluiden esiinnoususta huolimatta (Savolainen 2011b: 863; Herring, Stein & Virtanen 2013: 14; Lagus, Pantzar, Ruckenstein & Ylisiurua 2016). Käsittelen keskustelupalstoja ja niiden ominaisuuksia tarkemmin luvussa 2.2.3.

Keskustelupalstat voidaan nähdä niin kutsuttuina käytäntöyhteisöinä (*communities of practice*) silloin, kun ne muodostavat ryhmiä, joita yhdistää kiinnostus tai intohimo tiettyyn ilmiöön ja joiden jäsenet ovat säännöllisesti vuorovaikutuksessa keskenään. Käytäntöyhteisöjen tarkoituksena on kehittää jäsenten taitoja sekä rakentaa ja vaihtaa tietoa. (Wenger & Snyder 2000: 139–142; Wenger 2009) Alun perin käytäntöyhteisön käsitteellä viitattiin kasvokkaiseen vuorovaikutukseen perustuviin yhteisöihin, mutta esimerkiksi Murillo (2008) sekä Wenger-Trayner ja Wenger-Trayner (2013) ovat sitä mieltä, että termiä voidaan käyttää myös puhtaasti tietokonevälitteisestä yhteisöstä, mikäli se täyttää käytäntöyhteisön kriteerit. Tässä tutkimuksessa aineistona olevat keskustelupalstat nähdään *käytäntöyhteisöinä*. Esittelen käytäntöyhteisöjä tarkemmin luvussa 2.2.2

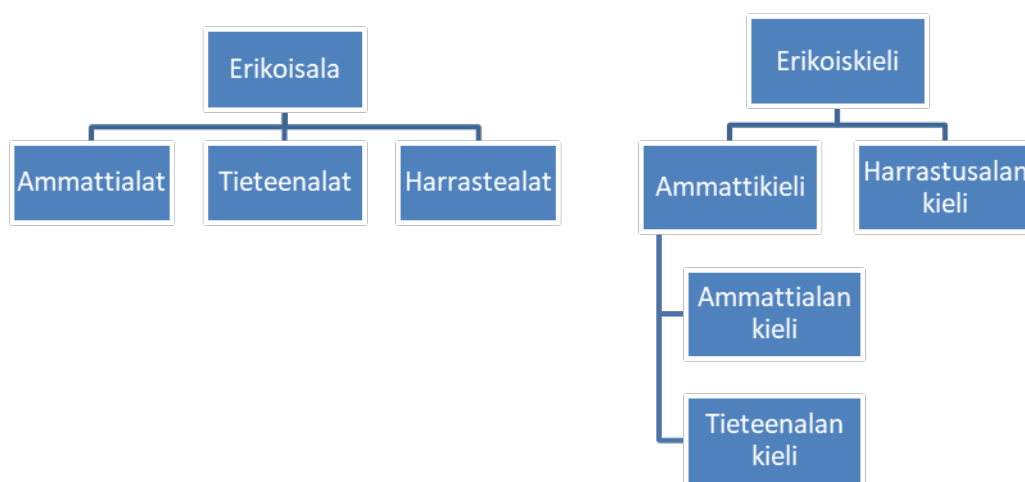
Kun verkkoon mennään etsimään tietoa tietystä aiheesta, saatetaan verkkoyhteisöihin päätyä esimerkiksi hakukoneen kautta, sillä hakukonetta käytettäessä osa hakutuloksista johtaa usein verkkokeskusteluihin. Suositut keskustelupalstat nousevat tyypillisesti kärkeen hakutuloksissa. Esimerkiksi merkittävä osa Suomi24-keskustelujen kävijöistä saapuu palveluun Google-hakujen kautta (Lagus ym. 2016: 9). Keskustelupalstalla tietoa voidaan etenkin aluksi etsiä jo olemassa olevista, aiemmista keskusteluista. Jos tietoa ei löydy aiemmista keskusteluista tai jos oma tilanne on hyvin spesifi, on mahdollista kirjoittaa uusi keskustelunavaus palstalle. Näin voi saada räätälöityä tietoa juuri omaan tilanteeseen liittyen.

Keskustelupalstojen etuna tiedonhaussa on, että ne tarjoavat kysyjälle helpon keinon saavuttaa suuri joukko ihmisiä ja siten myös potentiaalisia auttajia, joilla saatetaan olla kysyjän kaipaamaa tietoa. Siten on todennäköistä, että edes joku heistä on tarpeeksi motivoitunut auttamaan jakamalla tietonsa. (Constant ym. 1996: 120, 132; Savolainen 2001: 71.) Vastausmotivaatioon vaikuttaa keskustelunaiheen kiinnostavuus sekä viestin kiinnostavuus lukijan näkökulmasta (Savolainen 2001: 73). Burke ym. (2007: 2) havaitsivat tutkimuksessaan, että viestin oikeanlainen muotoilu on tärkeää toivotunlaisen tuloksen saamiseksi: esimerkiksi viestiketjujen avausviestien rakenne vaikuttaa siihen, lähteekö keskustelu käyntiin vai ei.

Verkkoyhteisöissä oleva tieto on usein niin sanottua vertaistietoa eli se on peräisin samankaltaisilta ihmisiltä kuin tiedon hakija ja perustuu usein omakohtaisiin kokemuksiin ja näkemyksiin (ks. Hyvönen, Järvelä & Piironen 2008: 1; Haasio 2015). Verkkoyhteisöt toimivat tiedonlähteenä myös lukuisille yhteisöihin kuulumattomille, jotka eivät välttämättä koskaan itse osallistu tai säännöllisesti vieraile niissä. McLaughlin, Osborne ja Smith (1995: 102–103) kutsuvat tällaista viestien lukemista hiljaiseksi osallistumiseksi.

1.2.2 Erikoisalaviestintä verkossa

Tässä tutkimuksessa keskeistä on erikoisalatietoon liittyvä viestintä. Erikoisala on Sanastokeskus TSK:ta (2006: 30) lainaten ”ala, joka vaatii erikoisosaamista”. Erikoisaloja voivat olla niin ammattialat, tieteenalat kuin harrastusalatkin (kuvio 1). Tietyn erikoisalan viestinnässä käytettävää kielimuotoa kutsutaan *erikoiskieleksi* (*special language; language for special/specific purposes*). Erikoiskielessä käytetään alalle ominaista termistöä ja usein tiettyjä tyylillisiä ja syntaktisia piirteitä. (Emt.) Erikoisalaviestinnässä käytetään myös termiä *ammattikieli*, toisinaan erikoiskielen synonyymina ja toisinaan sen alakäsitteenä. Tällöin *erikoiskielellä* viitataan tietylle erikoistuneelle alalle ominaiseen kielenkäyttöön ja *ammattikielellä* tiettyyn ammattiin liittyvään erikoiskieleen. (Koskela & Katajamäki 2012: 457–458.) Ammattikielen käyttö ei kuitenkaan tarkoita sitä, että käyttäjillä välttämättä olisi alan koulutus, vaan sitä voivat käyttää myös alan harrastajat. Ammattikieli voidaan nähdä optimaalisena tiedonvälityksen välineenä juuri tiettyyn erikoisalaan liittyvien asiasisältöjen välittämisessä (Koskela & Katajamäki 2012: 457–458). Erikoiskieliin kuuluvat ammattikielten lisäksi myös erilaisten harrastusalojen kielet (kuvio 1).



Kuvio 1. Erikoisala ja erikoiskieli

Koska erikoisalat pitävät sisällään paljon erikoistunutta tietoa, vaatii erikoisalan asiantuntijaksi pääseminen alan koulutusta, vahvaa harrastuneisuutta tai ammatillista osaamista. Jos alaa tuntematon joutuu yllättäen tekemisiin jonkin paljon osaamista vaativan erikoisalan kanssa, on erikoisalaan liittyvän tiedon nopea sisäistäminen yleensä vaikeaa. Yhteiskunnan erikoistuttua ja monimutkaistuttua harvalla on kykyä hallita kaikki erikoisalat, joita joutuu jokapäiväisessä elämässään kohtaamaan. Nykyään on esimerkiksi yhä harvinaisempaa, että ihminen rakentaa, huoltaa, kunnostaa ja korjaa talonsa tai autonsa itse. Osittain tämä johtuu yhteiskunnan erikoistumisen ja työnjaon kehittymisestä, osittain myös siitä, että erikoisalat ovat muuttumassa yhä monimutkaisemmiksi. Esimerkiksi asuinrakennukset ja niihin liittyvä teknologia ovat monimutkaisempia, ja asuntojen rakentamiseen ja korjaamiseen tarvitaan yhä enemmän asiantuntemusta.

1.2.3 Lämpöpumput erikoisalana

Valitsin tähän tutkimukseen erikoisalaksi lämmityksen ja erityisesti *lämpöpumput*, sillä niihin liittyy monia verkossa käytävien teknologiakeskustelujen piirteitä. Perusteluna aiheen valinnalle ovat sen *erikoistuneisuus*, *suosio keskustelunaiheena* sekä digitaalisen vuorovaikutuksen ja verkkoyhteisöjen *erityinen asema ja merkitys* alan kannalta. Nämä tekijät yhdessä tarjoavat kiinnostavia näkökulmia verkkoyhteisöissä tapahtuvaan erikoisalaviestintään.

Lämpöpumput ovat laitteita, joita voidaan käyttää esimerkiksi asuntojen lämmitykseen. Lämpöpumppujen toiminta perustuu siihen, että ne keräävät ilmaan, maaperään tai veteen varastoitunutta lämpöä ja siirtävät sitä sisälle rakennukseen. Pumppu voi ottaa lämpöenergiaa ulkoilmasta, talon ilmanvaihtoputkiston poistoilmasta, vedestä, maasta tai kalliosta. Talon ulkopuolelta otettava lämpöenergia on peräisin joko auringosta tai maapallon ytimeistä. (Official Journal of the European Union 2010: 19; Motiva 2015.) Erilaisia lämpöpumpputyyppejä ovat ilmalämpöpumput (ILP), maalämpöpumput (MLP), poistoilmalämpöpumput (PILP) ja ilma-vesilämpöpumput (IVLP).

Näihin laitteisiin liittyvä keskustelu on tutkimuksen kannalta kiinnostavaa siksi, että lämpöpumput kasvattavat jatkuvasti suosiotaan asuntojen lämmitystapana, jolloin yhä useampi joutuu ratkomaan niihin liittyviä kysymyksiä. Lämpöpumpun hankinnan taustalla on usein halu vähentää lämmityksen energiakustannuksia. Ilmalämpöpumppuja asennetaan myös siksi, että lämpimällä säällä niitä voidaan käyttää myös asunnon tai muun tilan viilennykseen. Lämpöpumppujen menekkiä lisää osaltaan myös kasvava huoli ilmastomuutoksesta. Uudisrakentamisessa

useimpiin pientaloihin asennetaan nykyään yksi tai useampi lämpöpumppu. Lämpöpumppuja myytiin Suomessa vuonna 2014 noin 70 000 kpl ja vuoden 2014 lopussa niitä oli käytössä yli 700 000 kpl. (Motiva 2015.)

Asukasta kohden vuosittain myytyjen lämpöpumppujen määrä oli tutkimuksen tekoajankohtana Suomessa yksi maailman korkeimmista (Heiskanen, Hyysalo, Jallas, Juntunen & Lovio 2014: 176), ja niiden määrän nopea lisääntyminen on tapahtunut verrattain samanaikaisesti uusien digitaalisen viestinnän alustojen yleistymisen kanssa. Suomessa omakotitalot ovat yleisiä ja valtaosa väestöstä asuu omistusasunnoissa, mikä luo suotuisan ympäristön lämpöpumppujen asennukselle. Vaikka energia on Suomessa verrattain edullista ja keskitulot korkeat, kylmä sää kasvattaa suomalaisten lämmityskustannuksia. (Hyysalo ym. 2018: 874.)

Asunnon lämmitysjärjestelmä on kustannuksiltaan iso hankinta, joka tehdään mahdollisesti vain kerran elämässä. Sillä on vaikutusta asumismukavuuteen ja elinkustannuksiin sähkön kulutuksen kautta. Voidaan siis puhua hankinnasta, jolla on ihmisen elämälle melko suuri ja merkittävä vaikutus. Päätöksen tekeminen vaatii paljon tietoa aihealueesta, joka on hyvin tekninen ja erikoistunut. Oikean lämmitysjärjestelmän valintaan ei ole olemassa yksiselitteistä tai oikeaa vastausta, sillä valinta on riippuvainen monesta eri tekijästä, kuten asunnon rakennusteknisistä ominaisuuksista ja käyttäjän henkilökohtaisista elintavoista sekä mieltymyksistä. Lämmitysjärjestelmää voidaan siten pitää sellaisena hankintana, joka vaatii ostajalta runsaasti tiedonhankintaa: ostopäätös on kallis, kertaluonteinen, riskialtis ja omalla tavallaan myös sidoksissa kuluttajan persoonaan (ks. esim. Kotler 1997: 190–192). Näin vertaisavun tarve päätöstä tehtäessä nousee suureksi. Myös laitteiden toimintaan liittyvät ongelmatilanteet, kuten viat tai osaamisen puute laitteiden käytössä, ovat omiaan herättämään tiedontarvetta, sillä laitteet ja niiden korjaukset ovat kalliita ja toimimattoman laitteen vaikutus ihmisen elämänlaatuun voi olla merkittävä.

Lämpöpumput liittyvät energiatekniikan alaan, joka on tekninen ja erikoistunut ala. Aihe on sellainen, josta tavallisella maallikolla harvoin on valmiiksi paljon tietämystä. Lämpöpumpun mitoituksen ja mallin valinta on vaikeaa jopa ammattilaiselle ja kokeneelle henkilölle (ks. Hyysalo, Juntunen & Freeman 2013: 36), mikä kuvaa tavallisten käyttäjien kohtaamia haasteita pumpun valinta- ja ostopäätöstilanteessa. Mahdolliset ostajat joutuvat ottamaan lämpöpumppulaitteistojen ostopäätöstä tehdessään huomioon esimerkiksi seuraavat tekijät (Hyysalo ym. 2018: 877):

- Lämmitettävä tila: Tarvitseeko käyttäjä lämmityksen esimerkiksi taloon, autotalliin, ulkorakennukseen vai mökkiin? Minkä kokoinen ja tyyppinen

on lämmitettävä tila (esim. omakoti-, pari- tai rivitalo), montako kerrosta, huonetta ja millainen pohjaratkaisu tilassa on?

- Energiaan liittyvät elintavat ja kulutus: Paljonko energiaa ja kuumaa vettä käyttäjä kuluttaa ja mistä lähteistä energia tulee (esim. sähkö vai muut lähteet)? Mikä on energian vuosikulutus ja vuosittaiset kustannukset?
- Nykyinen ja tuleva lämmitysjärjestelmä: Minkä tyyppinen lämmitysjärjestelmä käyttäjällä on, halutaanko vanha järjestelmä korvata kokonaan vai yhdistää lämpöpumppu vanhaan jo olemassa olevaan järjestelmään, kuten suorasähkö-, öljy- tai puulämmitykseen?
- Lämmityksen hallinta: Haluaako käyttäjä lämpöpumpun, jota voi hallita etänä, ja onko käyttäjä valmis suorittamaan usein toistuvia toimenpiteitä, kuten säätämään lämmitystä?
- Henkilökohtaiset mieltymykset melun ja estetiikan suhteen: Miltä lämpöpumppu kuulostaa ja näyttää asennuksen jälkeen?
- Paikalliset sääolosuhteet. (Hyysalo ym. 2018: 877.)

Hyysalon ym. (2018) tutkimuksen mukaan käyttäjien oli tämän tutkimuksen aiheiston keruun ajankohtana (2010–2014) mahdollista saada suomalaisiin lämpöpumppumarkkinoihin liittyvää tietoa julkisen ja yksityisen sektorin toimijoilta, mediasta sekä vertaisilta eli toisilta kansalaisilta. *Julkisen sektorin toimijoita* olivat Motiva², erilaiset tutkimusyksiköt sekä paikalliset energianeuvonantajat ja rakennustarkastajat. *Yksityisen sektorin toimijoita* puolestaan olivat laitteiden jälleenmyyjät ja asentajat, alan ammattiyhdistys, kiinteistönvälittäjät sekä vakuutusyhtiöt. Mediaan kuuluvia lähteitä olivat joukkotiedotusvälineet, tekniset julkaisut ja aikakauslehdet sekä ammatilliset julkaisut. *Vertaistietoa* voitiin saada paikallisista yhteisöistä, ystäviltä, naapureilta sekä internetin keskustelupalstoilta. (Hyysalo ym. 2018: 883–884.)

Tuotteiden kauppiailta tai asentajilta saatava tieto on harvoin puolueetonta, sillä heillä on omat intressinsä omien tuotteidensa ja palveluidensa myynnin ja menekkin edistämisessä. Myös aika, jota pumpun toimittaja voi käyttää asiakkaan lämmitystarpeen arviointiin, saattaa olla liian lyhyt ottaen huomioon tilanteen monimutkaisuuden, jolloin asiakas saa tilanteestaan ja lämmitystarpeestaan usein melko karkean arvion. (Hyysalo ym. 2013: 36.)

² Valtionyhtiö, joka kannustaa energian ja materiaalien tehokkaaseen ja kestäväseen käyttöön.

Kaiketi juuri ajankohtaisuutensa ja monimutkaisuutensa vuoksi lämpöpumput aiheena on herättänyt tutkimuksen aineiston keruujankohtana runsaasti keskustelua verkossa ja johtanut jopa erityisten aiheeseen vihkiytyneiden verkkoyhteisöjen syntyyn (esim. Lampopumput.info). Olemassaolonsa aikana lämmitysteknologioihin liittyvät keskustelupalstat ovat kehittyneet merkittäviksi viestintäkanaviksi energiateknologioita käyttävien tai niiden käyttöä harkitsevien kansalaisten keskuudessa. Monissa muissa maissa, kuten Ruotsissa ja Saksassa, lämpöpumppuihin liittyvät keskustelupalstat ovat suosittuja ja keräävät runsaasti keskustelua aivan kuten Suomessakin. (Hyysalo ym. 2018: 875.)

Kun ilmalämpöpumput rantautuivat Suomeen, niiden maailmanlaajuiset asennusmäärät olivat jo miljoonissa, mutta niitä käytettiin pääasiassa jäähdytykseen ja lämmitykseen Suomen sääolosuhteita lauhemmissa ilmastoissa. Suomalaisilla keskustelupalstoilla sai paljon huomiota sen oppiminen, kuinka valita, asentaa, ylläpitää ja etsiä vikoja lämpöpumpuista uudessa, kylmemmässä ympäristössä. Maalle erityiset talojen ominaispiirteet sekä ilmasto tarkoittivat, että asentajat ja käyttäjät eivät voineet noudattaa valmistajien ohjeita kirjaimellisesti, minkä johdosta kansalaiset alkoivat kerätä keskustelupalstoilla tietoa näistä asioista. (Hyysalo ym. 2018: 879.)

Hyysalo ym. (2013: 45) kuvailevat tutkimuksessaan, että suurin osa lämmitykseen liittyvien keskustelupalstojen toiminnoista keskittyy eri teknologioiden ja laitemallien mitoitukseen, ostoon, ylläpitoon, vianetsintään ja vertailuun, mutta myös lämmitykseen ja laitteisiin liittyvän datan seurantaan ja esittämiseen, osien vaihtoon, väittelyihin ja energiateknologioihin liittyvien asioiden ja huolenaiheiden esiin nostamiseen. Siten ne toimivat eräänlaisina epämuodollisina informaatioinfrastruktuureina, jotka tarjoavat vaihtoehtoisia tiedonlähteitä ja täyttävät niitä informaatioaukkoja, joita tuotteiden toimittajat, jälleenmyyjät ja viranomaiset eivät onnistu täyttämään. (Emt.)

Lämpöpumput ovat herättäneet verkossa myös ilmeisen tunnepitoista ja osallistujia kahtia jakavaa keskustelua, jossa puolustetaan ja vastustetaan lämmitysjärjestelmiä ja energiamuotoja sekä arvostellaan yrityksiä, tuotemerkkejä ja laitemalleja. Kiivaimmat väittelyt saattavat olla monen sadan viestin mittaisia. Internetin kautta tapahtuvassa viestinnässä nousee korostetusti esiin mielipiteiden voimakas polarisoituminen. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että aiheesta kuin aiheesta saadaan aiheeksi väittely, jossa eri mieltä olevat osapuolet (esimerkiksi maalämmön kannattajat ja vastustajat) linnoittautuvat omien näkemystensä taakse varsin jyrkästi ja joustamattomasti ja verkossa samanmieliset ihmiset tyypillisesti vahvistavat näitä ääripäitä eli hyvin voimakkaita ja joustamattomia mielipiteitä ja näkemyksiä.

1.2.4 Aiempi tutkimus tiedon hakemisesta ja jakamisesta verkkoyhteisöissä

Verkkoyhteisöjä ja verkkokeskusteluja on tutkittu paljon tietokonevälitteisen viestinnän (*computer-mediated communication*) tutkimusalueella, ja ne ovat herättäneet kiinnostusta myös psykologian, sosiologian, yhteiskuntatieteiden ja kielitieteiden alueilla. Tutkittujen verkkoyhteisöjen aihepiireinä ovat olleet muun muassa terveys (Burnett & Buerkle 2004, Eichhorn 2008, Heikkinen 2011), äitiys (Kouper 2010), fanikulttuurit (Baym 2000), urheilu (Kytölä 2013), politiikka (Himmelboim, Gleave & Smith 2009), teemamatkailu (Li, Chandler & Shen 2018) ja matemaatiikka (Chen, Lo & Hu 2020).

Keskustelupalstoja on tutkittu runsaasti opetuskontekstissa pedagogiikan alueella, esimerkiksi keskusteluharjoitusten vertaisvuorovaikutusta (Kääntä 2016), osallistumista ja sosiaalisia yhteyksiä (Tirado-Morueta, Maraver-López & Hernandez-Gómez 2017), opiskelijoiden aktivointia, kriittisen ajattelun kehittämistä sekä opiskelijoiden ja opettajan välisen yhteistyön parantamista (Osborne, Byrne, Massey & Johnston 2018) sekä argumentointia ja tiedon rakentamista (Bayazit, Clarke & Vidakovic 2018). Keskustelupalstat ovat olleet suosittu tutkimuskohde myös terveyteen liittyvän tiedonhaun ja sosiaalisen tuen alueilla (esim. Richard, Badillo-Amberg & Zelkowitz 2017; Park, Conway & Chen 2018; Bostwick, Liao & Lee 2019; Yoo, Lee & Ha 2019). Bakke (2019) on tutkinut, miten (lääketieteen) ammattilaisen asiantuntijuus sekä potilaiden henkilökohtainen, kokemukseen perustuva asiantuntijuus rakentavat yhdessä luottamusta potilasfoorumilla. Poorisat, Detenber, Boster ja Li (2019) puolestaan ovat tutkineet retoriikan näkökulmasta, miten viestin muotoilu ja argumentaatio sekä kirjoittajan asiantuntija-asema vaikuttavat siihen, miten uskottavaksi viesti koetaan.

Lämpöpumppuihin liittyvää verkkokeskustelua ovat tutkineet aiemmin Hyysalo ym. (2013), jotka ovat selvittäneet verkkoviestinnän ja verkkoyhteisöjen vaikutusta kansalaisten ja energiateknologian suhteeseen sekä käyttäjien laitteistoille tekemiin omiin modifikaatioihin ja käyttäjännovaatioihin. Hyysalo ym. (2018) puolestaan ovat tutkineet keskustelupalstojen merkitystä uuden teknologian leviämisessä. Tutkimuksessaan he tarkastelivat lämpöpumppuihin liittyvän keskustelupalstan jäsenyyttä, viestien lähetyssaktiivisuutta ja sisältöä internet-etnografisten menetelmien kautta hyödyntäen viestien sisällönanalyysia sekä palstan käyttäjien haastatteluita. (Emt. 875.) Aihepiiriä lähellä ovat myös erilaiset tekniikkaan liittyvät tukiryhmät ja muut teknisiin aiheisiin, kuten tietotekniikkaan liittyvät keskustelut, joita on tutkittu muun muassa asiantuntijuuden (esim. Haataja & Perttula 2004) sekä teknisen viestinnän näkökulmasta (Steehouder 2002). Pflugfelder (2017) on tutkinut Redditin "Explain Like I'm Five" -keskustelualuetta, jossa vastauksia monimutkaisiin kysymyksiin tuotetaan joukkoistamisen avulla.

Verkkoyhteisöjä sekä niissä tapahtuvaa tiedonhakua on siis tutkittu runsaasti eri aihepiireihin, lämpöpumppuihinkin liittyen. Kuitenkin useat näistä tutkimuksista eroavat omasta tutkimuksestani siten, että ne eivät ole varsinaisesti viestintäteellisiä tutkimuksia, vaan niissä ensisijaisena kiinnostuksen kohteena on jokin muu asia kuin viestintä, vaikka tutkimuskysymystä selvitetäänkin verkkoyhteisöjen avulla. Esimerkiksi pedagogiikan näkökulmasta mielenkiinnon kohteena on usein se, miten oppimista voitaisiin parantaa ja miten keskustelupalstoja voidaan hyödyntää oppimisen näkökulmasta. Terveysteen liittyvissä aiheissa taas on tutkimusintressinä toisaalta se, miten keskustelupalstoja voidaan hyödyntää potilastyössä ja toisaalta se mitä haittaa niistä on (esimerkiksi disinformaation/väärän tiedon levittäminen). Viestinnän näkökulmasta, kuten omassa tutkimuksessani, sen sijaan kiinnostuksen kohteena on ilmiö itsessään ja se, miten viestintä toimii. Tällaisestakin näkökulmasta on tehty aiempaa tutkimusta, esimerkiksi pragmatiikan ja tietokonevälitteisen diskurssianalyysin alueilla.

Nykymuotoisia keskustelupalstoja koskeva tuoreempi pragmatiikan tutkimus on Arendholzin (2017: 125) mukaan kuitenkin edelleen puutteellista ja sitä tarvitaan lisää. Keskustelupalstat ovat hänen mukaansa paljolti jääneet tutkimuksessa muiden alustojen varjoon, ja ne on kuitattu lähinnä sivuhuomautuksina erilaisissa laajemmissa katsauksissa, kun taas systemaattinen ja kokonaisvaltainen keskustelupalstojen kielitieteellinen ja etenkin pragmaattinen kuvaus on jäänyt puutteelliseksi (emt. 132–133). Arendholz (2013) on monografiassaan tutkinut opiskelijoille suunnattua The Student Room (TSR) -keskustelupalstaa. Tutkimuksen painopisteenä olivat keskustelupalstalla ilmenevät ihmistenväliset suhteet. Tiedon pyytämisen ja neuvomisen tutkiminen eivät olleet Arendholzin (2013) tutkimuksessa päätavoitteina, mutta niitä kuitenkin sivuttiin analyysissa, sillä jotkut aineiston viestiketjuista sisälsivät tiedon pyytämistä ja neuvomista.

Verkkokeskustelut ovat herättäneet paljon kiinnostusta myös mediatutkimuksen alueella. Kangaspunta (2016) on tutkinut verkkouutisten kommentteja käyttäen menetelmänä keskustelunanalyysia. Hänen tutkimuksessaan tavoitteena oli selvittää, voidaanko verkkouutisten kommentointia pitää julkisen keskustelun muotona (emt. 45). Kangaspunta (emt.) toteaa, että keskustelunanalyysin keinoilla ei pystytäkään riittävästi huomioimaan kommenttien sisällön merkitystä, mitä täydentäisivät esimerkiksi diskurssianalyttiset menetelmät. Vainikka ja Harju (2019) ovat tarkastelleet tutkimuksessaan anonyymien verkkokeskustelujen luonnetta käyttäen aineistonaan Suomi24-keskustelufoorumin käyttäjille tehtyä kyselyä ja Ylilauta-kuvalaudan keskusteluja. Molemmilta foorumeilta on löydettyä yhteiskunnallisesta keskustelusta marginalisoitunutta käyttäjäjoukkoa.

Tietokonevälitteisen viestinnän tutkimuksen suuresta määrästä huolimatta tietokonevälitteisen erikoisalaviestinnän tutkimus on ollut melko vähäistä etenkin muiden kielten kuin englannin osalta (Bowles 2012: 53). Bowles (emt.) näkee erikoisalaviestinnän ja tietokonevälitteisen viestinnän suhteen hyvin tärkeänä tulevaisuuden tutkimuskohteena, sillä tietokonevälitteinen erikoisalaviestintä on nykyään hyvin yleistä. Myös Hyysalon ym. (2013: 26) mukaan käyttäjäyhteisöt ansaitsevat enemmän huomiota tutkimuksissa, joissa korostuu niiden toiminta teknisen tiedon välittäjänä.

Viestiketjujen avausviestejä koskevaa tutkimusta on tehty myös jonkin verran eri aloilla. Avausviestien tyyppejä ovat tutkineet muun muassa Harper, Weinberg, Logie ja Konstan (2010), jotka ovat luokitelleet sähköisten kysymys-vastauspalstojen kysymyksiä. Lisäksi on tutkittu sitä, vaikuttavatko avausviestien saamat vastaukset tai vastauksetta jääminen jäsenten pysymiseen verkkoyhteisössä (Joyce & Kraut 2006) sekä viestiketjujen saamien vastausten jakautumista keskustelupalstoilla (Morzy 2009). Himmelboim ym. (2009) ovat tutkineet poliittisen verkkokeskustelun avausviestejä, jotka saivat paljon vastauksia. Burke ym. (2007) puolestaan ovat tutkineet avausviesteissä käytettäviä retorisia strategioita, jotka auttavat viestejä saamaan vastauksia verkkoyhteisöissä. Myös Chen ym. (2020) ovat selvittäneet, millaiset keskustelupalstan viestien piirteet lisäävät niiden todennäköisyyttä saada vastauksia. De Choudhury, Sundaram ja Seligmann (2009) nostavat YouTube-videoiden kommentteja käsittelevässä tutkimuksessaan myös keskusteluteeman kiinnostavuuden keskeiseksi tekijäksi keskustelun syntymiselle. Viestiketjun viestien ja niiden osien tavoitteita on tutkinut esimerkiksi Taboada (2004), joka on tarkastellut keskusteluryhmien erilaisia viestityyppejä käyttäen viestien luokittelun pohjana niiden rakennetta sekä sanastollisia ja kieliopillisia piirteitä.

Vertaisapua verkossa on tutkittu enimmäkseen avun antamisen ja antajan näkökulmasta (esim. Chu 2009). Kouper (2010) on lisäksi selvittänyt, millä tavoin neuvoja pyydetään verkkoyhteisöissä. Locher (2006) on tutkinut neuvojen pyytämistä ja antamista lääketieteeseen liittyvällä neuvomispalstalla ja Ruble (2011) neuvomista keskustelupalstoilla. Johtamisen, organisaatiotutkimuksen ja yhteisöviestinnän puolella on tutkittu melko paljon motivaatiota tiedon jakamiseen verkkoyhteisössä (esim. Constant ym. 1996: 120; Wasko & Faraj 2005; Fang & Chiu 2009) sekä tekijöitä, jotka vaikuttavat verkkoyhteisöjen menestykseen ja elinvoimaisuuteen (esim. Cothrel & Williams 1999; Butler 2001; Hinds & Lee 2008; Lin 2008). Oma tutkimukseni puolestaan tarkastelee tiedon hakemista ja jakamista tiedon pyytäjän näkökulmasta. Kuluttajien internet-tiedonhakuun liittyvää tutkimusta on tehty enimmäkseen markkinoinnin näkökulmasta (esim. McGaughey & Mason 1998; Lumpkin & Dess 2004; Lauraéus-Niinivaara 2010), mutta vähäisemmän viestintätieteellisestä näkökulmasta.

Internetin käyttöä tiedonhaussa ja tiedon jakamista verkkoyhteisöissä on tutkittu muun muassa informaatiotutkimuksen alueella. Savolainen (2011a; 2011b) on esimerkiksi tutkinut keskustelupalstojen ja blogien käyttöä tiedon pyytämisen ja jakamisen foorumeina. Hän on myös selvittänyt, millaisia informaatiotarpeita ihmiset yrittävät tyydyttää käyttämällä uutisryhmää, minkälaisia kysymyksiä niiden ilmaisemiseen käytetään ja millaisia vastauksia ne saavat (Savolainen 2001: 69). Haasio (2015) on tutkinut arkielämän tiedonhankintaan vaikuttavaa toiseuden kokemusta sekä tiedon yhteisöllistä muodostumista keskusteluryhmässä.

Morrow (2017: 674) nostaa neuvomisen internetpragmatiikkaa käsittelevässä artikkelissaan esiin, että vaikka neuvomista on tutkittu paljon CMC-tutkimuksen (computer-mediated communication) alueella, niin suurin osa tutkimuksesta käsittelee terveyteen liittyviä aihepiirejä, huolimatta siitä, että neuvoja annetaan verkossa kaikista mahdollisista aiheista. Muihin aihepiireihin kuin terveyteen liittyvän neuvomisen internetpragmatiikan tutkimuksessa on siten havaittavissa tutkimusaukko. Morrow (2017: 681) nostaa myös esiin, että neuvoja annetaan niin internetissä kuin muuallakin eri kielillä sekä erityisissä kulttuurisissa konteksteissa, ja näillä kielellisillä ja kulttuurillisilla tekijöillä on vaikutusta neuvojen pyytämisen ja antamisen käytänteisiin. Siten suomenkielistä ja suomalaiseseen kulttuurikontekstiin kuuluvaa aineistoa hyödyntävä tutkimukseni täydentää myös tältä osin neuvomisen internetpragmatiikkaan liittyvää tutkimusaukkoa.

Oma tutkimukseni eroaa aiemmista tutkimuksista siten, että se yhdistää yhteisöllisen näkökulman yksityiskohtaiseen empiiriseen analyysiin, jossa yhdistetään sisällöllistä, diskursiivista ja pragmaattista tarkastelua. Kansainvälisiin tutkimuksiin verrattuna tutkimukseni erottuu myös siten, että siinä on tarkasteltu suomenkielisiä ja suomalaisessa kulttuurikontekstissa käytyjä keskusteluita. Suomessa on tehty vasta vähän etenkin sellaista teknisen viestinnän tutkimusta, joka tapahtuu verkon tarjoamien yhteisöllisten mahdollisuuksien kautta. Tutkimusasetelmani tarjoaa mahdollisuuden tulosten yleistämiseen muun muassa aineiston koon ja siinä tutkittujen kahden erilaisen palstan vuoksi. Avoimen ja kontrolloidun palstan vertailua ei ole aiemmin tehty vastaavanlaisessa kontekstissa.

1.3 Aineistonkeruumenetelmät ja aineiston kuvaus

Tutkimuksen aineistona on yhteensä 300 lämpöpumppuihin liittyvää viestiketjua, jotka on kerätty Lampopumput.info- ja Suomi24-keskustelupalstoilta. Tässä luvussa käyn läpi aineistonkeruun ja esittelen aineiston. Aloitan käymällä läpi perustelut aineiston valinnalle, eli miksi juuri nämä kaksi keskustelupalstaa on valittu tutkimuksen aineistoksi (1.3.1). Seuraavissa alaluvuissa (1.3.2–1.3.3) esittelen

Lampopumput.info- ja Suomi24-keskustelupalstat. Tämän jälkeen käyn läpi menetelmän, jolla aineisto on kerätty, sekä aineiston määrälliset ominaisuudet (1.3.4.). Lopuksi tarkastelen aineiston keräämiseen ja käsittelyyn liittyviä eettisiä näkökohtia (1.3.5.)

1.3.1 Perustelut aineiston valinnalle

Olen valinnut aineistoksi kaksi lämpöpumppuihin liittyvän keskustelun keskeistä ja suosittua, mutta kuitenkin luonteeltaan erilaista alustaa. Valinnan kriteereinä oli, että aineiston tuli olla vapaasti luettavissa verkossa kenelle tahansa ilman rekisteröitymistä. Näillä perusteilla valitsin aineistoksi *Lampopumput.info*- ja *Suomi24*-keskustelupalstat.

Lampopumput.info on Suomen suurin lämpöpumppuihin liittyvä keskustelufoorumi. Vuonna 2016 foorumilla oli käyty vierailmassa yhteensä 150 miljoonaa kertaa koko sen tuolloin 11-vuotisen olemassaolon aikana. (Hyysalo ym. 2018: 874–875.) *Suomi24* on ollut keskeinen alusta suomalaisissa verkkokeskusteluissa jo toistakymmentä vuotta. Suomi24-foorumin laajuuden, pitkän historian ja suurten käyttäjämäärien vuoksi se voidaan nähdä merkittävänä alueena suomalaisen sosiaalisen median kartalla (esim. Harju 2018: 59, 70).

Lampopumput.info-palstalla käydyissä keskusteluissa myös viitataan Suomi24-keskusteluihin ja päinvastoin³, joten palstojen käyttäjät tuntuvat olevan tietoisia molempien palstojen olemassaolosta paikkoina lämpöpumpuista käytävälle keskustelulle. Näissä metakeskusteluissa myös kommentoidaan palstojen välisiä eroja, jotka näin ollen myös tunnustetaan lämpöpumpuista käytävän verkkokeskustelun osallistujien piirissä.

Keskustelupalstat eroavat toisistaan siten, että Lampopumput.info on erikoistunut, alan harrastajien ja asiantuntijoiden palsta ja Suomi24.fi puolestaan lähes kaikkien keskustelunaiheiden yleispalsta. Koti ja rakentaminen -alueen Lämmitys ja eristäminen -ala-alueella, josta tämän tutkimuksen aineisto on kerätty, keskustelu on rajatumpaa tiettyyn aihepiiriin, mutta käyttäjäkunta lienee silti heterogeenisempää ja vaihtuvuus suurempaa kuin Lampopumput.infossa. Lampopumput.info vaatii myös kirjoittajilta palveluun rekisteröitymisen, kun Suomi24-palstalle sen sijaan on mahdollista kirjoittaa viestejä täysin anonymina, millä on vaikutusta keskustelujen luonteeseen. Tämä tarjoaa mahdollisuuden tarkastella myös sitä, millainen yhteys anonymilla osallistumismahdollisuudella on siihen, miten ja minkä tyyppistä tietoa käyttäjät etsivät erikoistuneesta aihealueesta.

³ Esim. <http://lampopumput.info/foorumi/index.php/topic,18767.o.html>

1.3.2 Lampopumput.info

Lampopumput.info-keskustelupalsta on erikoistunut lämpöpumpuista käytävään keskusteluun. Sivusto on Suomen suurin lämpöpumppuaiheinen keskustelupalsta, ja tutkimuksen aineistonkeruun ajankohtana se oli varsin suosittu (ks. taulukko 1). Mukana ovat kaikki erilaiset lämpöpumpputeknologiat (ks. luku 1.2.3). Keskustelupalsta on perustettu vuonna 2006 (Hyysalo ym. 2018: 874–875). Taulukkoon 1 on koottu tilastoja Lampopumput.info-palstan kävijämääristä ja kävijöistä aineiston keruuajankohdalta.

Taulukko 1. Tilastoja kävijämääristä ja kävijöistä Lampopumput.infossa ⁴

Aiheita yhteensä:	11 872
Viestejä yhteensä:	182 359
Keskimäärin uusia viestejä päivässä:	86
Katseltuja sivuja keskimäärin päivässä:	21 492
Jäseniä yhteensä:	5 662
Keskimäärin käyttäjiä paikalla:	94
Miehiä suhteessa naisiin:	58:1

Palsta on jaoteltu Yleiseen keskusteluun, Yleiseen lämpöpumppukeskusteluun, Asennukset, tekniikka ja myynti -keskusteluun, Merkkikohtaiseen keskusteluun sekä Kauppapaikkaan. Aineisto on kerätty kaikilta alueilta lukuun ottamatta Kauppapaikkaa, joka sisältää myynti- ja ostoilmoituksia, sillä se keskittyy kaupantekoon eikä tiedon hankintaan ja jakamiseen. Yleisestä keskustelusta aineistoa on kerätty ala-alueelta Linkit ja muu netistä bongattu, josta on poimittu lämpöpumppuihin liittyvät viestit. Muilla alueilla keskustelu liittyy muihin aiheisiin kuin lämpöpumppuihin, joten ne on jätetty pois aineistosta. Taulukkoon 2 on koottu kaikki Lampopumput.info-palstan ala-alueet, joista aineistoa on kerätty, kultakin ala-alueelta kerättyjen viestiketjujen määrä sekä ketjuissa olevien vastausviestien määrä.

Taulukko 2. Lampopumput.info-palstalta kerätty aineisto keskustelualueittain

Keskustelualue	Ketjuja Vastauksia	
Linkit ja muu netistä bongattu	12	133
Ilmalämpöpumput	24	421
Poistoilmalämpöpumput	4	61
Ilma-vesilämpöpumput	6	55
Maalämpöpumput	12	283
Muut lämpöpumpputyypit	2	85
Lämpöpumppugalleria	1	7

⁴ Lähde: <http://lampopumput.info/foorumi/index.php?action=stats> (11.12.2011)

Keskustelualue	Ketjuja Vastauksia	
Lämpöpumpputalut	3	239
Asennukset, tekniikka ja alan yritykset	5	66
Omat modifikaatiot ja viritykset	15	507
Kuumarinki - Kuumakallejen kokoontumispaikka 1		19
Hintavihjeet ja tarjoukset	2	4
Käyttökertomukset	3	42
Merkkikohtainen keskustelu / ILP	38	397
Merkkikohtainen keskustelu / PILP	12	403
Merkkikohtainen keskustelu / IVLP	10	104
Yhteensä	150	2826

Lampopumpput.info:ssa on *Kuumarinki - Kuumakallejen kokoontumispaikka* -niminen oma erityinen alue ”provokatiiviselle, paljon intohimoja herättävälle ja keskustelijoita kahteen leiriin jakava keskustelulle”. Palstan ylläpitäjä kuvailee sitä ylimmäksi kyseiselle alueella kiinnitetystä ”LUE TÄMÄ ENSIN!” -viestissä seuraavasti:

Tämä alue on perustettu ihan sitä varten, jotta saadaan väkisellään ympäri foorumia sikiävä taistelu asennushinnoista, halvoista ja kalliista pumpuista, hyvistä ja huonoista pumpuista jne. samaan paikkaan. Tänne on tarkoitus siis kasata kaikki provokatiivinen, paljon intohimoja herättävä ja keskustelijoita kahteen leiriin jakava keskustelu. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että julkinen mustamaalaus, uhkailu tai muu vastaava laitton kirjoittelu olisi sallittua. Tarkoituksena on saada nykyinen kiistoja aiheuttava keskustelu siirtymään tänne ja täten pysymään muu keskustelualue ”puhtaana” ja asiallisena. Muualta keskustelualueelta siirretään armotta tälle alueelle kaikenlaisen turhaan jankkaukseen, tai muutoin asiattomuuteen menevä keskustelu. [...] ⁵

Lainattu viesti kertoo osaltaan palstan normeista, keskustelukulttuurista sekä siitä, millaista käytöstä palstan jäseniltä odotetaan ja millainen käytös puolestaan on ei-toivottua.

1.3.3 Suomi24

Suomi24.fi oli tämän tutkimuksen aineiston keruuajankohtana Suomen käytetyimpiä sivustoja (TNS Gallup 2013). Keskustelut on Suomi24-sivuston tunnetuin palvelu, jota sivustolla luonnehditaan sanoilla ”todellinen suomalaisten sähköinen mielipidepankki”. Aiheita on lähes rajattomasti kaikista mahdollisista aihepiireistä ”hampaidenhoidosta talonrakentamiseen”. Päivittäin julkaistaan jopa yli 20

⁵ <http://lampopumpput.info/foorumi/index.php/topic,3121.o.html>

000 uutta viestiä, joita on yhteensä jo yli 50 miljoonaa. (Suomi24 Oy 2013.) Vuodesta 2000 eteenpäin Suomi24-nimellä toiminut verkkoportaali ei ole koskaan ollut pelkästään keskustelufoorumi, mutta 2000-luvun edetessä sivuston suurin focus on keskittynyt verkkokeskusteluun. Googlen hakutilastoissa Suomi24:n suosio oli noussut aina vuoteen 2007 asti. (Vaahensalo 2018.)

Suomi24:n laaja keskustelufoorumi koostuu useista eri aihepiireihin liittyvistä keskustelualueista, jotka jakautuvat edelleen pienempiin ala-alueisiin. Varsinaiset viestiketjut sijoittuvat näiden sisään. Foorumin keskustelualueille⁶ on muodostunut eräänlaisia pienempiä yhteisöjä, joilla on omat keskustelukäytäntönsä. Siten Suomi24 voi näyttäytyä eri käyttäjille hyvin erilaisena keskusteluympäristönä riippuen siitä, mitä keskustelualueita ja viestiketjuja käyttäjä lukee. (Harju 2018: 57.) Olen kerännyt aineiston Koti ja rakentaminen -alueen Lämmitys ja eristäminen – ala-alueelta, josta olen manuaalisesti poiminut lämpöpumppuihin liittyvät viestiketjut. Näyttökerroissa tarkasteltuna Koti ja rakentaminen on Suomi24-keskustelupalstan kuudenneksi suosituin keskustelualue (Lagus ym. 2016: 25).

Merkittävä osa kävijöistä tulee Suomi24-keskusteluihin Google-hakujen kautta. Satunnaiset selaajat voivat käydä Suomi24:ssa vain lukemassa yhden tai useampia viestejä ja lähteä sen jälkeen sivustolta. Toisaalta Suomi24-palstalla on myös aktiivikirjoittajia, jotka viettävät päivittäin aikaa yhdellä tai useammalla palstan keskustelualueista. (Lagus ym. 2016: 9.)

Citizen Mindscapes -hankkeessa⁷ (Kansakunnan Mielenliikkeet sosiaalisessa mediassa) toteutettiin verkkokysely Suomi24-keskustelufoorumin käytöstä sekä siihen liittyvistä kokemuksista ja tuntemuksista. Kyselyyn saattoi vastata Suomi24-keskustelualueilla esillä olleen linkin kautta kahden viikon ajan joulukuussa 2016. Tänä aikana kyselyyn vastasi noin 1400 henkeä. Vastausten perusteella tyypillinen Suomi24-keskustelujen käyttäjä on kaupungissa asuva keski-ikäinen mies. Miehiä ja keski-ikäisiä oli enemmistö vastanneista, kun taas nuoria oli vastaajien joukossa vähemmän. (Harju 2018: 54.) *Citizen Mindscapes* -hankkeessa kootun Suomi24-keskusteluaineiston analyysin perusteella Suomi24:ssa katsotuimpia viestiketjuja ovat terveyteen, julkkiksiin, alastomuuteen, rahaan, huijauksiin ja väkivaltaan, mutta toisaalta myös arkisiin asioihin, kuten renkaidenvaihtoon ja ruuanlaittoon, liittyvät aiheet (Lagus ym. 2016: 36).

Suomi24:n kävijöihin kuuluvat sekä viestien kirjoittajat että niiden lukijat. Kirjoittajat voivat rekisteröityä käyttäjiksi, mikä edellyttää toimivaa sähköpostiosoitetta.

⁶ Uusia keskustelualueita muodostaa Allerin henkilökunta. Palstoja luodaan tarpeen mukaan ja käyttäjiltä tulleiden ehdotusten pohjalta voidaan perustaa uusi palsta, jos sitä pidetään tarkoituksenmukaisena. (Lagus ym. 2016: 6.)

⁷ <https://blogs.helsinki.fi/citizenmindscapes/hankkeet/>

Rekisteröityminen antaa mahdollisuuden varata itselleen nimimerkin, jota kukaan muu ei voi käyttää. Palveluun voi kirjoittaa viestejä myös rekisteröitymättä, jolloin kirjoittaja voi viestin kirjoittamishetkellä valita jonkin nimimerkin. Siten yhdellä kävijällä voi olla monta eri nimimerkkiä, ja samalla rekisteröimättömällä nimimerkillä voi toisaalta kirjoittaa useampi eri henkilö. (Lagus ym. 2016: 9.) Rekisteröityneiden käyttäjien kirjoittama osuus kommentteista Suomi24:ssä on tutkimuksen aineistonkeruun ajankohtana ollut 8 %:n molemmin puolin (ks. emt. 36). Suomi24-keskusteluja moderoidaan⁸ palstoja seuraamalla ja kävijöiden poistopyyntöjen perusteella, nyttemmin myös tekoälyn avulla (Aller 2017).

Lagus ym. (2016: 5) näkevät, että Suomi24-aineistoa luonnehtii asiakeskeisyys, eikä se perustu samalla tavoin oman identiteetin rakentamiseen ja verkostoitumiseen kuin vaikkapa Facebook. Keskustelun fokuksessa ovat jaetut kiinnostuksen kohteet, kuten esimerkiksi harrastukset ja terveyteen liittyvät ongelmat. Toisaalta Suomi24-keskustelut esitetään käyttäjäkyselyn vastauksissa myös paikaksi, joka ei edusta niin sanottua ”virallista totuutta” tai asiantuntijatietoa vaan tarjoaa käyttäjien kokemusmaailmasta ja tietämyksestä ponnistavaa, käyttäjien itselleen arvokkaaksi mieltämää tietoa. Tästä näkökulmasta foorumilla keskustelevat näyttäytyvät omaan elämäkokemukseensa nojaavina yksilöinä. Suomi24-keskustelujen koettiin myös edustavan ”kansan ääntä” ja antavan tilaa sellaiselle kansalaiskeskustelulle, jonka käyttäjät eivät pääse ääneen muissa mediatiloissa. (Harju 2018: 59.)

1.3.4 Aineiston kerääminen ja määrä

Keräsin molemmilta palstoilta 150 viestiketjua. Samankokoiset otokset molemmilta palstoilta helpottavat niiden vertailua keskenään. Aineiston määrä (viestiketjut ja vastaukset) on koottu taulukkoon 3.

Taulukko 3. Aineisto

	Ketjuja Vastauksia	
Lampopumput.info	150	2826
Suomi24.fi	150	3252
Yhteensä (molemmat palstat)	300	6078

Valitsin aineistoksi sellaisia viestiketjuja, jotka eivät keräyshetkellä enää olleet aktiivisia eli niihin ei enää ollut tullut uusia viestejä ainakaan kahteen viikkoon. Siten

⁸ Moderoinnilla tarkoitetaan valvontaa, jolla huolehditaan verkkokeskustelun asianmukaisuudesta, ja moderaattorilla viitataan vastaavasti keskustelun valvojaan (Eronen 2011).

viestien määrä viestiketjuissa oli jo suurimmaksi osaksi vakiintunut. Keskustelupalstojen viestiketjuille on tyypillistä, etteivät ne pääty ennalta määritellyllä hetkellä, vaan ne yksinkertaisesti lakkaavat saamasta uusia vastauksia, kun kiinnostus loppuu. Tämä saattaa kestää tunteista vuosiin. Vaikka ketju olisi ollut huomattaviakin aikoja epäaktiivisena, saattaa se koska tahansa muuttua yllättäen uudelleen aktiiviseksi, mikäli joku päättää kirjoittaa siihen uuden vastauksen. (Arendholz 2013: 131.) Aiemman tutkimuksen mukaan kuitenkin suurin osa viestiketjujen avausviesteistä, joihin vastataan, saa vastauksen vuorokauden kuluessa, joten viikon pituinen aikaikkuna on riittävä avausviestin vastausten laskemiseksi (Burke ym. 2007: 12). Lagusin ym. (2016: 29) tutkimuksen mukaan Suomi24:ssä suurin osa viestiketjuista (68 %) päättyy ensimmäisen 14 vuorokauden eli kahden viikon aikana avausviestin kirjoittamisesta. Selkeästi suurin osa keskusteluista päättyy varsin nopeasti, muutaman päivän sisällä (emt.).

Kirjasin ylös jokaisen keräämäni viestiketjun vastausten lukumäärän. Vastauksiksi lasken kaikki avausviestin perään viestiketjuun kirjoitetut viestit riippumatta niiden asiasisällöstä tai kirjoittajasta. Vastausten määrä on molemmilla keskustelupalstoilla nähtävillä jokaisen viestiketjun otsikon perässä (ks. Kuvio 2).

Aihe / Aloittaja		Vastauksia / Lukukerrat	Uusin viesti ▾
	Lue tämä ensin Aloittaja 	0 Vastauksia 3308 Lukukerrat	10.10.05 - klo:09:35 kirjoittanut 
	ILTO Comfort CE50 – enemmän kuin lämpöpumppu? Aloittaja  « 1 2 3 ... 37 »	554 Vastauksia 81528 Lukukerrat	06.04.13 - klo:13:17 kirjoittanut 
	upo vari Aloittaja 	1 Vastauksia 1245 Lukukerrat	18.01.13 - klo:16:11 kirjoittanut 
	InVest vvp-190 ja vvp-300 Aloittaja  « 1 2 3 »	44 Vastauksia 7565 Lukukerrat	21.11.12 - klo:20:35 kirjoittanut 
	Futuran uudet PILP-laitteet nyt markkinoilla! Aloittaja  « 1 2 3 ... 9 »	127 Vastauksia 19319 Lukukerrat	04.11.12 - klo:12:53 kirjoittanut 
	Airoblock BWWP-300 (Midea RSJ-35/300RDN3-B) Aloittaja 	0 Vastauksia 340 Lukukerrat	15.10.12 - klo:21:07 kirjoittanut 
	MerAir PILP + vanha rintamamiestalo, jossa oli ns. painovoimainen ilmastointi Aloittaja 	7 Vastauksia 852 Lukukerrat	14.10.12 - klo:23:19 kirjoittanut 
	MerAir18C Aloittaja 	5 Vastauksia 1033 Lukukerrat	25.06.12 - klo:13:13 kirjoittanut 
	Vitocal 160-A lämpöpumppu varaaja Aloittaja  « 1 2 »	19 Vastauksia 3423 Lukukerrat	18.05.12 - klo:00:05 kirjoittanut 
	Ilto comfort lämmitää liikaa Aloittaja 	2 Vastauksia 613 Lukukerrat	17.05.12 - klo:09:56 kirjoittanut 
	ewa pilp Aloittaja  « 1 2 3 ... 20 »	286 Vastauksia 18450 Lukukerrat	05.05.12 - klo:19:36 kirjoittanut 
	ComfortZonen lämpökertoimet maalämpöpumppujen tasolle Aloittaja 	6 Vastauksia 1272 Lukukerrat	24.03.12 - klo:08:32 kirjoittanut 
	Futuran 500 ilmansuodattimet Aloittaja 	1 Vastauksia 755 Lukukerrat	26.02.12 - klo:00:32 kirjoittanut 

Kuvio 2. Viestiketjuja Lampopumput.info-keskustelupalstalla⁹

Keräsin molemmilta palstoilta sellaiset viestiketjut, joiden uusin viesti oli lähetetty viimeistään joulukuussa 2011. Aineistona olevat palstat eroavat toisistaan siten, että Lampopumput.info:ssa aloitetaan uusia lämpöpumppuaiheisia viestiketjuja

⁹ Kirjoittajien nimimerkit on poistettu kuvasta anonymiteetin takaamiseksi.

useammin kuin Suomi24.fi:ssä. Sen vuoksi kahteen eri otokseen valittujen viestiketjujen uusimman viestin aikajänne poikkeaa otosten välillä. Lampopumpput.info:sta kerätyn otoksen viestiketjujen uusimmat viestit oli kirjoitettu 29.11.2011–31.12.2011 kun taas Suomi24.fi:stä kerätyssä otoksessa ne oli kirjoitettu 4.7.2011–14.12.2011.

Lampopumpput.info:sta kerätyn otoksen avausviestit on kirjoitettu 9.12.2005–31.12.2011 ja Suomi24.fi:stä 21.12.2003–9.12.2011. Suuret vaihteluvälit johtuvat siitä, että otokset on valittu viestiketjun uusimman viestin mukaan. Kuten aiemmin on todettu, voidaan vanhojakin viestiketjuja nostaa vielä vuosia myöhemmin uudelleen keskusteluun. Tätä sattuu muun muassa silloin, kun kävijät päätyvät keskusteluihin Google-hakujen kautta ja kirjoittavat niihin uuden viestin, jolloin vanhat ketjut voivat aktivoitua uudelleen pitkänkin tauon jälkeen (Lagus ym. 2016: 33). Suurin osa aineiston avausviesteistä on kuitenkin kirjoitettu vuonna 2011 (83 % Lampopumpput.info:ssa ja 87 % Suomi24.fi:ssä). Suomi24.fi:stä kerätyistä avausviesteistä suurin osa on kirjoitettu syys–marraskuussa (55 %), ja vuoden jälkipuoliskolla eli heinä–joulukuussa oli kirjoitettu 85 % viesteistä. Lampopumpput.info:sta kerätyistä avausviesteistä suurin osa on kirjoitettu marras–joulu-kuussa (71 %), ja vuoden jälkipuoliskolla on kirjoitettu 89 % avausviesteistä.

Vaikka erilaiset tiedon hankkimisen alustat ovat aineiston keräämisajankohdan jälkeen monipuolistuneet, keskustelupalstojen toiminnan logiikka ja viestinnän käytännöt eivät vastaavalla tavalla ole muuttuneet. Sekä Lampopumpput.info että Suomi24.fi ovat yhä olemassa, ja keskustelu molemmilla alustoilla on edelleen samankaltaista kuin aineiston keruuaikojen aikana.

1.3.5 Aineistonkeruuseen liittyvät eettiset pohdinnat

Internetistä kerättävään tutkimusaineistoon liittyy myös eettisiä kysymyksiä. Suomessa kaikilla tieteenaloilla tutkijaa ohjaavat yleiset eettiset periaatteet. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) laatiman ohjeistuksen mukaan ihmistieteellisen tutkimuksen eettisiä periaatteita ovat tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen, vahingoittamisen välttäminen sekä yksityisyyden ja tietosuojan säilyttäminen. Ohjeistus koskee etenkin tutkimusta, jonka kohteena on ihmiset. Yksilön oikeuksista korostuu erityisesti oikeus yksityisyyteen, jota tutkimuksen tekeminen ja sen tulosten julkaiseminen voi rikkoa. (Kosonen, Laaksonen, Rydenfelt & Terkamo-Moisio 2018: 117–118.) Tutkimuksesta ei saa aiheutua merkittäviä riskejä, vahinkoja tai haittoja tutkittavina oleville ihmisille, yhteisöille tai muille tutkimuskohteille (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019: 7).

Eurooppalaisessa ja skandinaavisessa tutkimusetiikan lähestymistavassa korostuu ennen kaikkea ihmisten perusoikeuksien suojaaminen itsenäisinä kansalaisina demokraattisissa yhteiskunnissa. Internet-tutkimuksen etiikassa on otettava huomioon sekä kansalliset että kansainväliset lait. (Franzke, Bechmann, Zimmer, Ess & the Association of Internet Researchers 2020: 5, 14.) Kansainvälisistä laeista keskeinen on EU:n tietosuoja-asetus eli GDPR (General Data Protection Regulation), jota alettiin soveltaa kaikissa EU-maissa keväällä 2018. Sen tavoitteena on parantaa henkilötietojen suojaa ja tietosuojaoikeuksia. Henkilötietoja ovat kaikki tiedot, jotka liittyvät tunnistettuun tai tunnistettavissa olevaan henkilöön, esimerkiksi nimi, puhelinnumero, auton rekisterinumero, paikannustiedot, IP-osoite ja potilastiedot. (Tietosuojavaltuutetun toimisto 2021.) Tutkimusaineisto sisältää henkilötietoja, jos siitä voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa henkilö tai henkilöitä ”huomioiden tunnistamiseen kohtuullisen todennäköisesti käytettävät keinot”. GDPR säätelee esimerkiksi henkilötietoja sisältävän tutkimusaineiston keräämistä, säilyttämistä, luovuttamista, käyttämistä tai muokkaamista. Tutkimus on suunniteltava niin, että siinä kerätään vain tutkimuksen tarkoituksen kannalta tarpeellisia henkilötietoja. Henkilötiedot on lisäksi poistettava aineistosta, kun ne eivät ole enää tarpeellisia tutkimuksen toteuttamiseksi. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019: 11–12.) Tutkimuksessani en kerää henkilötietoja, sillä ne eivät ole tutkimukseni kannalta olennaisia tai tarpeellisia.

Eettisiä kysymyksiä hankaloittaa se, että internet-tutkimuksen piirissä esimerkiksi määritelmät julkisesta ja yksityisestä ovat hyvin haasteellisia, monitulkintaisia ja myös jatkuvassa muutoksessa. Erilaisten tutkimusasetelmien kirjo internet-tutkimuksen piirissä on niin laaja ja monipuolinen, että eettisten määritelmien tai yleispätevien ohjeiden antaminen on suorastaan mahdotonta. Jokainen tapaus on siis arvioitava erikseen. (Markham & Buchanan 2012.)

Kaikki verkossa avoimesti saatavilla olevat tiedot eivät ole julkisia, ja tästä syystä niitä ei voida automaattisesti tutkia ilman, että asiasta tiedotetaan ja hankitaan suostumus asianomaisilta. On tärkeää erottaa toisistaan julkinen saatavuus ja tiedon arkaluonteisuus. Lausuma on voitu tehdä julkisesti tai yksityisesti, ja sisältö voi olla luonteeltaan henkilökohtaista tai yleistä. Tutkimusetiikan kannalta harmaalla vyöhykkeellä ovat arkaluontoisia henkilökohtaisia tietoja sisältävät viestit, jotka on kirjoitettu julkiselle keskustelupalstalle tai muulle julkiselle alustalle. Tässä yhteydessä on tarkoituksenmukaista soveltaa käsitettä kohtuullisesta julkisuuden odotuksesta. Käsite liittyy siihen, ymmärtävätkö informantit itse ja odottavatko he heidän toimintansa ja lausuntonsa olevan tosiasiallisesti julkisia ja että näitä tietoja voidaan käyttää muihin kuin niiden alkuperäisiin tarkoituksiin. (NESH 2018.)

Verkkoaineistojen kohdalla ihmisen, datan ja tekstin rajan hämärtyminen aiheuttaa haasteita tutkimuseettisten kysymysten suhteen (Markham & Buchanan 2012; Turtiainen & Östman 2013). Vaikka ihmiset eivät tutkimuksessani suoraan ole tutkimuskohteina, niin he ovat välillisesti tutkimuskohteina, eli toisin sanoen tutkin tekstejä, jotka ovat ihmisten kirjoittamia. Siten aineiston keruussa ja käsittelyssä tulee noudattaa ja huomioida anonymiteetin, yksityisyyden ja luottamuksellisuuden eettisiä periaatteita, joita olen noudattanut myös tätä tutkimusta tehdessäni. Aineiston keruuseen ja käyttöön liittyy kysymys siitä, tarvitseeko lupaa aineiston käyttöön kysyä tai saada osallistujilta. Toisaalta osallistujilla tulisi olla oikeus päättää, osallistuvatko he tutkimukseen vai eivät ja mihin heidän tekstejään käytetään. Tässä voitaisiin vedota perustuslailliseen yksityisyyden suojaan ja yksilön oikeuksiin autonomisena toimijana. Toisaalta on kuitenkin mietittävä ja tasapainoiltava myös sen suhteen, mikä on tutkimuksellinen hyöty ja mikä mahdollisesti osallistujille koitua haitta, joka koituu mahdollisesta yksityisyyden rikkoutumisesta (Kosonen ym. 2018: 120).

Pohdinnassa on huomioitava myös tutkimukselliset tavoitteet, menetelmät ja tutkimuskysymykset. Koska menetelmäni on tietokonevälitteinen diskurssianalyysi, jossa tarkastellaan luonnollisesti esiintyvää keskustelua verkossa, tulee ehdottomasti tutkimuksen onnistumisen kannalta välttää sitä, että tutkija jotenkin vaikuttaisi tuloksiin tai aineistoon. Jos verkkokeskusteluun osallistujat olisivat tietoisia siitä, että tutkija tarkkailee heitä ja että heidän kommenttejaan käytetään tutkimuksen aineistona, se saattaisi vaikuttaa heidän käyttäytymiseensä ja kirjoituksiinsa, joko tietoisesti tai tiedostamatta. Tästä syystä en ole informoinut verkkokeskusteluun osallistujia etukäteen siitä, että heidän kirjoittamiaan kommentteja tullaan käyttämään tutkimuksen aineistona.

Lupaa voisi ajatella kysyttävän osallistujilta myös jälkikäteen. Internet-tutkimuksessa suostumuksen hankkimiseen liittyy kuitenkin lukuisia haasteita (NESH 2018). Verkossa suostumuksen kerääminen kaikilta tutkittavilta on usein käytännössä mahdotonta, kuten esimerkiksi historiallisten, anonyymien aineistojen kohdalla, jolloin ei ole mitään keinoa saavuttaa kymmenen vuotta sitten mielipiteensä verkkoon kirjoittanutta nimimerkkiä (Kosonen ym. 2018: 119; NESH 2018). Aineistossani suuri osa kirjoittajista esiintyy täysin anonyymeinä ilman nimimerkkiä tai muuta tietoa, jolla heidät voisi jäljittää. Siten yhteyden saaminen kaikkiin kirjoittajiin ja luvan saaminen heiltä kaikilta olisi käytännössä mahdotonta. Tutkijalle saattaa myös olla vaikeaa varmistaa suostumuksen todellisuus, sillä anonyymissä verkkoympäristössä henkilö saattaa teeskennellä olevansa joku muu esimerkiksi väärennetyn profiilin kautta (NESH 2018). Toisaalta Kosonen ym. (2018: 119) toteavat, että jos nimimerkin takana olevaa henkilöä ei voida saada selville, tunnistamisen mahdollisuus ja siten myös kyseiselle henkilölle aiheutuvan haitan riski

on pieni. Tämän tutkimuksen osalta ei ole katsottu tarpeelliseksi kysyä lupaa aineiston käyttöön, sillä olen arvellut tutkimuksesta henkilöille aiheutuvan haitan riskin olevan hyvin pieni. Tätä tukee myös aineiston ikä, sillä aineisto on kerätty useita vuosia sitten, mistä syystä esimerkiksi kirjoittajien tunnistaminen olisi hyvin epätodennäköistä.

Digitaalisen vuorovaikutuksen aineistoja voidaan luokitella sen perusteella, miten julkisia tai yksityisiä ne ovat. Selkeästi yksityisiä ovat useimmat tekstiviestit, tutkijalle luottamuksellisesti lähetetyt viestit tai suljetuissa ryhmissä olevat viestit. Täysin julkista aineistoa puolestaan ovat monet verkkosivut ja blogit sekä kaikkien saataville julkaistut päivitykset esimerkiksi avoimilla keskustelualustoilla tai ryhmissä. (Helasvuo, Johansson & Tanskanen 2014: 22–23; Kosonen ym. 2018: 119.) Erilaiset keskustelupalstat voivat sijoittua näiden ääripäiden välille. Esimerkiksi keskustelupalsta voi olla avoin kaikille lukijoille, mutta keskusteluun osallistuminen voi vaatia rekisteröitymistä. Aineiston julkisuuden asteella on olennaisia vaikutuksia siihen, millaisia eettisiä kysymyksiä aineiston käsittelyyn liittyy. Olen näistä on toisaalta vuorovaikutuksen ylläpidon näkökulma (esimerkiksi keskustelupalstan ylläpitäjä), toisaalta keskustelijoiden näkökulma. (Helasvuo ym. 2014: 23.)

Aineistona käyttämäni keskustelupalstat ovat julkisia eli ne ovat kaikkien luettavissa ilman kirjautumista. Lain näkökulmasta julkiset verkkokeskustelut ovat julkistettua tietoa, jonka käyttäminen aineistona on sallittua, mutta laki ei kuitenkaan ota kantaa kaikkiin tutkimuksen kannalta tärkeisiin eettisiin kysymyksiin (Kosonen ym. 2018: 119). Eettiset kysymykset ovat sidoksissa sekä tutkimusaiheeseen että aineistona olevien viestien tai muun materiaalin arkaluontoisuuteen. Vaikka viestit on tietoisesti kirjoitettu alustalle, jossa ne ovat julkisesti toisten saatavilla, voi kirjoittaja pitää niitä yksityisenä esimerkiksi niiden sisällön perusteella. (Emt. 120.) Omassa tutkimusaineistossani ei käsitellä niin sanottuja arkaluontoisia asioita, ja keskustelujen aihe on pääsääntöisesti hyvin asiapitoinen (lämpöpumput) eikä keskusteluissa mennä esimerkiksi kirjoittajien henkilökohtaisiin asioihin tai yksityiselämään – tai ainakaan se ei ole keskustelujen eikä tutkimuksen fokuksena. Keskustelujen aihepiiristä voisi päätellä, että osallistujat ovat myös todennäköisesti pääasiassa aikuisia. Voidaan ajatella, että aikuinen ihminen tekee tietoisien valinnan päättäessään julkaista jotain internetin avoimella keskustelupalstalla.

Julkisesti saatavilla olevaan verkkoaineistoon voidaan suhtautua kuin mihin tahansa julkiseen aineistoon esimerkiksi sanomalehteen, ja sitä voidaan lainata tutkimuskäyttöön sitaattioikeuden nojalla. Mikäli viestit ovat julkisesti saatavilla eikä

niiden lukemiseen vaadita rekisteröitymistä, aineiston tutkimuskäytössä ei Helasvuon ym. (2014: 23) mukaan ole periaatteellista eettistä ongelmaa. Samaan tapaan kuin suullisen vuorovaikutuksen tutkimuksessa myös verkkokeskusteluja tutkittaessa on kuitenkin turvattava keskustelijoiden anonymiteetti esimerkiksi käyttämällä pseudonyymejä. Suomi24 toteaa sivuillaan, että keskusteluissa olevaa tekstiä voi lainata tutkimuskäyttöön tekijänoikeuslain puitteissa, mutta alkuperäisen tekstin kirjoittajan nimimerkkiä ei saa julkaista tai yhdistää tekstiin.¹⁰

Tutkittavien henkilöiden oikeuksia voidaan turvata esimerkiksi aineiston anonymisoinnilla (Kosonen ym. 2018: 121). Olen pyrkinyt minimoimaan tutkimuksen mahdollisesti tutkittaville tai teksteissä epäsuorasti mukana oleville osapuolille aiheuttamaa haittaa anonymisoimalla kirjoittajat. Olen korvannut nimet ja nimimerkit erilaisilla viittauksilla (esim. ”vastaaja 1”). On huomattava, että aineisto voi sisältää yksityiseksi katsottavaa tietoa myös toisista ihmisistä kuin aineiston kirjoittajasta itsestään (Kosonen ym. 2018: 120). Olen anonymisoinut aineistosta myös viittaukset esimerkiksi yrityksiin, etenkin jos kyseessä on ollut pieni yritys ja viesti voisi helposti olla yhdistettävissä johonkin yksityishenkilöön. Esimerkkinä tästä voisi olla viesti, jossa kritisoidaan jotain pientä paikallista yritystä ja jopa sen yksittäistä työntekijää tai yrityksen omistajaa. Tutkin sitä, millä tavoin erikoisalaan liittyvä tieto rakentuu keskusteluissa, en itse käyttäjiä yksilöinä.

1.4 Tutkimusmenetelmät

Tämä tutkimus on tehty viestintätieteellisestä näkökulmasta, ja yhdistän tällöin verkkoviestinnän, informaatiotutkimuksen, erikoisalaviestinnän sekä teknisen viestinnän tutkimusta. Tutkimuksessa keskeistä on pragmaattinen lähestymistapa ja kielenkäytön tutkimus. Tutkimuksen menetelmällisenä näkökulmana ja valintana on se, että analyysin kohteena ovat verkossa olevat tekstit. Koska menetelmiin ei sisällytetä esimerkiksi kyselyjä tai haastatteluja, on siitä seurauksena, että tällä tutkimuksella ei ole mahdollisuutta eikä edes tavoitteena selvittää kirjoittajien ajatuksia tai psykologisia tiloja. Kaikki tulkinnot tehdään perustuen verkossa oleviin teksteihin sellaisena kuin ne otoksen keräyshetkellä ovat. Tälle lähestymistavalle perusteluna on se, että myös verkkokeskusteluihin osallistuvat ihmiset tekevät tulkintansa tekstin perusteella. Näin on mahdollista päästä mahdollisimman lähelle verkkokeskustelujen lukijoiden ja osallistujien kokemusmaailmaa. Tutkimusmenetelmä perustuu havainnointiin, jossa tutkija ei ole itse mukana keskusteluissa tai pyri vaikuttamaan niihin millään tavalla. Tämä valinta takaa osaltaan objektiivisuuden ja sen, että tietoisuus tutkijan läsnäolosta ei vaikuta keskustelujen kulkuun, vaan keskustelut ovat mahdollisimman autenttisia.

¹⁰ <https://www.suomi24.fi/opastus/keskustelu>

1.4.1 Digitaalisen diskurssin ja vuorovaikutuksen tutkimus

Tutkimuksen teoreettinen ja metodologinen viitekehys rakentuu tietokonevälitteisen diskurssianalyysin (CDMA, computer-mediated discourse analysis) ja tietokonevälitteisen viestinnän pragmatiikan (pragmatics of computer-mediated communication) tutkimuksesta. *Tietokonevälitteinen viestintä* (CMC) on vanhin ja yleisin nimitys, jota käytetään kielentutkimuksen piirissä erilaisissa tutkimussuunnissa, joissa tarkastellaan verkon vuorovaikutusta ja viestintää. Nimitys on peräisin amerikkalaisesta lähestymistavasta, jonka merkittävänä edustajana tunnetaan S. Herring. Hänen 1996 toimittamansa teos (Herring 1996a) kokoaa yhteen tutkimuksia muun muassa verkossa käytetystä kielestä ja ryhmän sisäisestä vuorovaikutuksesta (Helasvuo ym. 2014: 10). Herringin ym. (2013) toimittamassa käsikirjassa tutkimus lähtee liikkeelle pragmatiikasta ja sosiolingvistiikasta. Siinä käsitellään eri genrejä ja toisaalta pyritään osoittamaan, että jotkin uudentyyppisinä pidetyt kielenkäytön ilmiöt ovat itseasiassa samankaltaisia kuin aiemmassa tietokonevälitteisessä viestinnässä. (Helasvuo ym. 2014: 11.)

Nimitystä *tietokonevälitteinen viestintä* on kritisoitu sen kapean kirjaimellisen merkityksen vuoksi, ja koska tutkimusalue rajautuu siinä tietyille kielentutkimuksen alueille (Helasvuo ym. 2014: Herring ym. 2013). Tilalle on ehdotettu muun muassa nimityksen *teknologiavälitteinen viestintä* käyttöä. Nimitystä *digitaalinen diskurssi* on käytetty uutta mediaa koskevan sosiolingvistisen tutkimuksen piirissä. Thurlow'n ja Mroczekin (2011) artikkelikokoelmassa *Digital Discourse* tavoitteena on tutkia välitteistä (*mediated*) kielenkäyttöä. Digitaalisen diskurssin tutkimuksessa tavoitteena ei ole rajata pois mitään verkon kielenkäytön muotoa, ja sille ovat ominaisia monitieteiset ja kulttuurisista ilmiöistä nousevat tutkimukset. *Digitaalinen diskurssi* viittaa merkityksen rakentamiseen kielellisessä ja multimodaalisessa toiminnassa. (Helasvuo ym. 2014: 11–12.)

Tietokonevälitteisen diskurssianalyysin (CDMA) piiriin voidaan laskea kaikenlaisen verkossa tapahtuvan käyttäytymisen analysointi, joka pohjautuu empiiriseen, tekstuaaliseen havainnointiin (Herring 2004: 2). Tietokonevälitteinen diskurssianalyysi ei ole yksittäinen teoria tai metodi, vaan lähestymistapa, joka tarjoaa useita erilaisia työkaluja empiiriseen havainnointiin pohjautuvaan verkkokäyttäytymisen tutkimukseen. Keskeisimpänä metodologisena suuntauksena on kieleen keskittynyt sisällönanalyysi, joka voi olla kvalitatiivista tai kvantitatiivista. Jälkimmäisessä diskurssiin liittyviä ilmiöitä koodataan, lasketaan ja tehdään yhteenveitoja niiden suhteellisista yleisyyksistä. Kvantitatiivinen CMDA koostuu aina myös kvalitatiivisesta elementistä – erityisesti silloin, kun tutkittava ilmiö on luonteeltaan semanttinen eli merkitykseen liittyvä. On esimerkiksi päätettävä, mikä tulkitaan ja lasketaan jonkin ilmiön esiintymäksi. (Herring 2004: 2–5.) Käytän tässä

tutkimuksessa sisällönanalyysia osana CMDA:ta. Se sopii menetelmänä hyvin verkkoaineistojen, kuten esimerkiksi blogimerkintöjen ja kommenttien teemojen analysointiin (Herring 2010), ja on siten myös sopiva menetelmä keskustelupalstan viestien ja viestiketjujen analysointiin. Palaan tietokonevälitteiseen diskurssi-analyysiin tarkemmin luvussa 3.

Hyödynnän tutkimuksessa kvantitatiivista eli määrällistä ja kvalitatiivista eli laadullista tutkimusotetta. Tavoitteena on luoda yleiskuva tutkittavasta ilmiöstä kvantitatiivisin menetelmin ja syventää ymmärrystä kvalitatiivisia metodeja hyödyntäen (Eskola & Suoranta 2008: 73; Haasio 2015: 83). Tutkimuksessani luon yleiskuvaa tutkittujen ilmiöiden esiintymisestä koodaamalla ja laskemalla niiden suhteellisia yleisyyksiä aineistossa ja syvennän käsitystä ilmiöistä kvalitatiivisella analyysillä, jota esittelen aineistosta poimittujen esimerkkien avulla.

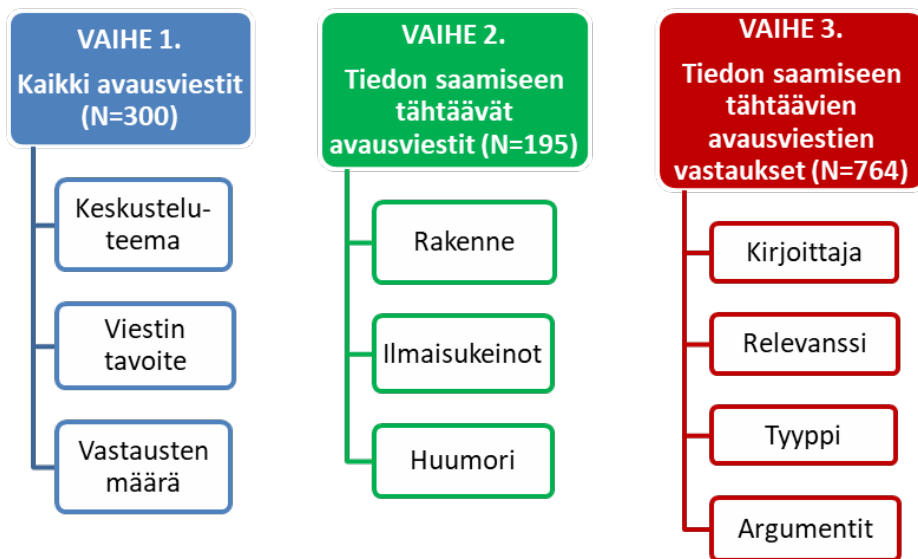
Määrälliseen analyysiin perustuva viestien luokittelu paljastaa kunkin luokan (esim. keskusteluteema tai viestin tavoite) yleisyyden ja valottaa sen merkitystä koko verkkoyhteisölle, kun taas laadullinen analyysi ulottuu syvemmälle merkityksiin (ks. Haasio 2015: 92). Määrällisessä sisällönanalyysissä aineisto voidaan luokitella teoriaperustaisiin luokkiin tai luokat voivat olla puhtaasti aineistolähtöisiä. Aineiston luokitusrunko voidaan muodostaa myös edellä mainittujen tapojen välimuotona eli teorian ja aineiston vuoropuheluna. (Seitamaa-Hakkarainen 2000.) Tässä tutkimuksessa olen hyödyntänyt kolmatta vaihtoehtoa eli aineiston luokitusrungon muodostamista teorian ja aineiston vuoropuheluna.

Viestien vastaanotto ja hyväksyminen riippuvat niiden asiasisällön lisäksi myös siitä, miten ne on kirjoitettu (Otterbacher 2011: 430–431). Vastausviestien argumentaation analysointi auttaa ymmärtämään tapoja, joilla osallistujat pyrkivät rakentamaan vastauksistaan vakuuttavia (Savolainen 2012: 2536). Argumentaatio-teoria ja diskurssianalyysi jakavat molemmat kiinnostuksen argumentatiiviseen diskurssiin, ja ne molemmat myös kuvailevat ja analysoivat todellista argumentatiivista käytäntöä eli argumentaation käyttöä todellisen elämän tilanteissa. Siksi näiden kahden suuntauksen yhdistäminen on sekä mahdollista että myös hyödyllistä. (van Rees 2007: 1462.) Näin teen myös omassa tutkimuksessani.

1.4.2 Tutkimuksen vaiheet

Tutkimus muodostui kolmesta vaiheesta, joista ensimmäisessä analyysin kohteena olivat viestiketjujen avausviestit ja niiden saamien vastausviestien määrä. Toisessa tutkimusvaiheessa syvennyin tarkastelemaan niitä viestiketjuja, joissa avausviestin tavoitteena on tiedon saaminen. Kolmannessa vaiheessa tarkastelin

tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen vastausviestejä ja niiden suhdetta avausviestiin. Kuviossa 3 olen kuvannut tutkimuksen vaiheet.



Kuvio 3. Tutkimuksen vaiheet

Ensimmäisessä tutkimusvaiheessa luokittelin avausviestit sisällönanalyysia käyttäen eri keskusteluteemoihin (ks. Eskola & Suoranta 1999: 186–189). Analysoin avausviestien keskusteluteemoja, sillä aiemman tutkimuksen mukaan (esim. Savolainen 2001: 73; Himelboim ym. 2009: 772; Morzy 2009: 74; De Choudhury ym. 2009) keskustelunaiheen sekä viestin kiinnostavuus lukijan näkökulmasta voivat vaikuttaa vastausten saamiseen ja vastausmotivaatioon. Keskusteluteemojen analyysia varten rakensin aineistolle yhteisen, palstasta riippumattoman luokittelun eri keskusteluteemoihin (vrt. Savolainen 2011a). Luokittelun pohjana hyödynsin markkinoinnin tutkimuksen puolelta tuttua ostoprosessin vaihejakoa (ks. Kotler 1997: 192–199; Kotler 2000) ostoprosessiin liittyvän keskustelun osalta. Muihin teemoihin liittyville viesteille muodostin aineistolähtöiset luokat.

Seuraavaksi luokittelin avausviestit niiden tavoitteen mukaan. Tutkin avausviestien tavoitteita selvittääkseni, oliko avausviestien tavoitteena tiedon saaminen, oliko avausviesteillä muita tavoitteita ja miten suuri osa viesteistä tavoitteli tiedon saamista. Viestityyppien luokittelun pohjana olivat aiemmissa tutkimuksissa tehdyt luokittelut (Harper ym. 2010; Taboada 2004; Kouper 2010: 6; Goldsmith 2000) sekä tutkimusaineistosta nousevat havainnot. Tarkastelin myös vastausten määrää ja jakautumista sekä sitä, millainen yhteys avausviestien erilaisilla keskusteluteemoilla ja tavoitteilla oli niiden saamisen vastausten määrään.

Toinen tutkimusvaihe keskittyi niihin viestiketjuihin (N=195), joiden avausviestin tavoitteena oli tiedon saaminen eli joissa suorasti tai epäsuorasti pyydettiin tietoa.

Analysoin tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien piirteitä selvittääkseni, millainen yhteys avausviestien piirteillä oli niiden saamien vastausten määrään. Aiemman tutkimuksen mukaan (esim. Joyce & Kraut 2006; Burke ym. 2007) verkkokeskustelujen avausviestien muodolliset ominaisuudet tai piirteet, kuten pituus ja rakenne, vaikuttavat keskustelun käynnistymiseen ja jatkumiseen. Rakenteen analysoinnin pohjana käytin Herringin (1996b) luokittelua, Kouperin (2010) aineistossaan havaitsemia toistuvia rakenne-elementtejä sekä Burken ym. (2007) erittelemiä avausviestien retorisia strategioita.

Tarkastelin viesteissä käytettävistä ilmaisukeinoja, kuten multimodaalisia keinoja (esim. tunneikonit), kohteliaisuutta ja huumoria, joka on myös yksi yhteisöllisyyttä rakentavista tekijöistä. Ilmaisukeinojen analyysissa käytin *kasvojen* käsitettä. Goffman (1967: 7) viittaa kasvojen käsitteellä positiiviseen sosiaaliseen arvoon, jonka henkilö saa itselleen sen linjan kautta, jonka muut olettavat hänen ottaneen kohtaamisen aikana. *Kasvot* on kuva itsestä määriteltynä vahvistettujen sosiaalisten piirteiden suhteen (emt.).

Kolmannessa tutkimusvaiheessa tarkastelin kokonaisia viestiketjuja, joiden avausviestin tavoitteena oli tiedon saaminen. Näiden analyysissa käytin pienempää satunnaisotosta aineistosta (40 viestiketjua, jossa yhteensä 764 vastausta, 382 kummaltakin palstalta). Viestien luokittelun pohjana käytin Goldsmithin (2004) neuvonantomallia (ks. myös Ruble 2011) sekä Locherin ja Hoffmannin (2006) listaa strategioista, joiden avulla rakennetaan asiantuntijaneuvojan identiteettiä. Luokittelin avausviestit sen mukaan, pyydettiinkö niissä tietoa suorasti vai epäsuorasti, oliko viestissä nostettu ongelma tai kysymys spesifi vai yleinen, ja oliko viesti tunnepitoinen vai ei (ks. Ruble 2011).

Lopuksi tarkastelin vielä, minkälaista argumentaatiota vastausviesteissä käytettiin. Kun ajatellaan tietoa hyvin perusteltuna, totena uskomuksena (Niiniluoto 1999), nousevat tarjotun tiedon perustelut tärkeään asemaan silloin, kun yksilö hakee tietoa internetistä. Aiemman tutkimuksen mukaan se, miten lukijat vastaanottavat verkossa olevat viestit, riippuu siitä, miten ne on kirjoitettu (Otterbacher 2011; Poorisat ym. 2019). Argumentaatioanalyysi auttaa hahmottamaan, millä tavoin vastaukset pyritään tekemään uskottaviksi ja miten lukijat voivat analysoida niiden luotettavuutta (Savolainen 2012: 2536).

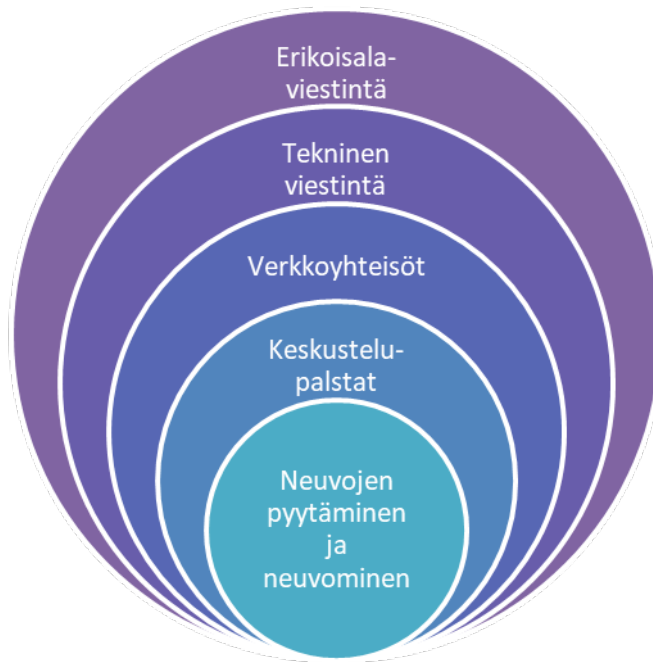
2 YHTEISÖLLISEN ERIKOISALATIEDON HAKEMISEN KONTEKSTIT

Tässä luvussa käyn läpi tutkimuksen yhteiskunnallista kontekstia. Luku alkaa yhteiskunnan erikoistumiskehityksen ja erikoisalaviestinnän tarkastelulla (2.1.1). Yksi osa erikoisalaviestintää on tekninen viestintä (2.1.2), jonka tavoitteena on käyttäjälle suunnatun informaation välittäminen niiltä, joilla sitä on niille, joilla sitä ei ole. Tähän kuuluvat perinteisesti esimerkiksi tuotteiden käyttöohjeet, mutta nykyään käyttäjät hakevat tietoa yhä enemmän myös verkossa olevista vertaisyhteisöistä (2.1.3). Yksi tällainen tiedon tarvetta herättävä tilanne on tuotteiden ostaminen ja siihen liittyvä ostopäätösprosessi, jota esitellään alaluvussa 2.1.4.

Luvussa 2.2 tarkastelen toista tutkimuksen kontekstiin keskeisesti liittyvää ilmiötä eli verkkoyhteisöjä. Luvun alussa (2.2.1) pohdin aiemman kirjallisuuden perusteella, mikä on verkkoyhteisö ja miten yhteisöllisyys voidaan määritellä. Seuraavaksi pohdin sitä, mitä yhteisöllisyys merkitsee erikoisalaan liittyvän tiedon hakemisen ja jakamisen kannalta (2.2.2) sekä keskustelupalstoja viestinnän alustana (2.2.3). Lopuksi tarkastelen verkossa ja verkkoyhteisöissä tiedonhakuun vahvasti vaikuttavia tekijöitä eli anonymiteettiä ja trollausta sekä niiden vaikutusta verkkoyhteisöihin ja niissä tapahtuvaan vuorovaikutukseen (2.2.4).

2.1 Tutkimuksen paikantaminen tutkimuskenttään

Tutkimus liittyy erikoisalatiedon rakentumiseen ja sen välittämiseen. Tällaisen kontekstin tarkasteluun erikoisalaviestintä ja tekninen viestintä tarjoavat luonteovat lähtökohdat, koska niissä lähdetään liikkeelle *tiedosta*. Ammattikielentutkimus näkee tiedon kognitiivisena: erikoisalalla on ”tietoa riippumatta tietäjistä”, kiteytyneenä käsitteisiin ja käsiterakenteisiin. Diskurssintutkimus puolestaan näkee tiedon sosiaalisesti konstruoituna: tietäminen rakentuu vuorovaikutuksessa. Nämä näkökulmaerot eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois, vaan niitä voidaan käyttää rinnakkain toisiaan täydentäen. Tutkimukseni paikantuu erikoisalaviestinnän ja verkkoviestinnän tutkimuskenttään, jossa se edustaa verkon vertaiskeskustelujen kautta tapahtuvaa erikoisalaan liittyvää viestintää (ks. luku 1.2). Tutkimuksen sijoittuminen tutkimuskenttään on esitetty hierarkkisessa muodossa kuviossa 4.



Kuvio 4. Tutkimuksen sijoittuminen tutkimuskenttään

2.1.1 Erikoisalaviestintä

Erikoisalaviestinnän lähtökohtana on yhteiskunnan erikoistumisesta ja työnjaosta seuraava tiedon eriytyminen, joka on johtanut kaikilla elämänaloilla niille ominaisten erikoisalojen syntymiseen. Tiedon eriytymisen ja sen määrän kasvun seurauksena kukaan ei voi enää hallita kaikkia aloja tai edes oman alansa kaikkea tietoa. (Nuopponen, Koskela & Nissilä 2018: 8.) Erikoisalaviestinnällä tarkoitetaan erilaisten ammatti-, harrastus- ja tieteenalojen sisältöjä koskevaa vuorovaikutusta (ks. esim. Koskela & Katajamäki 2012).

Erikoisalaviestintää voidaan lähestyä viestintätilanteeseen osallistujien mukaan, jolloin toisessa ääripäässä on erikoisalan sisäinen viestintä ja toisessa ääripäässä alalta ulospäin suuntautuva viestintä. Näiden ääripäiden välille jää monia välias-teita, joissa lähettäjän ja vastaanottajan alaan liittyvät tiedot ja taidot vaihtelevat. (Nuopponen ym. 2018: 9.) Voidaan puhua myös erikoistuneisuuden asteesta (Gotti 2011: 17). Se, miten paljon tietoa viestinnän osapuolilla on erikoisalasta vaikuttaa siihen, mitä ja miten voidaan viestiä (Nuopponen ym. 2018: 9).

Gotti (2011: 17) nimeää kolme erilaista tilannetyyppiä, joissa asiantuntijat voivat käsitellä erikoisalaansa liittyvää aihetta. Ensimmäisessä asiantuntija viestii toisille saman alan asiantuntijoille keskustellakseen asioista oman erikoisalansa sisällä esimerkiksi raportoidakseen tutkimustuloksista, selittääkseen laitteiden käyttöä

tai muuta vastaavaa. (Emt.) Tällaisessa asiantuntijoiden välisessä vertaisviestinnässä osapuolet voivat luottaa siihen, että molemmilla osapuolilla on käytössään paljon erikoisalan tietoa ja että esimerkiksi erikoisalan sanasto ja terminologia ovat molemmilla hallussa, joten niitä ei tarvitse erikseen selittää tai opettaa. Toisin sanottuna viestintä voidaan perustaa jaetun tiedon ja sanattoman yhteisymmärryksen varaan. Tästä on se etu, että kaikkea ei tarvitse sanoa ja sanomaa voi tiivistää, jolloin viestintä on tehokkaampaa. (Nuopponen ym. 2018: 9.)

Toinen tilanne on sellainen, jossa asiantuntija puhuttelee maallikoita selittääkseen omaan alaansa kuuluvaa tietoa. Tyypillisiä tähän tyyppiin kuuluvat tekstejä ovat esimerkiksi oppikirjat ja käyttöohjeet. (Gotti 2011: 17.) Viestinnän tavoite voi olla paitsi pedagoginen eli opettava, myös ohjeistava. Käyttöohjeissa käyttäjää neuvotaan laitteiden, palveluiden tai esimerkiksi tietokoneohjelmien käyttöön otossa ja käytössä. Tällaisesta viestinnästä käytetään nimitystä *tekninen viestintä*, jota käsitellään enemmän seuraavassa alaluvussa. Tekninen viestintä on myös erikoisalan viestintää, sillä ohjeet ovat aina sidoksissa viestinnän kohteena olevan tuotteen tai palvelun erikoisalaan ja sen sanastoon. (Nuopponen ym. 2018: 11.)

Popularisoitua eli yleistajuistettua tasoa kohti mentäessä erikoisalaa taustoittava tieto vähenee. Tässä kolmannessa tilanteessa vastaanottajilla ei ole välttämättä kovinkaan paljon tietoa kyseisestä tieteenalasta tai ilmiöstä. Tavoitteena ei ole niinkään selittää perusasioita, vaan nostaa esiin mielenkiintoisia näkökulmia vastaanottajille eli suurelle yleisölle ymmärrettävällä tavalla. (Nuopponen ym. 2018: 9.) Nämä kaikki tilannetyypit esiintyvät myös omassa aineistossani.

Saman alan asiantuntijoiden kesken tapahtuvassa vertaisviestinnässä kieli on erikoistunutta ja voidaan käyttää alan erikoiskieltä, johon kuuluvat alan termien lisäksi myös yhteisesti sovitut viestinnän tavoitteet ja tavat käyttää kieltä (Nuopponen ym. 2018). Gotti (2011: 15) käyttää ilmausta *specialized discourse* eli erikoistunut diskurssi kielen erikoistuneesta käytöstä konteksteissa, jotka ovat tyypillisiä erikoistuneelle yhteiskunnalle ulottuen akateemisiin, ammatillisiin ja teknisiin sekä tietämyksen ja käytännön alueisiin. Tämä näkökulma painottaa sekä käyttäjän tyyppiä että käyttöalaa, kuten myös kielen erityistä käyttöä kyseisessä tilanteessa (emt. 15–16). Erotuksena jargonista, jossa läpinäkyvyyttä vältetään tarkoituksella, jotta viesti olisi käsittämätön ulkopuolisille, erikoistuneessa diskurssissa ymmärtämiseen liittyvät ongelmat eivät liity ainoastaan vieraaseen sanastoon vaan myös käsitteelliseen sisältöön. (Gotti 2011: 16.)

Hoffmannin (1984) mukaan erikoiskielillä on 11 pääpiirrettä: 1) tarkkuus, yksinkertaisuus ja selkeys, 2) objektiivisuus, 3) abstraktius, 4) yleistys, 5) informaation tiheys, 6) lyhyys ja ytimekkyys, 7) emotionaalinen neutraalius, 8) yksiselitteisyys,

9) persoonattomuus, 10) looginen johdonmukaisuus sekä 11) määriteltyjen teknisten termien, symbolien ja kuvioiden tai kaavioiden käyttö. Kaikki mainitut kriteerit eivät kuitenkaan ole sovellettavissa kaikkiin erikoiskieliin, eivätkä tietyn erikoiskielen piirteet tai kriteerit ole sovellettavissa sen erilaisiin genreihin (Gotti 2011: 21).

Yksi aiemmassa kirjallisuudessa korostettu erikoiskielen piirre on tunteita herättävien konnotaatioiden puuttuminen. Toisin kuin sanoilla, joilla on usein paljon konnotaatioita, termeillä halutaan välittää puhtaasti denotatiivinen sisältö. (Gotti 2011: 26.) Erikoistuneen diskurssin sävy on yleensä neutraali, sillä sen illokutionaarinen voima nousee enemmän loogisesti etenevästä käsitteiden ja tueksi annettujen todisteiden järjestyksestä kuin niin sanotusta voimakkaasta kielenkäytöstä. Erikoiskielen informatiivinen tavoite ohittaa tyypillisesti sen tunteelliset, esteettiset ja muut sellaiset piirteet, jotka ovat tyypillisiä yleiskielelle, mikä voi antaa erikoisalaviestinnälle usein ”kylmän ja keinotekoisin sävyn”. Tunteiden puuttuminen on hallitsevaa, jos teksti on pääasiallisesti informatiivista. Jos pragmaattinen tarkoitus on persuasiivinen eli suostutteleva tai vakuuttamiseen pyrkivä, kuten esimerkiksi mainoksissa tai argumentatiivisissa teksteissä, tunteiden korostaminen kuitenkin nousee pinnalle myös erikoistuneissa teksteissä. Tämä vahvistaa diskurssin pragmaattisesta tavoitteesta peräisin olevien tarpeiden ylivoiman. (Gotti 2011: 27.)

Erikoisalaviestintää voidaan tarkastella myös käyttäjien välisen sosiaalisen toiminnan näkökulmasta. Kielellä voidaan ilmaista kuulumista tiettyyn ryhmään ja osoittaa esimerkiksi asiantuntemusta, ja tietyt tavat puhua ja kirjoittaa toimivat yhteisön merkeinä. (Nuopponen ym. 2018.) *Yhteisön* käsite on keskeinen erikoistuneen diskurssin alalle, sillä erikoistuneiden tekstien piirteet ja muodot tunnustetaan ja jaetaan erityisten ammatillisten ryhmien kesken. Yksilöt kirjoittavat yhteisön jäseninä, ja kirjoittamisen erityispiirteiden nähdään heijastavan ja osittain myös muodostavan vuorovaikutusta sosiaalisten ryhmien jäsenten välillä. (Gotti 2011: 15.)

Erickson ja Kellogg (2003) lähestyvät tiedon- ja asiantuntijuudenhallintaa sosiaalisesta näkökulmasta. Sosiaalisen näkökulman mukaan tietoa ja asiantuntijuutta luodaan, käytetään ja levitetään tavoilla, jotka ovat erottamattomasti sidoksissa sosiaaliseen ympäristöön. Tiedonhallinta ei ole ainoastaan informaatiokysymys, vaan myös sosiaalinen kysymys, johon kuuluvat erottamattomana osana ihmiset, heidän väliset suhteensa sekä sosiaaliset tekijät kuten luottamus, velvollisuus, sitoutuminen ja vastuullisuus. (Emt.). Ericksonin ja Kelloggin (2003) tutkimustulokset vahvistavat näkemystä siitä, että tiedon jakaminen ja asiantuntijuuden hallinta ovat syvästi sosiaalisia prosesseja.

Professionaalinen diskurssi eli tiettyyn ammattialaan liittyvä asiantuntijadiskurssi on keskeisessä roolissa ammattialan tiedonjärjestelmän rakentumisessa. Asiantuntijoiden käyttämä diskurssi heijastaa heidän asiantuntijatietämystään ja erottaa heidät sekä maallikoista että muiden alojen asiantuntijoista. (Kilkki 2020: 44.) Sosialisatio ammattialalle sisältää oman erikoisalan käsitteiden, termistön ja tekstirakenteiden oppimisen, mutta myös sen oppimisen, mistä omalla alalla puhutaan ja mistä ei puhuta, mitkä asiat ja niiden väliset suhteet ovat relevantteja ja miten todellisuus konstruoidaan erikoisalan kannalta tarkoituksenmukaisella tavalla. (Gunnarsson 2009: 18.)

Englanninkielinen termi *professional knowledge* viittaa sekä alan hallussa olevaan tietoon että osaamiseen eli taitoon. Ammatilaisen työskentelyssä tieto ja taito liittyvät läheisesti toisiinsa, eikä niitä voida käytännön työssä erottaa toisistaan. (Puustinen 2006: 89.) Svensson on määritellyt kolme erilaista professionaalisen tiedon lajia: organisatorisen tiedon, professionaalisen sanoiksi pukemattoman tiedon (*tacit knowledge*) ja keskustelua tai kommunikaatiota koskevan tiedon. Organisatorinen eli organisaatioon liittyvä tieto (*organization assets*) koskee erilaisten sääntöjen, normien ja ohjeiden tuntemista ja tulkintaa. Professionaalinen tieto (*professional assets*) liittyy niihin taitoihin, joiden avulla sovelletaan ammatillista tietoa käytäntöön. (Emt. 97-98) Tämä tieto on luonteeltaan subjektiivista tai henkilökohtaista, ja se hankitaan pitkäaikaisella, omakohtaisella käytännön harjoittelulla (emt. 99). Monet ammatillaiset, kuten esimerkiksi insinöörit, hankkivat ammatilliset taitonsa ja suuren määrän professionaalisesta tiedostaan vasta muodollisen koulutuksen jälkeen käytännön työssä tapahtuvassa oppimisprosessissa (emt. 92).

Kieltä ja kommunikaatiota tarvitaan koko professionaalisen toiminnan ajan oman professionaalisen näkemyksen välittämiseksi. Kieli ja kommunikaatio ovat kuitenkin erityisen tärkeä väline silloin, kun ammatilainen hankkii tietoja jonkin ongelman tai tehtävän muotoilemiseksi ja sen ratkaisemiseksi. (Puustinen 2006: 101.) Professionaalisen diskurssin nykytutkimuksessa käytetään monitieteellistä lähestymistapaa, joka yhdistää perinteisen kielitieteellisen analyysin sosiologiaan, sosiaaliseen konstruktionismiin, kognitiiviseen psykologiaan, organisaatioteoriaan sekä hallintotieteisiin ja mediatutkimukseen. (Gunnarsson 2009: 4; Kilkki 2020: 42.)

2.1.2 Tekninen viestintä

Tekninen viestintä on käyttäjille tarkoitettun informaation suunnittelemista ja tuottamista (Suomen teknisen viestinnän yhdistys 2021). Teknisessä viestinnässä

muokataan asiantuntijalla olevaa tietämystä sitä tarvitsevalle kohderyhmälle (Barnum & Carliner 1993: 3). Tarkoituksena on yleensä saada käyttäjä toimimaan tietyllä tavalla ja saavuttamaan tietty tavoite, joka voi olla esimerkiksi jonkin tuotteen kokoaminen. Tavoitteena on, että informaatio olisi selkeää, yksiselitteistä ja havainnollista ja että se auttaisi lukijaa tavoitteeseensa pääsemisessä. (Walter 1996: 30.)

Isohella (2011: 51) määrittelee teknisen viestinnän ”teknisen tiedon suunnitteluksi, tuottamiseksi ja välittämiseksi sekä siitä viestimiseksi”. Hän näkee teknisen viestinnän yläkäsitteenä sekä kirjalliselle että suulliselle teknisistä sisällöistä viestimiseksi, joka voi saada erilaisia muotoja kontekstista riippuen (emt. 50). Tekninen viestintä on prosessi, johon lukeutuu teknisen informaation suunnittelun ja tuottamisen lisäksi myös sen vastaanottaminen (emt. 35).

Määritelmässä käytetään termiä *tieto* termin *informaatio* sijasta, sillä *informaatio* ei riitä kattamaan tarpeeksi hyvin kaikkea sitä, mitä teknisessä viestinnässä välitetään (Isohella 2011: 51). Niiniluodon (1997) mukaan *tieto* on tulkittua, sisäistettyä informaatiota. Teknisessä viestinnässä välitetään tietoa eli jonkun jo tulkitsemaa ja jollakin tavoin sisäistämää informaatiota. Nykypäivän monimutkaisessa, datan ja informaation täyttämässä maailmassa tarvitaan ennen kaikkea tietoa siitä, kuinka muuttaa data informaatioksi sekä henkilöitä, jotka muuttavat informaation tiedoksi ja välittävät sen sitten eteenpäin. (Isohella 2011: 51.) Siten se, mitä vastaanottajalle välitetään, on kertaalleen tulkittua. Teknisestä tiedosta viestiminen korostaa myös sitä, että tekninen tieto kulkee moneen suuntaan. (Emt. 52.) Sosiaalinen media tarjoaa lukuisia mahdollisuuksia olla vuorovaikutuksessa teknisen tiedon käyttäjien kanssa (Blakeslee 2010: 208–211). Tekninen viestijä voi osallistua esimerkiksi yrityksensä tuotteesta ja sen käyttöohjeista käytäviin verkkokeskusteluihin ja vastata keskusteluissa esiin tuleviin kysymyksiin (emt. 52).

Tekninen viestintä nähdään perinteisesti teknisen viestinnän alan kirjallisuudessa pääasiassa ammattina. Määritelmissä korostuu usein se, että teknistä viestintää tuottavat työkseen alan ammattilaiset, esimerkiksi tekniset kirjoittajat tai tekniset viestijät. (Isohella 2011: 50.) Muiden kuin ammatikseen teknistä viestintää harjoittavien suorittamaa teknistä viestintää koskevan tutkimuksen määrä on kuitenkin kasvanut merkittävästi viime vuosikymmeninä. Tällaisen ei-ammattimaisen teknisen viestinnän tunnistaminen ja tutkiminen on tärkeää, sillä se antaa mahdollisuuden ymmärtää sitä valtavaa määrää teknistä viestintää, jota tuhannet ihmiset, jotka eivät pidä itseään teknisinä viestijöinä, suorittavat päivittäin ja joka tapahtuu akateemisen tutkimuksen ja ammatillisten työpaikkojen ulkopuolella. (Pflugfelder 2017: 26–27.) Myös tässä tutkimuksessa tarkastelen teknistä viestintää, joka tapahtuu käyttäjien vertaisviestintänä vapaaehtois pohjalta. Viestinnän

tavoitteet ja sisällöt ovat kuitenkin samat, jolloin myös verkkokeskusteluissa tapahtuva vertaisviestintä voidaan laskea teknisen viestinnän piiriin kuuluvaksi. Teknistä viestintää verkossa käsittelen enemmän seuraavassa alaluvussa.

2.1.3 Käyttäjän ja vuorovaikutuksen korostuminen teknisessä viestinnässä

[...] Sanoisin että suhteellisen huonosti esitetty tuo asia ohjeistuksessa. Mutta onneksi jälle tälläset foorumit ym. pelasti päivän ja tarvittava tieto löytyi täältä. [...] (Suomi24: vastaus ”Mitsubishi ilmalämpöpumpun ongelma???” -viestiketjussa)

Käyttäjät ovat entistä vaativampia kuluttajainformaation suhteen: he haluavat sen olevan räätälöityä, nopeaa ja vastaavan heidän yksilöllisiin tarpeisiinsa. Steehouder (2002: 490) näkee, että ilmiön taustalla vaikuttavat individualismi, informaatioylikuormitus sekä ympäri vuorokauden toimiva 24/7-yhteiskunta, jossa informaation täytyy olla saatavilla nopeasti kaikkina vuorokaudenaikoina ja viikonpäivinä. Informaatio- ja viestintäteknologian kehitys on myös tuonut entistä paremmat mahdollisuudet räätälöidyn informaation nopealle saatavuudelle sekä interaktiivisuudelle. Etenkin nuoremmat sukupolvet ovat lisäksi vastahakoisia (tarpeetonta) lukemista kohtaan. Nämä kehityssuuntaukset tarkoittavat, että niin sanotun differentioimattoman informaation tuottaminen ja lukeminen on yhä vähemmän mielekästä. Keskeinen ulkoisen tiedon strategia on kysymysten kysyminen. Responsiivisessa viestinnässä aloite ja vastuu viestinnästä siirtyvät organisaatioilta yleisölle. Viestinnällisen prosessin lähtökohtina ovat siten yleisön tarpeet ja kysymykset. Informaation sisällön täytyy myös olla räätälöityä: yksilöllisiin kysymyksiin täytyy vastata yksilöidyllä tiedolla yleisten sääntöjen tai toimintatapojen sijaan. (Steehouder 2002: 490.)

Teknisen avun siirtyminen yhä enemmän verkossa toimiviin vertaisyhteisöihin voidaan nähdä mittaluokaltaan suurena muutoksena teknisen viestinnän piirissä (Steehouder 2002: 498). Perinteiset käyttöohjeet kykenevät harvoin huomioimaan tarpeeksi erilaisia tilanteita, jotta ne täyttäisivät kaikkien käyttäjien tarpeet kaikissa tilanteissa. Vertaistiedon jakamiseen perustuvat, erilaisten tuotteiden ja teknologioiden ympärille muodostetut verkkoyhteisöt eli käyttäjäyhteisöt voivat kuitenkin vastata tähän tarpeeseen tarjoamalla yksilöllisiä ja räätälöityjä neuvoja (Swarts 2015: 19). Teknisen viestinnän näkökulmasta keskustelupalstat voivat auttaa käyttäjiä ratkaisemaan sellaisia ongelmia, joita he eivät pysty ratkaisemaan käyttäjädokumentaation avulla (Steehouder 2002: 491). Keskustelupalstat mahdollistavat sen, että käyttäjät voivat esittää kysymyksensä muotoiltuna niin sano-

tusti omin sanoin, jolloin heidän ei tarvitse nähdä vaivaa löytääkseen oikean avainsanan relevantin informaation löytämiseksi. Keskustelupalstojen avulla käyttäjät voivat saada ratkaisuja tiettyihin tarpeisiin ja olosuhteisiin. (Emt. 491–492.)

Käyttäjien tiedonhaketavoissa tapahtunut muutos on johtanut myös siihen, että teknisten viestijöiden rooli on muuttunut ja laajentunut. Menneinä aikoina tekniset viestijät olivat käytännössä hyvin vähän kontaktissa heidän laatimiensa ohjeiden käyttäjien kanssa, mutta nykyään vuorovaikutus käyttäjien kanssa on yhä tärkeämmässä roolissa teknisten viestijöiden työssä (Rauch, Morrison & Goetz 2010: 297). Yhtenä teknisten viestijöiden rooleista nykyään on osallistua käyttäjille suunnatuille keskustelupalstoille ja muihin käyttäjäyhteisöihin sekä moderoida eli valvoa niissä käytävää keskustelua (Steehouder 2002: 498). Verkkokeskustelujen moderointi vaatii ymmärrystä keskustelupalstojen ja verkkoyhteisöjen toimintatavoista (Swarts 2015: 19).

Koska ystävällinen ilmapiiri ja yhteisöllinen tunnelma ovat tärkeitä tekijöitä käyttäjäyhteisön menestymisen kannalta, nousee tärkeäksi keskusteluissa myös koheteliaisuus. Se, että jokainen löytää paikkansa yhteisössä ja esimerkiksi saa vastauksen viesteihinsä, edistää yhteisöön sitoutumista (Swarts 2015: 26). Yhteisön menestymisen kannalta on tärkeää varmistaa, että kenenkään, etenkin uusien tulokkaiden viestit eivät jää ilman vastausta, sillä palautteen ja aktiivisuuden puuttuminen voi aiheuttaa lopulta jopa yhteisön olemassaolon lakkaamisen (emt. 24).

Verkossa tapahtuvan teknisen viestinnän lisääntymisen myötä teknisen viestinnän tutkijat ovat alkaneet kiinnostua yhä enemmän maallikkojen luomasta dokumentaatiosta sekä siitä, miten tekniset viestijät käyttävät sosiaalista mediaa työnsä suorittamiseen. Sosiaalinen media ja verkkoyhteisöt tarjoavat hedelmällisen tutkimuskohteen tutkijoille, jotka haluavat ymmärtää, miten nämä uudet tieto- ja viestintäalustat muokkaavat sitä, miten tekniset viestijät (amatöörit ja ammattilaiset) rakentavat ja jakavat tietoa. (Pflugfelder 2017: 27–28.)

2.1.4 Ostopäätösprosessi ja tiedonhaku verkosta

Käsittelen tässä luvussa ostopäätösprosessia ja siihen liittyvää tiedonhakua verkosta, sillä erilaisten ostopäätösten tekeminen lämpöpumppuihin liittyen on yksi keskeinen syy, minkä vuoksi useat aineiston avausviestit on kirjoitettu. Tyypillisiä tilanteita, joissa ihminen joutuu yllättäen tekemisiin itselleen vieraan erikoisalan kanssa, ovat erilaisten päätösten tai hankintojen tekemiset ja erilaiset ongelmatilanteet esimerkiksi teknisten laitteiden kanssa. Usein tällaisessa tilanteessa kääntyyään asiantuntijan puoleen. Mitä erikoistuneemmasta aihealueesta on kyse, sitä todennäköisempää on, että apua ei löydy suoraan omasta lähipiiristä. Kun tiedon

tarve jostain aiheesta on suuri ja tulee eteen yllättäen, on internetin hyödyntäminen tiedonhaussa hyvin yleistä. Tietoa voidaan hakea hakukoneilla tai konsultoida erilaisia verkkoyhteisöjä myös ennen yhteydenottoa asiantuntijaan, kuten viranomaiseen, lääkäriin tai korjaajaan. Etenkin jos on kyse kalliista, kertaluontoisesta hankinnasta, joka vaikuttaa elämään pitkään, on ostopäätös melko suuren mittaluokan päätös ihmisen elämässä. Tällaisten suurten päätösten kohdalla on ihmisillä myös psykologinen tarve puolustaa tekemäänsä valintaa. Sitouduttuaan päätökseen omassa elämässään ihminen etsii helposti tukea omalle päätökselleen ympäristöstään. Merkittävä osa Hyysalon ym. (2013: 38; 45) tutkimien lämpöpumpuipaiheisten yhteisöjen toiminnoista liittyi laitteiden mitoittamiseen, ostamiseen ja erilaisten mallien vertailuun.

Tiedon haku verkosta on yhä suuremmalle osalle ihmisistä jokapäiväistä toimintaa. Verkko on tuonut valtavan määrän kuluttajainformaatiota ihmisten saataville. (Ks. esim. Hyvönen, Järvelä & Piironen 2008.) Internet auttaa tiedonhankinnassa ja vaihtoehtojen vertailussa, mikä helpottaa ostopäätöksen tekemistä (Butler & Peppard 1998). Verkosta etsitään vinkkejä myös esimerkiksi tuotteiden käyttöön (Hyvönen ym. 2008: 9). Kuluttajien rooli on muuttunut aktiivisemmaksi ja internetin vuorovaikutuksellinen luonne mahdollistaa kaksisuuntaisen dialogin muun muassa keskustelupalstojen välityksellä (Butler & Peppard 1998). Verkossa on saatavilla asiantuntijatiedon rinnalla yhä enemmän käyttäjien itsensä tuottamaa, heidän omiin kokemuksiinsa ja näkemyksiinsä pohjautuvaa vertaistietoa (Hyvönen ym. 2008: 1).

Suusta suuhun kulkevalla tiedolla on suuri merkitys kuluttajan ostopäätöksessä. Verkkoyhteisöt voivat olla tässä jopa perinteisiä yhteisöjä vaikuttavampia, sillä niissä jäsenet voivat jakaa keskenään enemmän ja laadukkaampaa tietoa vertailun tueksi. (Butler & Peppard 1998.) Muiden kuluttajien verkkoon kirjoittamat arvostelut tutkitusti vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksiin (esim. Chevalier & Mayzlin 2006).

Tiedon tarvetta synnyttävien kuluttajaongelmien valikoima on laaja. Tiedon tarve ilmaantuu jo ennen ostoa arvioitaessa tuotteiden ja palveluiden vahvuuksia ja heikkouksia. Ostoa edeltävän harkinnan merkitys korostuu kustannusten kasvassa. Ongelmia saatetaan kohdata myös oston jälkeen. Tuote voi esimerkiksi olla odotettua huonolaatuisempi tai yritys voi olla kykenemätön toimittamaan palvelua sovitussa ajassa. On myös olemassa lukuisia muita ongelmia, jotka liittyvät esimerkiksi tuotteiden saatavuuteen ja hinnoitteluun, vaarallisiin tuotteisiin tai harhaanjohtavaan mainontaan. (Savolainen 2001: 78–79.)

Internetin käyttöä tiedonhaussa on tutkittu muun muassa informaatiotutkimuksen alueella. Savolainen (2001: 69) on esimerkiksi selvittänyt, millaisia informaatiotarpeita ihmiset yrittävät tyydyttää käyttämällä uutisryhmää, minkälaisia kysymyksiä niiden ilmaistamiseen käytetään ja millaisia vastauksia ne saavat. Markkinoinnin puolella on tutkittu esimerkiksi internetin vaikutusta kuluttajakäyttäytymiseen ostopäätösprosessin eri vaiheissa (McGaughey & Mason 1998), internetin asiakkaille tuomaa lisäarvoa (Lumpkin & Dess 2004) ja tiedonhakua verkosta (Lauraéus-Niinivaara 2010).

Ostopäätöksen tekeminen on monimutkainen prosessi, joka vaihtelee tuotteen, yksilön ja tilanteen mukaan. Yleensä ostopäätösprosessi jaetaan viiteen vaiheeseen, joita ovat ongelman tunnistaminen, tiedonhaku, vaihtoehtojen arviointi, ostopäätös ja oston jälkeinen käyttäytyminen (esim. Kotler 2000: 98–101). Tällainen vaiheittainen prosessi pätee parhaiten ostopäätöksiin, jotka ovat kalliita, vaativat paljon harkintaa sekä ovat riskialttiita eli kuluttajan osallistuminen ostopäätökseen on suuri (emt. 97).



Kuvio 5. Ostopäätösprosessin vaiheet

Kotler (2000: 96–97) jakaa kuluttajan ostokäyttäytymisen Assaelia (1987: 87) mukaillen neljään pelkistettyyn ostotilanteeseen. Näistä *monimutkaiselle ostokäyttäytymiselle* on tyypillistä, että kuluttaja käy läpi ennen ostopäätöksen tekoa tuotteen liittyvän oppimisprosessin. Tällainen ostotilanne on usein kallis ja kertaluonteinen, siihen liittyy riskejä ja päätös on voimakkaasti sidoksissa kuluttajan persoonaan. Kuluttaja kehittää uskomuksia ja asenteita tuotetta kohtaan ennen ostopäätöksen tekoa. (Kotler 2000: 97.)

Lauraéus-Niinivaara (2010: 3) on soveltanut verkkotiedonhakua käsittelevässä tutkimuksessaan Simonin (1957) kolmivaiheista päätöksentekomallia. Mallin ensimmäisessä vaiheessa listataan kaikki vaihtoehdot, toisessa vaiheessa vaihtoehtoja vertaillaan keskenään ja kolmannessa vaiheessa valitaan yksi vaihtoehtoista. Kolmas vaihe pitää sisällään myös toteutuksen, joka voidaan erottaa myös omaksi vaiheekseen, jolloin vaiheita on neljä. (Emt.) Nämä vaiheet sisältyvät käytännössä myös edellä kuvattuun viisivaiheiseen ostopäätösprosessiin (vaiheet 2.–4.).

Ongelman tunnistamisessa jokin ärsyke herättää kuluttajan huomioimaan tietyn tarpeen. Kuluttaja tunnistaa ongelman, kun hän huomaa eron nykytilanteen ja

ihannetilanteen välillä. Tämä synnyttää tarpeen ja käynnistää ostoprosessin. Havainnon pohjana voi olla jokin ihmisen sisäisistä tarpeista, kuten nälkä tai jano. Ulkoinen vaikutte voi tulla esimerkiksi mainoksesta tai mistä tahansa ulkoisesta havainnosta. *Tiedonhaku* käynnistyy, kun kuluttaja alkaa tavoitteeseensa päästäkseen selvittää tarpeen tyydyttämiseen tarjolla olevia vaihtoehtoja. Huomio tuotteisiin liittyvään mainontaan tai kirjoitteluun saattaa korostua tai kuluttaja voi itse aktiivisesti etsiä tietoa esimerkiksi lehdistä tai internetistä. (Kotler 2000: 98.) Tiedonkeruu voi liittyä sen hetkiseen ongelmaan tai se voi olla jatkuvaa, jolloin kuluttaja haluaa olla koko ajan selvillä markkinoilla olevista tuotteista (Schmidt & Spreng 1996: 246–250; Kotler 2000: 98).

Kuluttajan ostopäätösprosessiin liittyy aina epävarmuutta erilaisista tekijöistä, mikä saa kuluttajan etsimään tietoa ja näin vähentämään päätökseen liittyvää epävarmuutta (Lauraéus-Niinivaara 2010). Lauraéus-Niinivaara (emt.) on tutkinut epävarmuutta aiheuttavia tekijöitä päätöksenteon eri vaiheissa. Vaihtoehtojen kartoitusvaiheessa epävarmuutta ja siten tiedon tarvetta aiheuttavat esimerkiksi olemassa olevien vaihtoehtojen ja tuotteiden joukko sekä tuotteiden hinnat (emt. 4).

Tiedonkeruun jälkeen kuluttajalla on yleensä muutamia vaihtoehtoja, joita vertailemalla hän tekee lopullisen päätöksensä. *Vaihtoehtojen arvioinnissa* arvioidaan hankitun informaation pohjalta vaihtoehto, joka vastaa parhaiten kuluttajan tarvetta. (Kotler 2000: 99.) Vaihtoehtojen arviointivaiheessa tiedon tarvetta aiheuttavat esimerkiksi vertailukriteerit sekä vertailtavat ominaisuudet ja niiden tärkeys (Lauraéus-Niinivaara 2010: 4). Vaihtoehtojen vertailun jälkeen kuluttaja yleensä valitsee tarpeisiinsa parhaiten sopivan tuotteen ja päätyy ostopäätökseen (Kotler 2000: 100). *Ostopäätöstä* tehtäessä tiedon tarvetta aiheuttavat esimerkiksi tuotteen, merkin ja ostopaikan valinta. Ostopäätöksen toteutusvaiheessa puolestaan tiedon tarvetta aiheuttavat esimerkiksi ostotapahtumaan liittyvät ongelmat sekä ennakoitujen kustannusten ja tuotteen toimituksen toteutuminen. (Lauraéus-Niinivaara 2010: 4.)

Ostoa seuraa *oston jälkeinen käyttäytyminen* eli hyödykkeen käyttö, ja kuluttaja myös muodostaa mielipiteen tuotteesta eli on tyytyväinen tai tyytymätön siihen. Jos hän on ollut tyytyväinen tuotteeseen tai palveluun, hän voi kertoa myönteistä palautetta muille. Tyytymätön asiakas puolestaan kertoo huonoista kokemuksistaan ympäristölleen. Asiakas voi jakaa negatiivista informaatiota suusta suuhun ystävien kesken tai jakaa kokemuksiaan julkisesti esimerkiksi internetissä. (Kotler 2000: 100–101.)

Käytän tässä luvussa esiteltyjä ostopäätösprosessin vaiheita pohjana, kun teen sisällönanalyysejä avausviesteissä esiintyville keskusteluteemoille. Koska erilaisten

ostopäätösten tekeminen lämpöpumppuihin liittyen on yksi keskeinen syy, minkä vuoksi useat aineiston avausviestit on kirjoitettu, on oletettavaa, että ostopäätösprosessiin liittyviä erilaisia vaiheita on tunnistettavissa aineiston avausviesteistä.

2.2 Yhteisöllisyys verkossa

”Mikähän piru tänne aina ajaa ;-)) Periaatteessa ihan tylsä sivusto ja käsittelee kovin pientä osaa elämässä, mutta monesti päivässä pitää kurkkia ja välillä ottaa kantaakin... Vaimokin ihmettelee, mikä tuossa voi kiinnostaa...en osaa selittää..naisiakin niin vähän mukana..” (vastaus ”Oletko Lampopumput.info riippuvainen?” -viestiketjussa)

Ihmistenvälinen viestintä sekä kasvokkain että verkossa tapahtuu usein erilaisissa ryhmissä. Tämän tutkimuksen kannalta kiinnostavia ovat verkkokeskustelut, jotka tapahtuvat usein erilaisissa verkon välityksellä toimivissa tekstipohjaiseen viestintään perustuvissa keskusteluryhmissä. Verkossa olevista ryhmistä puhuttaessa käytetään termejä *virtuaalinen ryhmä*, *virtuaaliyhteisö* tai *verkkoyhteisö*. Seuraavassa alaluvussa (2.2.1) tarkastelen sitä, miten verkkoyhteisö voidaan määritellä sekä sitä, miten verkossa olevat ryhmät ja yhteisöllisyys merkitsevät verkossa olevan vuorovaikutuksen ja erikoisalaan liittyvän tiedon jakamisen näkökulmasta. Luvun alussa käyn läpi sitä, miten verkkoyhteisöjä on määritelty ja milloin verkossa olevaa ryhmää voidaan sanoa verkkoyhteisöksi. Seuraavaksi tarkastelen sitä, mitä merkitystä verkossa olevan ryhmän toiminnalle on sillä, että sillä on yhteisöllisiä piirteitä. Asiaa lähestytään sosiaalipsykologisesta näkökulmasta. Alaluvussa 2.2.2 tarkastelen verkkoyhteisöjä erikoisalan tiedon jakamisen näkökulmasta. Alaluvussa 2.2.3 käsittelen keskustelupalstoja ja niiden määritelmää ja alaluvussa 2.2.4 verkon kautta tapahtuvaan tiedonhakuun vaikuttavia tekijöitä anonyymiteettia ja trollausta.

2.2.1 Verkkoyhteisöjen määrittelyä

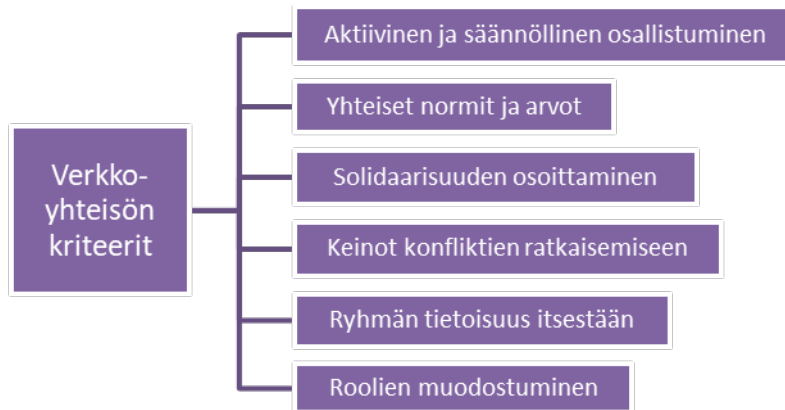
Yhteisö on ihmistenvälisten suhteiden verkosto, joka tarjoaa seuraa, tukea, tietoa, kuuluvuuden tunnetta sekä sosiaalisen identiteetin. Verkossa olevia yhteisöjä on tutkittu ainakin 1990-luvulta lähtien. Termi *virtuaaliyhteisö* nousi laajalti tietoisuuteen H. Rheingoldin (1993) teoksen *The Virtual Community* ilmestymisen myötä. Rheingold (1993) määrittelee virtuaaliyhteisön ”sosiaalisesti yhteenliittymäksi, joka muodostuu, kun riittävä määrä ihmisiä jatkaa julkisia keskustelujaan riittävän pitkään, ja mukana on riittävä määrä inhimillistä tunnetta, jotta voi syntyä henkilökohtaisten suhteiden verkostoja internetissä”. Muuten kuin aiemman tutkimuksen esittelyn osalta käytän jatkossa ainoastaan termiä *verkkoyhteisö*

(*virtuaaliyhteisön* sijaan), koska se on merkitykseltään väljempi ja suomalaisessa kielenkäytössä nykyään yleisempi.

Verkkoyhteisöjen tutkimuksen alkuaikoina tutkimus keskittyi paljolti siihen, voiko verkon kautta ylipäättään muodostua yhteisöjä ja ovatko verkossa olevat yhteisöt niin sanotusti oikeita yhteisöjä (Utz 2008: 252). Monet varhaiset tutkijat (esim. Donath 1999) olivat sitä mieltä, että tekstipohjaiseen viestintään perustuvista verkkoyhteisöistä puuttuu luottamuksen elementti. Tämä on seurausta siitä, että tekstipohjaisesta viestinnästä puuttuu äänensävy, eleiden ja ilmeiden sekä muiden toisista ihmisistä saatavien signaalien käyttö. Se saattaa johtaa petokseen ja manipulaatioon.

Varhainen verkkoyhteisöjen tutkimus on saanut osakseen myös kritiikkiä (esim. Herring 2004: 344) Herring (emt.) näkee ongelmallisena kaikkien verkkopohjaisten ryhmittymien kutsumisen verkkoyhteisöiksi ilman yksityiskohtaista analyysia niistä piirteistä, jotka tekevät näistä ryhmistä yhteisöjä. Esimerkiksi Rheingoldin (1993) kuuluisa määritelmä herättää ja jättää auki kysymyksen siitä, paljonko on riittävä määrä inhimillistä tunnetta ja milloin keskustelut yhteisön jäsenten kesken ovat jatkuneet riittävän pitkään. (Limatius 2020: 45.)

Joka tapauksessa verkkoyhteisöjen jäsenet usein ilmaisevat tuntevansa yhteisöön kuulumisen tunnetta, minkä johdosta tutkijat ovat pyrkineet vakiinnuttamaan kriteeristöjä sille, miten verkkoyhteisö voitaisiin määritellä (Baym 2010; Rheingold 1993). Herring (2004: 14, 355) on määritellyt aiemman kirjallisuuden perusteella seuraavat kuvioon 6 kootut kriteerit verkkoyhteisöille: (1) aktiivinen ja säännöllinen osallistuminen, vakituisten osallistujien ydin, (2) yhteinen historia, tarkoitus, tavoite, kulttuuri, normit ja arvot, (3) solidaarisuuden osoittaminen, toisten tukeminen, vastavuoroisuus, (4) konfliktit ja keinot ratkaista niitä, (5) ryhmän tietoisuus itsestään muista ryhmistä erillisenä ja erottuvana ryhmänä sekä (6) ryhmän sisäisten roolien, hierarkioiden, hallinnon ja rituaalien muodostuminen.



Kuvio 6. Verkkoyhteisön kriteerit

Sosiaalisten suhteiden olemassaolo on tekijä, jota on käytetty yhtenä virtuaaliyhteisöä määrittävänä ydinelementtinä (Utz 2008: 254, 259). Verkko edistää Wellmanin ja Gulian (1999: 183) mukaan kuitenkin toissijaisia suhteita ja niin sanottuja heikkoja siteitä. Verkkoyhteisöille on ominaista myös heikko sitoutuminen verrattuna perinteisiin yhteisöihin. Verkossa on helpompi vaihtaa yhteisöä, jos joutuu ongelmiin. (Driskell & Lyon 2002: 381–382.) Esimerkiksi sosiaalisen median kautta syntyvät ryhmät voivat olla hyvin lyhytikäisiä ja niiden jäsenyys löyhää. Ryhmä voi lakata olemasta, kun keskustelu ryhmän aiheena olevasta aiheesta tyrehtyy. (Sanastokeskus TSK 2010: 21.) Arpo (2005: 89) toteaa, etteivät kaikki keskustelupalstat ole yhteisöjä sanan varsinaisessa merkityksessä, mutta ne tarjoavat kirjoittajille yhteisen kommunikaation tilan. Niissä voidaan myös muodostaa lyhytaikaisia tilannekohtaisia sosiaalisia verkostoja, joissa keskinäinen ymmärrys perustuu yleensä verkon ulkopuolisiin tekijöihin (emt. 48).

Yleensä länsimaissa yhteisöihin liitetään paikkaan perustuva sosiaalinen vuorovaikutus, kollektiiviset arvojärjestelmät ja jaetut symboliset järjestelmät. Nämä puolestaan luovat normatiivisen rakenteen, joka ilmenee yhtenäisissä perinteissä, kollektiivisissa rituaaleissa, yhteenkuuluvuuden tunteena sekä yhteisymmärryksen rakentamisena. (Fernback 2007: 50.) Verkkoyhteisöt eivät edellytä identifiointia tiettyyn paikkaan, mutta niihin liittyy silti kaksi muuta yhteisön määrittämään sisältyvää elementtiä eli yhteiset siteet sekä sosiaalinen vuorovaikutus (Driskell & Lyon 2002: 375).

Normit ja arvot näkyvät eksplisiittisesti netikettien ja FAQ-tiedostojen kautta (Herring 1996a) sekä reagoinnissa siihen, kun sopivaa käyttäytymistä rikotaan (McLaughlin ym. 1995; Herring 2004: 15). *Solidarisuutta* voidaan mitata tarkastelemalla verbaalisen huumorin käyttöä (Baym 1995), positiivista kohteliaisuutta (Herring 1994) sekä tutkimalla vastavuoroisuutta analysoimalla vuoron aloitusta sekä vastauksia (Rafaeli & Sudweeks 1997; Herring 2004: 15).

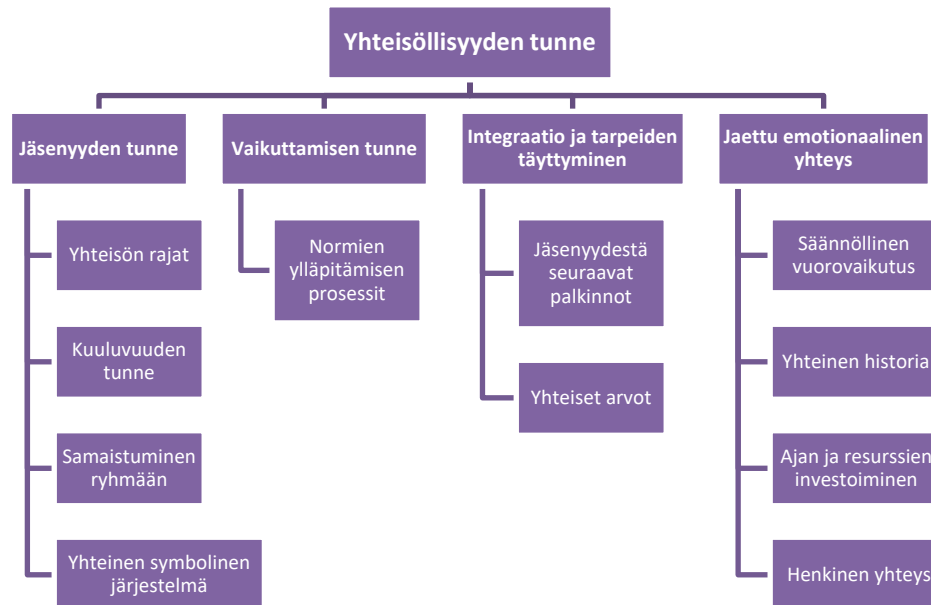
Ryhmän tietoisuus itsestään voi tulla esiin jäsenten viitatessa ryhmään ryhmänä sekä ”me vs. ne” -kielen käyttämisenä, erityisesti ilmauksissa, kuten ”me teemme asiat tällä tavalla täällä” (Herring 2004: 15). Sosiaalinen samaistuminen on Utzin (2008: 254) mukaan tekijä, joka tekee yhteisen mielenkiinnonkohteen ympärille rakentuneista ihmisten yhteenliittymistä yhteisöjä. Verkko on paikka, johon mennään tyypillisesti etsimään vahvistusta ja hyväksyntää omalle identiteetille. Ihmiset valitsevat usein virtuaaliyhteisöjä, jotka sopivat parhaiten heidän senhetkisiin tavoitteisiinsa ja kiinnostuksenkohteisiinsa. (Emt. 261.)

Porterin (2004) määritelmä nostaa esiin yhtenä keskeisenä tekijänä yhteisen kiinnostuksenkohteen. Monien verkkoyhteisöjen yhteinen nimittäjä on tietty teema, aihepiiri tai muu kiinnostuksen kohde, joka viime kädessä yhdistää yhteisön jäseniä (Hintikka 2011: 126; Sanastokeskus TSK 2010: 21). Verkossa vuorovaikutus on tyypillisesti keskittynyt melko tarkasti rajattuun aiheeseen. Verkkoyhteisöt ovat usein jonkin erikoisalan kiinnostusyhteisöjä, ja siten myös verkossa olevat suhteet ovat usein hyvin segmentoituneita. Tällöin ne perustuvat enemmän yhteiseen kiinnostuksenkohteeseen kuin kokonaisvaltaisempaan suhteeseen, kuten esimerkiksi perhe- tai työsuhteisiin, jotka tukisivat henkilökohtaista läheisyyttä ja laajaa jäsenten välistä tutustuneisuutta. (Driskell ja Lyon 2002: 381–382; Wellman & Gulia 1999.) Myös tämän tutkimuksen kohteena olevien verkkokeskustelujen selkein yhdistävä tekijä on tietty erikoistunut ja tietylle kapea-alaiselle elämänalueelle rajoittunut aihepiiri: lämpöpumput.

Jos ryhmää yhdistävänä tekijänä on tietty aihepiiri, voi kyseessä usein olla vain pelkkä aiheen seuraaminen tai kannatus (Hintikka 2011: 126). Hintikka (emt.) ottaa tästä esimerkiksi Facebookin fani- tai viharyhmät. Tällaisten ryhmien jäsenet eivät ole välttämättä keskenään lainkaan vuorovaikutuksessa (Sanastokeskus TSK 2010: 21). Fernback (2007) näkee, että ilman henkilökohtaista panostusta, läheisyyttä ja sitoutumista monet internetin keskusteluryhmät ovat ainoastaan välineitä kommunikoida ihmisten kesken, joilla on sama kiinnostuksenkohde.

Kun puhutaan ihmisten toiminnasta ja vuorovaikutuksesta verkossa, käytetään usein myös sanaa *yhteisöllisyys*. Sillä viitataan yhteisöille ominaisiin asioihin, kuten tietojen, mielipiteiden ja tunteiden jakamiseen sekä tunteeseen ryhmään kuulumisesta. (Sanastokeskus TSK 2010: 21.) *Yhteisöllisyyden tunteella* viitataan tunteisiin yhteydestä ja kuulumisesta sosiaaliseen ryhmään. Yhteisöllisyyden tunne on Blachardin ja Markusin (2002) mukaan tärkeä käsite, koska se on yhteydessä muun muassa osallistumiseen sekä tuen antamiseen. Verkkoyhteisön tunne syntyy joukosta vuorovaikutuksellisia sosiaalisia prosesseja, jotka myös ylläpitävät kyseistä tunnetta (emt.). Yleisimmin hyväksytyn käsityksen mukaan yhteisöllisyyden

tunteella on neljä ulottuvuutta: jäsenyyden tunne, vaikuttamisen tunne, integraatio ja tarpeiden täytyminen sekä jaettu emotionaalinen yhteys (kuvio 7).



Kuvio 7. Yhteisöllisyyden tunteen syntymisen osatekijät

Jäsenyyden tunne syntyy muun muassa yhteisön rajoista, jäsenen kuuluvuuden tunteesta ja samaistumisesta ryhmään sekä yhteisestä symbolisesta järjestelmästä. *Vaikuttamisen tunne* syntyy normien ylläpitämisen prosesseista ryhmässä. *Integraatio ja tarpeiden täytyminen* syntyvät jäsenyyttä seuraavista palkinnoista (esim. statuksen ja kompetenssin saavuttaminen ryhmässä), sekä yhteisistä arvoista. *Jaettu emotionaalinen yhteys* kehittyy usein toistuvasta ja korkealaatuisesta vuorovaikutuksesta, yhteisestä historiasta, ajan ja resurssien investoimisesta sekä henkisestä yhteydestä jäsenten kesken. (Blanchard & Markus 2002.)

Blanchardin ja Markusin (2002) tutkimuksen mukaan yhteisöllisyyden tunnetta saivat verkossa aikaan toisten virtuaaliyhteisön jäsenten tunnistaminen, samaistuminen, suhteet, emotionaalinen kiintymys, velvollisuuden tunne sekä tuen antaminen. Hieman yllättäen etenkin tiedollisen tuen antaminen koettiin tärkeäksi verrattuna sosioemotionaalisen tuen antamiseen. Saadessaan tukea jäsenet tulkit-sivat tulleen hyväksytyiksi ja arvostetuiksi yhteisön jäseniksi. Vastausten saami-nen viesteihin koettiin tärkeäksi, ja jos vastauksia ei saatu, seurasi siitä torjutuksi tulemisen tunne. (Emt.)

Mikäli jäsenten tunnistaminen on yhteisöllisyyden tunteen kannalta tärkeää, voi-daan olettaa, että Suomi24-palstan kaltaisilla avoimilla keskustelupalstoilla, joissa suurin osa osallistujista kirjoittaa ilman kiinteää nimimerkkiä, yhteisöllisyyden

tunne olisi heikompi kuin Lampopumpu.infon kaltaisilla palstoilla, joissa rekisteröidyn nimimerkin käyttö on pakollista. Toisaalta lähes puolet käyttäjäkyselyn vastaajista koki kuuluvansa Suomi24-foorumilla hänelle tärkeään ryhmään. Neljä viidestä kirjoittajasta koki auttavansa muita ja yli puolet heistä koki itse saaneensa vertaistukea. Tämä kertoo siitä, että myös Suomi24:n kokoisella laajalla keskustelufoorumilla voi olla yhteisöllisyyttä ja läheisyyden tunnetta synnyttävä luonne. (Harju 2018: 61.)

Fernbackin (2007: 63) mukaan yhteisön tärkein piirre on viestinnällinen prosessi, ja viestintä on keino, jolla yhteiset näkökulmat sitovat ryhmän jäsenet yhteen ja määrittelevät heidät yhteisöksi. Verkkoyhteisöjen kulttuurisen merkityksen näkökulma keskittyykin siihen, miten verkkoteknologioiden käyttäjät ovat rakentaneet merkityksellisiä sosiaalisen vuorovaikutuksen rakenteita verkossa eikä kysymyksen siitä, ovatko verkkoyhteisöt aitoja yhteisöjä vai eivät (emt.). Myöskään omassa tutkimuksessani ei lopulta keskeisintä ole se, ovatko tutkitut verkkoyhteisöt oikeita yhteisöjä vai eivät. Olennaisempia ovat juuri sosiaalisen vuorovaikutuksen rakenteet ja merkitykset ja se, miten ne vaikuttavat tiedon saamisen ja tuottamisen prosesseihin näissä erilaisissa verkkoympäristöissä.

Fernback (2007: 64) korostaa, että kielellä ja diskurssilla on keskeinen rooli verkkoviestinnässä. Verkossa olevien ryhmien jäsenet muodostavat puheyhteisön, sillä heidän voidaan olettaa jakavan jossain määrin viestinnälliset käytännöt, uskomukset ja normit, jotka ylipäättään mahdollistavat viestinnän onnistumisen (Wilson & Peterson 2002: 458–459). Identiteetin ja yhteisön käsitteet ovat kietoutuneet yhteen yhteisön jäsenten kielellisen käytöksen kanssa. Tämä näkyy konkreettisesti esimerkiksi erikoiskielen, jargonin ja muiden ryhmälle ominaisten kielellisten piirteiden käytössä, ja ne saattavat muodostua niin sanotuksi sisäpiirin kieleksi, joka luo sisäryhmälle yhteisöllisyyden tunnetta, mutta jota ryhmän ulkopuolisten saattaa olla hankala ymmärtää, ja joka toisaalta erottaa yhteisön muista yhteisöistä. (Nishimura 2008.) Kielen ja diskurssin keskeisen roolin vuoksi olen valinnut tämän tutkimuksen menetelmäksi diskurssianalyysin ja lähestyn tässä tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena olevaa ilmiötä juuri diskurssin ja kielen tarkastelun kautta.

Fernback (2007: 65–66) näkee, että yhteisöjen tutkimuksessa tulisi siirtyä pois niiden tutkimisesta tuotteina. Yhteisön käytäntö on ennen kaikkea yhteisön prosessi, joka on evoluutiota ja pysyvyyttä, valtaa ja vastavuoroisuutta (emt.). Yhteisö on Fernbackin (2007: 66) mukaan pelkän konsensuksen ja läheisyyden lisäksi myös ymmärrystä inhimillisestä tarpeesta osallistua yhteiskuntaan ja kulttuuriin

sekä niissä olevien merkitysten tuottamiseen. Juuri tämä tarve sitoo ihmiset yhteen työskentelemään yhdessä ja viestimään jatkuvassa sosiaalisen ylläpitämisen tai sosiaalisen muutoksen prosessissa. (Emt.)

Olen käyttänyt termiä *yhteisöllisyys* tämän luvun otsikossa, koska yhteisöllisyys ei terminä ota kantaa siihen, onko kyseessä ”oikea yhteisö” vai ei. Painopiste on siinä, että verkossa esiintyy kyseisiä yhteisöille ominaisia piirteitä, joilla on vaikutusta ihmisten toimintaan verkossa, ja joiden avulla sitä voidaan myös selittää.

2.2.2 Erikoistuneen tiedon hakeminen ja jakaminen käytäntöyhteisöissä

Erilaiset verkkoyhteisöt muodostavat hyvin laajan ja heterogeenisen joukon. Niitä voidaan luokitella esimerkiksi verkkoyhteisön perustana olevan teknologisen pohjan tai yhteisön tavoitteen tai funktion perustella. Olen ottanut tutkimuksessani tarkasteltaviksi keskustelupalstat, sillä ne ovat tehokkaita ja suosittuja välineitä tiedon hankintaan ja jakamiseen hyvin erikoistuneistakin aihealueista (esim. Savolainen 2011b: 863). Keskustelupalstat tarjoavat ihanteellisen paikan yhteisten aiheiden ja niihin liittyvien arvojen ympärille keskittyvien vertaisryhmien muodostamiselle (Arendholz 2013: 37). Käsittelen keskustelupalstoja viestintäalustoina tarkemmin seuraavassa alaluvussa 2.2.3.

Informaatioon käsiksi pääseminen ja tiedon etsiminen ovat keskeisiä syitä sille, miksi ihmiset haluavat liittyä verkkoyhteisöihin (Ridings & Gefen 2004). Suomen suurimman keskustelufoorumin, Suomi24:n käyttäjäkysely kertoo, että foorumin käytön keskeisiksi syiksi koettiin ajan kuluttamisen sekä asioiden ja tapahtumien ihmettelyn lisäksi yhteiskunnalliset tai työhön liittyvät motiivit sekä muiden keskustelijoiden auttaminen esimerkiksi jakamalla tietoa ja kokemuksia sekä toimimalla tukena muille. Osa keskustelijoista pitää tärkeänä tiedon jakamista, tiedon oikeellisuutta, faktoja ja asiantuntemusta, ja heidän motiivinaan keskustelujen seuraamiselle on tiedon etsiminen. He pitävät positiivisena sitä, että keskusteluista löytyy vastaus kysymykseen kuin kysymykseen, ja että paikalla on aina joku, joka tietää ja jaksaa paneutua kysyjän esittämään ongelmaan. (Harju 2018: 59–61.)

Tutkimukseni kannalta relevantti on *käytäntöyhteisön* (*community of practice*) käsite, sillä käytäntöyhteisöt ovat vahvasti yhteydessä tiedon yhteisölliseen jakamiseen ja rakentamiseen. Käytäntöyhteisön tarkoitus on kehittää jäsenten taitoja sekä rakentaa ja vaihtaa tietoa. Käytäntöyhteisöjä voivat muodostaa ryhmät, joita yhdistää kiinnostus tai intohimo tiettyyn ilmiöön, ja joiden jäsenet ovat säännöllisesti vuorovaikutuksessa keskenään. (Wenger & Snyder 2000: 139–142; Wenger

2009.) Käytäntöyhteisön käsitteen ovat kehittäneet Lave ja Wenger (1991). Termi on kehitetty kuvaamaan kasvokkaiseen vuorovaikutukseen perustuvia yhteisöjä, mutta sitä voidaan käyttää myös verkkoyhteisöistä, mikäli ne täyttävät käytäntöyhteisön kriteerit (esim. Murillo 2008; Wenger-Trayner & Wenger-Trayner 2013). Hyysalo ym. (2013: 28) näkevät, että monia keskustelupalstoja voitaisiin luonnehtia käytäntöyhteisöiksi. Tällaisiksi he laskevat muun muassa tiettyjen suhteellisen tarkkarajaisten harrastusten tai toimintojen, kuten esimerkiksi yksivaihteisten polkupyörien ympärille rakentuneet yhteisöt.

Limatius (2020) nostaa tutkimuksessaan *käytäntöyhteisön* keskeiseksi teoreettiseksi käsitteeksi *verkkoyhteisön* (*virtual community*) sijasta. Hän osoittaa väitöskirjassaan, että monet verkkoyhteisöille esitetyt kriteerit voidaan mukauttaa myös käytäntöyhteisöön. Käytäntöyhteisön teoreettinen viitekehys auttaa keskittymään tutkimuksessa siihen, kuinka verkkoyhteisöt muodostuvat ja kuinka niitä ylläpidetään yhteisten diskursiivisten käytänteiden avulla. (Emt. 45–46.) Limatius (2020: 45) näkee, että virtuaaliyhteisön kriteereihin verrattuna käytäntöyhteisöä määrittelevät piirteet soveltuvat paremmin kielellisen aineiston tutkimiseen. Myös Ardenholz (2013: 40) on sitä mieltä, että käytäntöyhteisön termi on sopiva kuvaamaan keskustelupalstoilla tapahtuvaa vuorovaikutusta.

Käytäntöyhteisö-termi on peräisin työyhteisöjen tutkimuksen piiristä (Jucker & Kopaczyk 2013: 7; Lave & Wenger 1991), mutta oikeastaan mitä tahansa muutakin ryhmää voidaan pitää käytäntöyhteisönä, mikäli ryhmän toiminta perustuu yhteisiin normeihin ja/tai ideologioihin (Limatius 2020: 41). Wenger (1998: 72–73) nimeää käytäntöyhteisön kolmeksi keskeisimmäksi piirteeksi keskinäisen sitoutumisen (*mutual engagement*), yhteisen hankkeen (*joint enterprise*) ja jaetun repertuaarin (*shared repertoire*). Jotta käytäntöyhteisö voisi kehittyä, vaaditaan säännöllistä vuorovaikutusta ryhmän jäsenten välillä eli *keskinäistä sitoutumista*. *Yhteinen hanke* puolestaan viittaa yhteiseen tavoitteeseen, jota kohti yhteisö pyrkii. (Limatius 2020: 41–42.) *Jaettu repertuaari* viittaa siihen, millä tavalla asiat tehdään yhteisössä. Siihen kuuluvat esimerkiksi käytöstavat yhteisössä sekä yhteisössä rutinoituneet toiminnot ja puhutavat. Tämä repertuaari pitää sisällään myös ryhmän kielelliset ja diskursiiviset käytänteet, kuten sisäpiirin sanaston ja vuorovaikutuksen muodot ja rakenteet. (Jucker & Kopaczyk 2013: 7; Limatius 2020: 42.) Ardenholz (2013: 40) nostaa esiin käytäntöyhteisöille tärkeinä piirteinä myös yhteiset jaetut kokemukset ja historian, jotka kerääntyvät ajan mittaan.

Käytäntöyhteisöjen keskeisenä piirteenä on se, että yhteisön jäseneksi tullaan *oppimisen* kautta (Holmes & Meyerhoff 1999: 174). Joissain verkkoyhteisöissä, kuten keskustelupalstoilla, oppimisprosessi voilla olla tarkasti ohjattu siten, että palstalla on säännöt, jotka jäsenten täytyy opetella palstalle liittyessään ja joita heidän

täytyy noudattaa osallistuakseen vuorovaikutukseen palstalla. Usein palstoilla on myös moderaattorit eli valvojat, jotka vahvistavat sääntöjä ja puuttuvat siihen, jos sääntöjä rikotaan. Niin sanotuksi ydinjäseneksi ei voi päästä välittömästi yhteisöön liittymisen jälkeen, vaan yhteisön käytänteiden oppiminen vaatii aikaa. (Limatius 2020: 43–44.)

On myös olemassa hyvin monimuotoisia yhteisöjä, joihin Hyysalo ym. (2013: 28) laskevat muun muassa Suomi24-yhteisön. Näille yhteisöille on ominaista, että ne sisältävät satoja erilaisia keskustelualueita ja mielenkiinnonkohteita. Hyysalo ym. luonnehtivat tällaisia yhteisöjä ”rajapintarakenteiksi” (*boundary infrastructure*) (ks. Bowker & Star 1999), jotka mahdollistavat useiden erilaisten sosiaalisten maailmojen yhtäaikaisten olemassaolon (Hyysalo ym. 2013: 28). Lämpöpumput.infon kaltaisia yhteisöjä Hyysalo ym. (emt.) pitävät osallistujien kiinnostustenkohteiden, tavoitteiden ja kompetenssien suhteen monimuotoisempina kuin esimerkiksi tietyn urheilulajin ympärille muodostuneta yhteisöjä.

Verkkoyhteisöjä voidaan jaotella myös niiden ylläpitäjän suhteen. Ylläpitäjä voi olla esimerkiksi kaupallinen taho tai verkkoyhteisöä voidaan ylläpitää yksityisten, vapaaehtoisten käyttäjien toimesta. Esimerkiksi tekniikka-aiheiset keskustelupalstat voivat olla tiettyjen yritysten tai laitevalmistajien ylläpitämiä tai vapaaehtois pohjalta ylläpidettyjä. Jälkimmäisessä tapauksessa ne ovat riippumattomampia tietyn laitevalmistajan intresseistä ja mahdollistavat myös laajemman pohjan erilaisista ja eri merkkisistä laitteista keskustelemiseen ilman ylläpidon asettamia rajoituksia (ks. Hyysalo ym. 2013: 45).

Hyysalon ym. (2013: 32–33) tutkimuksessa nousi esiin, että lämmitysjärjestelmiin liittyviä keskustelupalstoja pidettiin tärkeinä etenkin oppimisen ja samanmielisen yhteisön tarjoamisen kannalta. Keskustelupalstat tarjoavat käyttäjilleen oppimisympäristön, ulkoistetun muistin, kontakteja erityisten aiheiden asiantuntijoihin, viihdettä ja ongelmanratkaisua, harjoitusta ammattiin liittyen, apua omien laitteiden parempaan hallintaan sekä näkemystä kustannuksia ja energiaa säästäviin ratkaisuihin (emt. 33). McLure Waskon ja Farajin (2000) tutkimuksen mukaan teknisen keskustelupalstan osallistujien motiiveina olivat niin ikään hyödyllisen informaation saaminen, nautinto ja oppiminen sekä yhteisöön kuuluminen ja sen jäsenten kanssa vuorovaikutuksessa oleminen, vastavuoroisuus sekä yhteisölle hyödyksi oleminen, mikä oli lähes yhtä tärkeää kuin tiedon saamiseen liittyvät tavoitteet.

Hyysalo ym. (2013) käyttävät nimitystä *käyttäjien ylläpitämät verkkoyhteisöt* (*user-run Internet forums*) keskustelupalstoista, joissa ihmiset järjestäytyvät erilaisten tuotteiden ja teknologioiden ympärille keskustellakseen niiden käytöstä,

ostamisesta, kokemuksista sekä yhteisöllisestä tiedosta koskien tuotteita ja tuottajia sekä valmistajia. Niistä löytyy myös vertaistukea keksintöjen tekemiseen joidenkin käyttäjien toimesta. Hyysalon ym. mukaan käyttäjien ylläpitämät verkkoyhteisöt mahdollistavat erilaisten ihmisryhmien, kompetenssien ja kiinnostustenkohteiden yhtäaikaisen olemassaolon sekä risteämisen. (Emt. 26.)

Hyysalon ym. (2013: 36) mukaan käyttäjien ylläpitämät verkkoyhteisöt ansaitsevat enemmän huomiota välittäjänä toimimisen tutkimuksessa. Näissä välittäjätoiminnoissa keskeistä on osoittaa ei-inhimillisiin välittäjiin tarjoamalla viittauksia aiempiin ketjuihin samasta aiheesta, linkkejä manuaaleihin, ohjevideoihin YouTubea, muualla oleviin verkkosivuihin sekä erilaisiin laskimiin (esim. COP) (emt.). Merkittävä määrä keskustelupalstalle tallentunutta tietoa tekee siitä yhteisen, jaetun ”työkalupakin” sekä muistivarannon (Torrey, Churchill & McDonald 2009). Se myös tarjoaa yhteyden vertaisiin, jotka antavat panoksensa yhteisöön jakamalla näkemyksensä palstalle lähetettyjen ongelmien määrittelyyn ja ratkaisemiseen, vertailuihin, vikojen ilmaisemiseen sekä osallistumalla palveluiden ja osien vaihtamiseen (Hyysalo ym. 2013: 43).

Yhteisöt ja niihin identifioituminen olivat Hyysalon ym. (2013) tutkimuksessa vahvasti sidoksissa teknologian käyttäjyyteen. Tästä kertoivat esimerkiksi rekisteröityjen käyttäjien automaattiset allekirjoitukset. Sen sijaan, että niissä olisi ollut tietoa henkilöstä itsestään, kuten hänen kiinnostuksenkohteistaan, koulutuksesta tai taitotasostaan, allekirjoitukset sisälsivät tyypillisesti kuvauksen käyttäjän talosta, sen sijainnista sekä käytössä olevasta lämpöpumppulaitteistosta. Tällainen allekirjoitus kertoo käyttäjän suhteesta lämpöpumppuihin ja mitä hän on tehnyt niihin liittyen (esim. kulutusseuranta, pumpun mitoitus ja lämpöpumppujen kuvat) ja samalla antaa toisille käyttäjille tarvittavat tiedot laitteiden ja muiden tietojen vertailuun. (Hyysalo ym. 2013: 36.)

Hyysalo ym. (2013: 46) näkevät teknologiaan liittyville keskustelupalstoille hyödylliseksi ominaisuudeksi palstan jakamisen erilaisiin osioihin erilaisten käyttäjien suuntautumisten yhtäaikaisen olemassaolon helpottamiseksi. Esimerkiksi provokatiiviselle ja spekulatiiviselle keskustelulle voi olla oma erillinen osionsa. Tärkeitä piirteitä ovat myös aktiivinen mutta suvaitsevainen moderointi sekä yksityisviestien ja anonyymien osallistumisen mahdollistaminen, sillä se mahdollistaa erilaisten ammattilaisten osallistumisen täysipainoisesti keskusteluihin ilman pelkoa mahdollisesta maineen menetyksestä. (Emt.)

Sitoudun tässä tutkimuksessa Arendholzin (2013) ja Limatiuksen (2020) tapaan myös käytäntöyhteisö-näkemykseen verkkoyhteisöstä. Aineiston yhteisöissä käyttäjät menevät ensi sijassa hakemaan tietoa ja neuvoja eivätkä oppimaan, mikä on käytäntöyhteisöille keskeinen piirre. Kyseisissä yhteisöissä kuitenkin tapahtuu

myös oppimista, vaikkei se olekaan välttämättä käyttäjien ensisijainen tavoite käyttää kyseisiä yhteisöjä.

2.2.3 Keskustelupalstat

Verkkoyhteisöjä voidaan muodostaa monien erilaisiin teknologioihin perustuvien välineiden, kuten esimerkiksi uutisryhmien, keskustelupalstojen, pikaviestiohjelmien, blogien tai verkkoyhteisöpalveluiden (esim. Facebook) kautta (ks. Lazar & Preece 1998; Porter 2004; Hinds & Lee 2008: 1–3; Sanastokeskus TSK 2010: 21). Olen ottanut tutkimuksessani tarkasteltaviksi keskustelupalstat, sillä ne ovat tehokkaita ja suosittuja välineitä tiedon hankintaan ja jakamiseen hyvin erikoistuneistakin aihealueista (esim. Savolainen 2011b: 863).

Keskustelupalstat (myös keskustelufoorumi, engl. *discussion forum; discussion board; message board*) ovat viestintäalustoja, joiden avulla osallistujat keräävät, luokittelevat ja tarjoavat toisille jäsenille relevanttia sisältöä ja siten muokkaavat samalla omaa viestintäympäristöään sekä viestinnän asiasisältöjen että ihmisten välisen vuorovaikutussuhteiden osalta (Arendholz 2017: 127). Keskustelu tapahtuu jollakin internetin sivustolla ja sille erikseen rakennetulla keskustelualueella, joka mahdollistaa vähintään kahden henkilön välisen viestinnän (Sanastokeskus TSK 2017; Salmi 2014). Keskustelupalstoilla on monia ominaispiirteitä, joilla on tärkeitä viestinnällisiä funktioita ja jotka tarjoavat sellaista informaatiota, jota ei ole saatavilla verkon ulkopuolisissa keskusteluympäristöissä. Nämä piirteet on tärkeää ottaa huomioon verkkovuorovaikutuksen lähianalyysissä. (Giles 2016: 486.)

Keskustelupalstat on yleensä jäsennelty siten, että ne tarjoavat käyttäjilleen useita temaattisia *keskustelualueita*, joista valita. Palstojen rakenne ulottuu hierarkkisesti kattavammista aiheista tarkempirajaisiin aiheisiin, joista käyttäjät löytävät oikean paikan itseään kiinnostavien viestien lukemiseen tai oman viestinsä lähettämiseen (Arendholz 2013: 14). Keskustelupalstan tai -alueen viestit muodostavat *viestiketjuja* (Sanastokeskus TSK 2017). Keskustelupalstan osallistuja voi aloittaa uuden viestiketjun kirjoittamalla palstalle *avausviestin*. Avausviestissä määritellään keskustelun aihe ja tavoite. Tyypillisesti se koostuu otsikosta, itse viestistä sekä kirjoittajan nimimerkistä. Jos avausviesti saa *vastauksia*, muodostuu näistä *viestiketju*.

Keskustelupalstan etusivun katsominen näyttää käyttäjille heidän valittavanaan olevien olemassa olevien keskustelunaiheiden joukon ja kertoo myös, mikä keskustelussa on sillä hetkellä suosittua näyttämällä yhteen aiheeseen toistaiseksi lä-

hetettyjen viestien kokonaismäärän. Kun käyttäjä on valinnut houkuttelevan aiheen, hän näkee tämän jälkeen listan aiheeseen liittyvistä viestiketjuista, joissa kutakin viestiketjua edustaa sen avausviestin otsikko. (Arendholz 2013: 15.)

KERROSTALO	Uusimmat keskustelut		KIRJOITTAJA		
KESÄMÖKKI					
KIERRÄTYS	🔥 Maalämpökaivon syvyys?				
KIVITALOT	Miksi maalämpöpumpujen myyjien suosittamat lämpökaivojen syvyydet vaihtelevat? Onko syvemmästä kaivosta hyötyä vai onko...	17:25	holehole	50	0
KODINKONEET					
KOSTEUSVAURIOT					
KOTI					
KYLPYHUONE	🔥 Maalämpö ei kannata!				
LASTENHUONE	Kymmenen vuoden sijoituksena mlp on huono. Vähintään sata euroa saa lisätä sähkölaskuun joka kuukausi investointilisää näistä...	17:19	Mlp ei kannata 10v !!	31	0
LATTIAT					
LÄMMITYS JA ERISTÄMINEN					
MAALAUUS	🔥 Aurinkolämpö kannattaa				
MUURAUS	Laskee miten hyvänsä, niin kyllä kannattaa. Viimeaikaiset kelit, niin eurot vaan kilisee kirstuun, jes.	16:26	Aarinko kannatus	28	0
MUUTTAMINEN					
MYYJÄN MUISTILISTA	🔥 Lisäeristäminen on tärkeintä	15:23	Lämmittäjäremor	39	0
NAAPURIT	🔥 RÄJÄHDYS puulämmityksessä	15:14	Tarkastaja uusimaa	68	0
OMAKOTITALO	🌿 vesi-ilmalämpöpumppu kokemuksia?	10:44	292727	69	0
OSTAJAN MUISTILISTA	🌿 varokaa putkifirmaa!	10:33	laatu?	24	-3
PARI- JA RIVITALO	🌿 Paskin ilmalämpöpumppu??? PANASONIC??	10:07	petetty ja katkera	89	0
PIENTUULIVOIMA					
PUUTALOT					
RAKENNUSLIIKKEET					
RAKENNUSLUPA					
RAKENTAMINEN JA REMONTINTI					

Kuvio 8. Viestiketjuja Suomi24.fi-keskustelupalstan Lämmitys ja eristäminen -alueella

Viestiketjujen otsikot, uusimman viestin kirjoitusajankohta ja vastausten määrä ovat nähtävillä kunkin keskustelualueen viestiketjuluettelossa (ks. kuvio 8), josta viestiketjun otsikkoa klikkaamalla pääsee itse viestiketjuun. Viestiketjut ovat aika-järjestyksessä siten, että ylimpänä etusivulla ovat viestiketjut, joissa on uusi viesti. Hyvin vanhojakin viestiketjuja voidaan nostaa etusivulle lähettämällä niihin uusia viestejä. Keskustelupalstan etusivulla ja ala-alueilla nostetaan esiin kunakin hetkenä suosituimmat keskusteluketjut ja keskustelualueet, minkä vuoksi keskustelut painottuvat usein edellisten päivien aktiivisiin ketjuihin (Lagus ym. 2016: 7).

Kun palvelun kävijä haluaa aloittaa ketjun uudesta aiheesta, hän tulee samalla valinneeksi keskustelualueen, jonne sen sijoittaa. Avausviestien kirjoittaja (ts. viestiketjun aloittaja) antaa viestiketjulle otsikon, kun taas yksittäisillä vastausviesteillä ei yleensä ole otsikoita. Yksittäisen ketjun viestimäärällä saattaa olla tietty maksimi eli tekninen raja, jonka täytyttyä ketju sulkeutuu. Esimerkiksi Suomi24-palstalla vastausten maksimimäärä ketjussa on 500 viestiä. Ketjuja voidaan sulkea

myös moderaattorien päätöksellä tai ennalta määritellyn epäaktiivisuusajan tullessa täyteen. (Lagus ym. 2016: 6–7.)

Viestiketju voidaan määritellä joko muodon tai vuorovaikutuksen perusteella (Virtanen & Kääntä 2018: 143). Yksi viestiketju voi itse asiassa koostua useammista pienemmistä ketjuista (Giles ym. 2015). Muodon perusteella määriteltynä kyseessä voi olla vain yksi ketju, kun taas vuorovaikutuksen perusteella se voi koostua useammasta ketjusta. Muodon perusteella ketjun määrittely on yksiselitteisempää. (Virtanen & Kääntä 2018: 143.) Myös tässä tutkimuksessa määrittelyn viestiketjun sen muodon perusteella: näin ollen viestiketju muodostuu avausviestistä ja kaikista sen vastausviesteistä ottamatta kantaa siihen, ovatko vastausviestit funktionsa perusteella vastauksia juuri avausviestiin vai joihinkin myöhemmin ketjussa kirjoitettuihin viesteihin.

Vuorovaikutus keskustelupalstalla on *asynkronista*. Tämä tarkoittaa, ettei viestejä tuoteta reaaliaikaisesti. (Giles 2016: 486.) Osallistujien ei tarvitse olla keskustelupalstalla samanaikaisesti, joten he voivat käyttää enemmän aikaa oman toimintansa suunnitteluun ja toteuttamiseen sekä muiden toiminnan huomioimiseen (Kääntä 2016: 35). Yksittäisissä viesteissä on yleensä aikaleima eli päivämäärä ja kellonaika, mistä pystyy päättämään niiden saapumisjärjestyksen (Giles 2016: 486), ja jotka toimivat kontekstuaalisina vihjeinä keskustelussa (Kääntä 2016: 35). Hyvin aktiivisilla keskustelupalstoilla useampi kuin yksi keskustelija saattaa olla vastaamassa samaan viestiin täysin yhtä aikaa, mutta heidän viestinsä tulevat näkyviin siinä järjestyksessä, kuin ne lähetetään viestiketjuun (Giles 2016: 486).

Toisin kuin kasvotusten käytävä keskustelu, asynkroninen verkkokeskustelu ei ole sidoksissa aikaan. Kasvotusten käytävä keskustelu saavuttaa väistämättä päätöksensä jossain vaiheessa, kun taas viestiketju pysyy keskustelupalstalla, kunnes moderaattori päättää sulkea sen. Jos näin ei tapahdu, ketjuun voidaan lähettää viestejä vielä kuukausia tai jopa vuosia avausviestin kirjoittamisen jälkeen. (Giles 2016: 486.) Keskustelupalstalle jätetyt viestit tallentuvat pysyvästi nähtäville, mikä mahdollistaa vanhojen viestiketjujen selailun myöhemmin, ellei niitä erikseen poisteta (Sanastokeskus TSK 2017). Tämä vaikuttaa olennaisella tavalla myös keskustelun luonteeseen: keskustelijat voivat viitata aiempiin viesteihin eksplisiitisti, sillä muiden keskustelijoiden ei tarvitse muistaa niitä. Keskustelijat voivat myös siteerata viestejä toisista samalla palstalla olevista ketjuista. (Giles 2016: 486.)

Viestiketjuihin saattaa osallistua suuri määrä keskustelijoita pitkänkin ajan kuluessa. Osa näistä saattaa ajelehtia ulos ketjun aiheesta ja jopa koko keskustelualueen teemasta henkilökohtaisempiin kaksinpuheluihin, kuten erilaisiin kahden henkilön välisiin kiistoihin tai väittelyihin. Viestiketjuun näkyvästi osallistuvien

keskustelijoiden lisäksi on olemassa näkymätön yleisö, joka koostuu muista keskustelupalstan jäsenistä ja satunnaisista vierailijoista. Myös he voivat halutessaan osallistua keskusteluun. (Giles 2016: 486.)

Historiallisesti keskustelupalstoja edelsivät BBS-keskusteluryhmät, joissa keskustelu muistutti paljon keskustelupalstoja (Gyöngyi, Koutrika, Pedersen & Garcia-Molina 2008: 2). Näin ollen uutisryhmistä ja BBS-keskusteluryhmistä tehtyjen tutkimusten tuloksia voidaan osittain soveltaa myös keskustelupalstojen tutkimukseen. On olemassa myös useita keskustelupalstoja uudempia alustoja, jotka muistuttavat ominaisuuksiensa puolesta läheisesti keskustelupalstoja. Yksi tällaisista alustoista on Reddit, jota on tutkittu paljon viime vuosina (esim. Thelwall & Stuart 2019).

Myös blogeissa voidaan nähdä yhtäläisyyksiä keskustelupalstoihin, sillä ne toimivat verkon kautta, perustuvat asynkroniseen vuorovaikutukseen ja viestit tallentuvat näkyville myöhempää lukemista varten (Herring 2007). Lukijat voivat kirjoittaa blogimerkinnän perään kommentteja, jotka järjestyvät viestiketjuiksi (Kouper 2010: 1–2) samoin kuin keskustelupalstoilla, joissa avausviestit ja niiden perään kirjoitetut vastaukset muodostavat viestiketjuja. Muita asynkronisen verkkoviestinnän muotoja, joista tehtyä tutkimusta voidaan soveltaa keskustelupalstojen tutkimukseen, ovat esimerkiksi sähköpostilistat, uutisten ja sisällönjakopalveluiden kommenttiosiot sekä sähköiset kysymys-vastauspalstat. Sähköiset kysymys-vastauspalstat ovat tyypillisesti aihepiiriltään yleisluontoisia eivätkä keskity tietyn erityisalueen ympärille. Keskustelupalstoja ei kysymys-vastauspalstojen tapaan ole tarkoitettu ainoastaan kysymyksiin vastaamiseen, vaan niissä suuri osa vuorovaikutuksesta alkaa informaation jakamisella, jossa ei pyydetä mitään (Gyöngyi ym. 2008: 2; ks. myös Erickson & Kellogg 2003).

2.2.4 Tiedonhakuun vaikuttavat tekijät

Tiedonhakuun verkossa vaikuttaa monia tekijöitä, kuten esimerkiksi se, voiko tietoa pyytää nimettömänä, ja se, millaisia negatiivisia tai positiivisia reaktioita tiedon pyytäjä voi kohdata. Erittelen seuraavassa näistä anonyymiteetin ja trollauksen roolia tiedonhaun kontekstissa. Ne ovat olennaisia tutkimuksen aiheen kannalta, sillä ne ovat osin yhteydessä siihen, onko keskustelu hyödyllistä avausviestin tavoitteen kannalta. Tiedonpyytämistilanne asettaa tiedon pyytäjän aina alttiiksi erilaisille reaktioille. Jos tiedon pyytäjä ei tunnista sitä keskustelukulttuuria, johon kysymyksensä lähettää, hän saattaa kohdata negatiivisia reaktioita, kuten esimerkiksi trollausta. Trollaus aiheuttaa tyypillisesti viestiketjun ajautumiseen tilaan,

jossa viestit eivät ole enää lainkaan relevantteja alkuperäisen avausviestissä esitetyn kysymyksen kannalta. Toisaalta myös avausviestin kirjoittajaa saatetaan ryhtyä epäilemään trolliksi, mikä voi johtaa samaan lopputulokseen.

Yksi verkossa tapahtuvaa vuorovaikutusta voimakkaasti muokkaavista tekijöistä on verkon mahdollistama **anonymiteetti** eli nimettömyys. Anonymiteetti tarkoittaa sitä, että osallistujia ei voida tunnistaa tai yksilöidä. Alustasta riippuen voidaan erotella useampia erilaisia osallistujan tunnistamiseen liittyviä vaihtoehtoja. Yksi näistä on täydellinen nimettömyys, jossa käyttäjänimeä vaihdetaan usein tai ollaan vuorovaikutuksessa kirjautumatta sisään. *Pseudonymiteetissä* puolestaan ylläpidetään pitkäaikaista käyttäjänimeä, jonka avulla kyseistä henkilöä ei voida tunnistaa verkon ulkopuolella mutta jolle kerääntyy kuitenkin oma historiansa verkkoympäristössä. Vaihtoehtona on myös täydellinen identiteetin paljastaminen, jossa käytetään tunnistetta, esimerkiksi käyttäjän omaa nimeä, joka mahdollistaa hänen löytämisensä myös verkon ulkopuolella. (Hardaker 2017: 496.)

Keskustelupalstat ja muut verkkokeskustelun mahdollistavat alustat voidaan jaotella *avoimiin* ja *suljettuihin*, millä viitataan niiden rekisteröitymis- tai kirjautumiskäytäntöihin sekä anonymiteettiin (Herring 2007). Monet keskustelupalstat edellyttävät käyttäjiltä *rekisteröitymistä*, jotta he voisivat kirjoittaa viestejä palstalle. Rekisteröityminen helpottaa keskustelupalstan hallinnoimista ja valvontaa ja ehkäisee asiattomien viestien kirjoittamista. (Sanastokeskus TSK 2017.) Joskus rekisteröitymistä vaaditaan, jotta keskustelupalstaa pääsee ylipäättään lukemaan. Keskustelupalstat, jotka eivät vaadi käyttäjiltä minkäänlaista rekisteröitymistä mahdollistavat sen, että käyttäjä voi käydä palstalla lukemassa viestejä kenenkään koskaan tietämättä siitä tai ilman, että hänestä tulisi ikinä aktiivisia jäseniä. Tällaiselle palstalle kirjoittaessaan käyttäjä ei siis voi ikinä olla varma, kenet ja kuinka monta lukijaa hänen viestinsä todellisuudessa tavoittaa. (Arendholz 2017: 128.) Tämän tutkimuksen kohteena olevista keskustelupalstoista Lampopumput.info vaatii kirjoittajilta rekisteröitymisen ja Suomi24 ei.

Anonyymi kirjoittamismahdollisuus voidaan nähdä myönteisenä tai kielteisenä ilmiönä. Anonymiteetin myönteisenä puolena voidaan nähdä, että se suojelee kirjoittajien yksityisyyttä ja mahdollistaa siten valtavirrasta poikkeavien näkemysten esiintuomisen ilman pelkoa niitä esittävien henkilöiden leimautumisesta. Esimerkiksi Suomi24-palstan käyttäjäkyselyssä vastaajat kokivat Suomi24-palstan ”yhdeksi niistä harvoista verkossa sijaitsevista keskustelutiloista, joissa pystyy kirjoittamaan täysin vapaasti ja anonyymisti arkaluontoisista aiheista tai epäkorrekteiksi leimatuista mielipiteistä”. Anonyymi kirjoittamismahdollisuus nähtiin siten tärkeänä edellytyksenä avoimelle ja vapaalle keskustelukulttuurille. (Harju 2018: 69.) Hyysalon ym. (2013: 32) tutkimuksessa nousi esiin anonymiteetin tärkeys myös

lämpöpumppuihin liittyvään keskusteluun osallistumisen kannalta. Erikoisalan piirissä toimivien ihmisten ammatillinen maine ja työelämän sitoumukset saattavat estää täysipainoisen verkkokeskusteluun osallistumisen, mikäli se edellyttää oikean nimen ja identiteetin paljastamista (emt.).

Toisaalta anonymiteetti voi kannustaa ihmisiä epäasialliseen käytökseen, kuten toisten keskustelijoiden loukkaamiseen tai keskustelujen tahalliseen häiritsemiseen (Wise ym. 2006). Etenkin varhaisessa tutkimuksessa on jopa epäilty, voiko ryhmäkäyttäytymistä edes esiintyä tekstipohjaisessa tietokonevälitteisessä vuorovaikutuksessa, jossa osallistujia edustaa vain nimimerkki (Utz 2008: 260). Suomi24-käyttäjäkyselyssä eräs vastaaja toi esiin, että jotkut vakituiset keskustelijat ”käyttävät satoja tai tuhansia nimimerkkejä tarkoituksenaan vain räyhätä, loukata tiettyjä (yleensä rekisteröityneitä) nimimerkkejä ja häiritä asiallista keskustelua” (Harju 2018: 66). Käyttäjäkyselyn vastauksissa ratkaisuksi häiriköintiin tarjottiin nimimerkin rekisteröintipakkoa, mitä perusteltiin kokemuksilla tilanteista, joissa rekisteröintipakko oli auttanut vähentämään häiriökäyttäytymistä (emt. 68). Kangaspunta (2016: 43) havaitsi verkkouutisten kommentteja koskevassa tutkimuksessaan, että nimimerkit myös edistivät kommentoijien keskinäistä vuoropuhelua verrattuna täysin nimettömänä kirjoitettuihin kommentteihin.

Epäasiallinen käytös verkossa on usein yhteydessä osallistujien anonymiteettiin verkkovuorovaikutuksessa. Yhtenä epäasiallisen käytöksen selityksenä on, että vuorovaikutukseen osallistujat saattavat kokea houkutusta loukata tuntematonta henkilöä sanallisesti, sillä verkossa on mahdollista piiloutua nimimerkin taakse paljastamatta todellista identiteettiään. Epäasiallisen käytöksen seuraukset voivat siten olla vähemmän vakavia kuin kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa, sillä verkossa toiminnastaan joutuu kantamaan vähemmän henkilökohtaista vastuuta. (Jenks 2019: 54.) Mahdollisuus osallistua verkkoyhteisöihin tarvitsematta paljastaa henkilöllisyyteen liittyviä tietoja luo sosiaalista välimatkaa, mikä taas johtaa usein käytökseen, jota luonnehtii itsetietoisuuden puuttuminen, koskemattomuuden tunne, kohonnut todennäköisyys seurata impulsiivisia mielijohteita, jotka normaalitilanteessa hillittäisiin, lisääntynyt polarisaatio sekä vähentynyt empatia muita osallistujia kohtaan (Hardaker 2013: 60).

Yksi anonymiteetin mahdollistamista käytöksen muodoista on **trollaus**. *Trollaus* määritellään usein toiminnaksi, jossa houkutellaan tietämättömiä verkon käyttäjiä turhiin, häiritseviin, epäasiallisiin ja aikaa vieviin keskusteluihin (Herring ym. 2002: 372; Jenks 2019: 56). Trollaajan motivaationa tällaisen toiminnan harjoittamiseen on usein puhdas itsensä viihdyttäminen, mutta myös petokset tai halu herättää vihaa saattavat olla trollauksen taustalla (Jenks 2019: 55). Herring ym. (2002: 375) ovat havainneet trollaajien usein käyttävän seuraavia diskursiivisia

toimintoja: (1) näennäisesti viestit ovat linjassa verkkoyhteisön viestinnällisten tavoitteiden kanssa ja vaikuttavat vilpittömiltä, (2) ne houkuttelevat ennustettavissa olevia vastauksia, kuten loukkauksia tai nimittelyjä ja (3) lietsovat vihamielisiä vastauksia, jotka saattavat johtaa kiivaisiin väittelyihin. Herringin ym. (2002: 375) näkemyksen mukaan trollaajat yleensä onnistuvat tavoitteessaan silloin, kun he pystyvät kyseenalaistamaan muiden verkon käyttäjien ideologiset näkemykset tai hyökkäämään niitä vastaan.

Trollauksen neljä avainpiirrettä ovat petos, aggressio, sekasorto ja onnistuminen. Nämä viittaavat siihen, että ärsytetään muita osallistujia, yllytetään heitä koston, aiheutetaan suuttumusta ja kyetään houkuttelemaan tietämättömiä vastaajia vuorovaikutukseen. (Jenks 2019: 56.) Jenks näkee, että jokaisella viestillä on mahdollisuus tulla kohdelluksi trollausyrityksenä, jos muut osallistujat kokevat sen trolliksi. Viestin kirjoittajan aikomuksista riippumatta se, mihin suhtaudutaan trollausyrityksenä, määritellään siten kollektiivisesti muiden osallistujien toimesta. (Emt.)

Jenksin (2019: 56) mukaan trollauksen määrittelemisessä tulisi aina ottaa huomioon konteksti, jossa trollaajat toimivat. Sen vuoksi erityistä huomiota trollauksen tunnistamisessa tulisi kiinnittää siihen, miten muut käyttäjät reagoivat potentiaalliseen trollaukseen (emt.). Jenks (2019: 57) näkee, että trollauksen tunnistamiseen tarvitaan vähintään kaksi osallistujaa: trolliksi tulkitun viestin kirjoittaja sekä osallistuja, joka tulkitsee viestin trolliksi, mikä voi tapahtua joko välittömästi epäillyn trollausviestin kirjoittamisen jälkeen tai vasta myöhemmin viestiketjussa. Trollauksen tunnistaminen perustuu siis siihen, miten toiset osallistujat reagoivat toistensa viesteihin. (Emt.)

Hardaker (2015: 208) on tunnistanut erilaista reagoititapoja perustuen siihen, mitä osallistujat tekevät, kun he kokevat joutuneensa tekemisiin trollin kanssa. Muut osallistujat voivat vastata vilpittömästi trollausviestiin, kehottaa muita olemaan huomioimatta viestiä, vastata viestiin loukkaavaan tai uhkaavaan sävyyn, kritisoida ja arvostella trollausviestin laatua, pilkata trollaajaa tai trollata häntä itse (emt.).

Arendholz (2013: 202) lukee *toisen käyttäjän trolliksi epäilemisen* negatiiviseen kasvotyöhön kuuluvaksi käytökseksi. Muita negatiiviseen kasvotyöhön kuuluvia toimintoja ovat avun pyytäjän syyttäminen siitä, että ongelma on hänen omaa syytään, vitsaileminen auttamisen sijaan, pilkkaaminen, loukkaaminen sekä viestin muodon tai sisällön kirisointi. Arendholzin tutkimuksessa suuri osa aineiston negatiivissävytteisistä ja vihamielisistä viesteistä oli kirjoitettu vastauksiksi ketjuun, jonka aloittajaa epäiltiin trolliksi. (Emt. 202–203.)

Toinen aineistolähteeni, Suomi24-keskustelupalsta, mahdollistaa käyttäjilleen täydellisen anonymiteetin. Vertaan tutkimuksessa keskenään kahta palstaa, ja yksi selitys niiden välisille eroille on toisen palstan mahdollistama täysi anonymiteetti, joka voi tehdä keskustelusta luonteeltaan erilaista esimerkiksi lisäämällä asiattomia viestejä sekä osallistujien välistä vastakkainasettelua. Rekisteröitymisen vaatimus ja tiukempi valvonta sen sijaan voi lisätä keskustelun asiallisuutta, mutta toisaalta nostaa osallistumisen kynnyistä.

3 METODOLOGISET LÄHTÖKOHDAT JA TARKASTELUN KOHTEET

Tämän tutkimuksen teoreettisen ja menetelmällisen viitekehyksen perustana ovat digitaalinen diskurssianalyysi ja digitaalisen viestinnän pragmatiikka. Määrittelen tässä luvussa diskurssianalyysin ja pragmatiikan käsitteitä ja tieteellistä lähtökohdtaa eli niiden yleisesti taustalla olevia teoreettisia oletuksia ja menetelmällisiä vaikutuksia. Kiinnitän erityisesti huomiota digitaaliseen diskurssianalyysiin sekä erikoisalaviestinnän näkökulmaan pragmatiikassa.

3.1 Digitaalinen diskurssianalyysi verkkoyhteisöjen tarkastelussa

Diskurssintutkimus tai diskurssianalyysi tarkoittaa tiettyä tapaa tutkia aitoa kielenkäyttöä aidoissa kielenkäyttötilanteissa ja yhteisöissä. Diskurssintutkimuksessa ollaan kiinnostuneita kielenkäytöstä sellaisena kuin se esiintyy todellisten ihmisten todellisessa kielenkäytössä todellisessa ympäristössä. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 14–20; Pynnönen 2013: 50.) *Diskurssin käsitteellä* voidaan viitata tunnistettavaan tapaan käyttää kieltä tai vakiintuneeseen merkityksellistämisen tapaan eli tapaan, jolla jostain asiasta puhutaan (Pietikäinen, Mäntynen & Pietikäinen 2019). Luukka (2000: 133; 135) korostaa, että kielitieteilijöille diskurssi on nimenomaan kirjoitusta tai puhetta, kun taas yhteiskuntatieteilijöille se on yhteydessä siihen, miten diskurssit synnyttävät, muokkaavat ja välittävät tietoa. Tässä tutkimuksessa näkökulma diskurssiin on se, että on olemassa ammattikielinen pohja, jossa erikoisan tieto on olemassa myös riippumatta vuorovaikutuksesta, mutta keskustelupalstoilla tietoa pyydetään ja jaetaan kuitenkin vuorovaikutuksessa.

Diskurssintutkimuksen keskeisin näkemys on ajatus *kielestä sosiaalisena toimintana*. Sen taustalla on *funktionaalinen kielikäsitelmä*, joka korostaa merkitysten tilannesidonnaisuutta ja syntymistä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa eli silloin, kun kieltä käytetään. (Pietikäinen ym. 2019.) Kielenkäytöllä voidaan nähdä kolme funktiota: *tekstuaalinen funktio*, jossa kieltä käytetään viestinnän välineenä, *ideationaalinen funktio*, jossa kielenkäytön avulla kuvataan maailmaa, sekä *interpersonaalinen funktio*, jossa kielenkäytön avulla muodostetaan sosiaalisia suhteita ja identiteettejä (Pietikäinen & Mäntynen 2009; Pynnönen 2013: 5). Sekä kasvatustien että digitaalisten medioiden kautta viestittäessä ilmaukset välittävät aina sekä ideationaalisen tason informaatiota että joko tiedostamatta tai epä tiedostamatta myös osallistuvat samanaikaisesti neuvotteluun sosiaalisista suhteista (ks. Halliday 1984 [1978]).

Diskurssintutkimuksen keskeinen käsite on *konteksti*. Sillä voidaan tarkoittaa asiayhteyttä, vuorovaikutustilannetta, toimintaympäristöä tai yhteiskunnallista tilaa ja ylipäättään kaikkia niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat merkityksen muodostumiseen ja mahdollistavat sekä rajaavat sen käyttämistä ja tulkitsemista. Yksi keskeinen kontekstin käsite on *tilannekonteksti* eli se välitön tietty sosiaalinen tilanne, jossa kielenkäyttö tapahtuu. Tilannekontekstiin kuuluvat sosiaalinen ja kielellinen toiminta, toimijoiden roolit sekä materiaallinen (esim. digitaalinen) ympäristö, joka mahdollistaa ja rajoittaa toimintaa tiettyin tavoin. Eri tilanteissa ihmisille rakentuu erilaisia sosiaalisia rooleja ja kielellisiä toimijuuksia, kuten asian tuntija, kysyjä, vastaaja ja neuvoja. (Pietikäinen ym. 2019.)

Verkossa viestittäessä olennaista on, että viestijät käyttävät materiaalisia laitteita (esim. mobiililaitteet, pöytätietokoneet) verkostoituakseen ja suorittaakseen erilaisia sosiaalisia toimintoja. Tehdessään näin he turvautuvat ennalta määrättyihin ohjelmistoihin. Nämä digitaaliset alustat, kuten keskustelupalstat, blogit ja sosiaaliset verkostoitumissivustot, mahdollistavat tiettyjä teknologisia *affordansseja* eli tarjoumia sekä erityisiä rakenteellisia malleja käyttäjilleen. Ne eivät kuitenkaan itsessään rajoita, määrittele tai estä tiettyjä sisältöjä, aiheita tai toimintoja ja mahdollistavat monet erilaiset genret. (Hoffmann 2017: 4.)

Konteksti voidaan ymmärtää myös *sosiokulttuurisena tai yhteiskunnallisena kontekstina*, joka sisältää kielenkäyttöä ympäröivän kulttuurisen, historiallisen ja sosiaalisen tilanteen ja käytänteet, kuten esimerkiksi suomalainen kulttuurikonteksti. Toisinaan voi olla tarpeen rajata sosiokulttuurista kontekstia tarkemmaksi ja puhua esimerkiksi yhteisöllisestä kontekstista, jollainen voi olla esimerkiksi jonkin verkossa toimivan rajatun yhteisön, kuten tietyn keskustelupalstan, konteksti. (Pietikäinen ym. 2019.)

Kielen sosiaalinen luonne tarkoittaa sitä, että kielenkäyttö on aina *tilanteista* eli se vaihtelee tilanteen, ajan, tavoitteen ja paikan mukaan. Vaihtelua tuovat mukanaan sekä kielenkäyttäjien valinnat että sosiaalinen tilanne, joka ohjaa ja normittaa kielellistä valintaa. Kielenkäyttäjälle tarjoutuu monia vaihtoehtoja, joista hän voi valita, liittyen kielelliseen tyyliin (esim. muodollisuuden aste), tekstin rakenteeseen sekä valittuihin kielellisiin ilmauksiin. Nämä valinnat ovat yhteydessä siihen, millainen kielenkäyttötilanne on kyseessä sekä millaiset taidot kielenkäyttäjällä on. Kielenkäytöllä on myös seurauksia: se, miten kieltä ja muita resursseja käytetään, vaikuttaa puheena oleviin asioihin ja tilanteeseen sekä puhujan ja kuuntelijan välisiin suhteisiin. Kielenkäytön ehdot ja seuraukset sekä rajoittavat että mahdollistavat sitä, miten kieltä on mahdollista ja kannattavaa käyttää. (Pietikäinen ym. 2019.) Avausviestin kirjoittajan kielenkäyttö keskustelupalstalla saattaa esimerkiksi ratkaista, saako hän viestiinsä vastauksia vai ei.

Diskurssianalyysin taustalla on oletus siitä, että *diskurssi osoittaa toistuvia kaavoja*. Nämä kaavat voivat olla tietoisesti tai tiedostamattomasti tuotettuja (Goffman 1959). Jälkimmäisessä tapauksessa puhuja ei ole välttämättä tietoinen siitä, mitä hän tekee, ja siksi suora havainnointi voi olla luotettavampi tapa tehdä yleistyksiä diskurssista kuin puhujan itseraportoima käytös. Diskurssianalyysin perustavoite on tunnistaa diskurssissa olevia kaavoja, joiden voidaan osoittaa olevan läsnä, mutta jotka eivät välttämättä ole ilmeisiä tavalliselle havainnoitsijalle tai diskurssiin osallistujille itselleen. Oletuksena on, että diskurssi pitää sisällään puhujan valintoja. Nämä valinnat puolestaan heijastavat kognitiivisia ja sosiaalisia tekijöitä. Diskurssianalyysi voi siten tarjota ymmärrystä sekä kielellisiin että ei-kielellisiin ilmiöihin. (Herring 2004: 4.)

Diskurssintutkimuksen peruslähtökohdat liittyvät laajempaan teoreettiseen viitekehykseen, jota tavataan nimittää *sosiaaliseksi konstruktivismiksi*. Se tarkoittaa sitä, että valittu kielenkäyttö omalta osaltaan rakentaa eli konstruoi ympäröivää maailmaamme ja todellisuuttamme. Kielenkäytössä tehdyt valinnat muokkaavat siten osaltaan tiedon ja uskomusten järjestelmiä sekä rakentavat yhteisöllisiä identiteettejä ja sosiaalisia suhteita. Koska kielen ja ympäröivän yhteiskunnan välinen suhde on kietoutunut yhteen, voidaan kieltä tutkimalla oppia myös sitä ympäröivästä yhteiskunnasta, kulttuurista, ajasta ja paikasta. (Pietikäinen ym. 2019)

Tietokonevälitteisen diskurssin (*computer-mediated discourse; CMD*) tutkimus on kieleen keskittynyt tietokonevälitteisen (t. digitaalisen) viestinnän tutkimuksen haara (Herring 2001; Zhu, Herring & Bonk 2019: 207). Digitaaliseen viestintään on kohdistunut akateemista huomiota siitä saakka, kun PC:t eli henkilökohtaiset tietokoneet yleistyivät 1990-luvun puolivälissä (Thurlow, Lengel & Tomic 2004: 26). CMD:n tutkijat tutkivat ilmiöitä, jotka liittyvät *kielenkäyttöön* CMC-tutkimuksen laajemman tutkimusalueen sisällä (Herring 2001: 612). CMD pitää sisällään kaiken mahdollisen ihmistenvälisen viestinnän, joka tapahtuu verkon välityksellä. Alan tutkijat hyödyntävät laajaa joukkoa metodologisia lähestymistapoja, kuten esimerkiksi genreanalyysia, keskustelunanalyysia ja etnografiaa. (Androutsopoulos & Beißwenger 2008.) Tämä tutkimus edustaa CMD:n kielitieteellisesti painottunutta tutkimusta, jossa painottuu etenkin pragmaattinen näkökulma.

Tietokonevälitteisessä diskurssianalyysissa (CDMA) taustalla vaikuttavat samat teoreettiset taustaoletukset kuin laajemmin diskurssianalyysissa. Lisäksi CDMA:han sisältyy oletus siitä, että digitaalisen viestinnän järjestelmien teknologiset piirteet, kuten esimerkiksi keskustelupalstan anonymiteetti, voivat muokata digitaalista diskurssia. (Herring 2004: 4.) Herring (2004: 339) kuvailee CDMA:n olevan lähestymistapa, jossa verkosta kerätyn aineiston analysointiin sovelletaan työkaluja erilaisista kieleen keskittyneiden tutkimusalojen menetelmistä. Aivan

kuten diskurssianalyysissä yleensäkin, myös CMDA:ssa tavoitteena on tunnistaa diskurssissa olevia toistuvia kaavoja jostain tietystä aineistosta (emt. 342), joita myös tunnistan tässä tutkimuksessa. CMDA:ssa tutkimuskysymyksiin pitäisi voida vastata tekstuaalisten todisteiden perusteella. Teksti on suora todiste toiminnasta, mutta se voi olla ainoastaan epäsuora todiste siitä, mitä ihmisten tietävät, tuntevat tai ajattelevat. Jos on tärkeää, että tutkijan pitää ymmärtää osallistujien sisäisiä tietoisia tai ei-tietoisia tiloja, CMDA:ta pitäisi täydentää muilla analyysimenetelmillä, kuten haastatteluilla tai psykologisilla testeillä. (Emt. 8.) Tässä tutkimuksessa ei pyritä ymmärtämään osallistujien sisäisiä tiloja, joten analyysi voidaan tehdä yksinomaan tekstuaalisiin todisteisiin perustuen.

Tietokonevälitteistä diskurssianalyysia voidaan tarkastella viiden kielenkäytön tason kautta: (1) rakenne, (2) merkitys, (3) vuorovaikutus (4) sosiaalinen käyttäytyminen ja (5) osallistuminen. *Rakenteellisiin ilmiöihin* kuuluvat erityinen typografia, ortografia, uudissanat sekä lauserakenne. *Merkitystasolle* kuuluvat sanojen, ilmausten (esim. puheaktien) ja laajempien funktionaalisten yksiköiden (esim. makrosegmenttien) merkitys. *Vuorovaikutustasolle* kuuluvat vuoronvaihto, aiheen kehittyminen sekä muut keinot, joilla neuvotellaan vuorovaikutuksellisia vaihtoja. *Sosiaaliselle tasolle* kuuluvat leikilliset ilmaukset, konfliktit, valta ja ryhmäjäsenyys. Viidennen tason muodostaa *osallistuminen*, johon lasketaan kuuluviksi lähetettyjen viestien määrät ja pituudet sekä saadut vastaukset. (Herring 2004: 3.) Tässä tutkimuksessa diskurssianalyysin rakennetasoa edustavat otsikoiden lauserakenteet, tunneikoneiden, tekstitehosteiden, linkkien ja kuvien käyttö. Merkitystasoa puolestaan edustavat viestien kokonaistavoitteet ja viestien rakeneosien tavoitteet. Vuorovaikutustasoa edustavat neuvojen pyytäminen ja antaminen sekä vastausten relevanssi, sosiaalista tasoa huumorin käyttö ja osallistumistasoa viestien sekä niihin saatujen vastausten määrät.

Diskurssianalyysiin kuuluu yhtenä osana myös *sisällönanalyysi*. Bauer (2000) tekee eron sisällönanalyysissä *syntaktisten* (rakenteellisten) ja *semanttisten* (merkityksellisten) ilmiöiden välille. Syntaktisten eli rakenteellisen ilmiöiden muodossa ei ole vaihtelua tai vaihtelu koostuu rajatusta joukosta vaihtoehtoja, jotka voidaan tunnistaa muodon perusteella. Esimerkkeinä syntaktisista CMC-ilmiöistä ovat tunneikonit (tai *hymiöt*), lyhenteet, sanaston osat (kuten persoonapronominin), sananmuodostus, kielipilliset muodot (kuten passiivi) sekä lainaukset, kun ne on merkitty muodollisella merkillä, kuten lainausmerkeillä. Tällaiset ilmiöt ovat objektiivisesti tunnistettavissa; ne voidaan koodata ja laskea enemmän tai vähemmän automaattisesti ennalta määritettyjen rakenteellisten piirteiden perusteella. (Herring 2004: 18.)

Semanttisissa luokittelukategorioissa sitä vastoin merkitys säilyy samana, mutta muoto voi vaihdella lähes loputtomasti. Esimerkkeinä semanttisista CMC-ilmiöistä ovat puheaktit ja useimmat sosiaaliset ilmiöt kuten konfliktit ja kohteliaisuus. Tällaisten ilmiöiden luokittelu sisältää välttämättä tulkinnanvaraisen, subjektiivisen osatekijän, ja useimmissa tapauksissa sen luokittelun voivat suorittaa ainoastaan ihmiset, eli sitä ei voida automatisoida koneellisesti tehtäväksi. (Herring 2004: 18.)

Omassa tutkimuksessani analysoin sekä syntaktisen että semanttisen tason ilmiöitä. Syntaktisen tason ilmiöihin kuuluvat esimerkiksi tunneikoneiden, tekstitehosteiden, kuvien ja linkkien käyttö sekä viestien tietyt rakenneosat, kuten alussa olevat tervehdykset ja lopussa olevat allekirjoitukset. Semanttisiin ilmiöihin puolestaan kuuluvat tutkimuksessani vastausten relevanssi tai irrelevanssi, huumorin ja kohteliaisuuden keinojen käyttö sekä usein myös kokonaisten viestien sekä niiden rakenneosien tavoitteet.

Empiirisen tarkkuuden ylläpitämiseksi subjektiivisen osatekijän sisältämissä analyyseissa tutkijan on määriteltävä selkeästi ja eksplisiittisesti jokainen koodauskategoria ja sovellettava kategorioita johdonmukaisesti tutkimusaineistoon. Koodauksen johdonmukaisuuden varmistamiseksi CMDA:ssa voidaan käyttää myös useamman eri arvioijan yhteneväisyyteen perustuvaa mittausta (*inter-rater reliability*), kuten muissakin sisällönanalyysin muodoissa. Se on erityisen suositeltavaa, jos koodaukseen sisältyy subjektiivinen komponentti. (Herring 2004: 19.) Tässä tutkimuksessa käytettävissä olleiden resurssien puitteissa useamman eri arvioijan yhteneväisyyteen perustuvaa mittausta ei ole kuitenkaan käytetty, vaan analyysi perustuu siihen, että tutkija määrittelee selkeästi ja eksplisiittisesti jokaisen koodauskategorian ja soveltaa niitä johdonmukaisesti tutkimusaineistoon.

Digitaalinen viestintä kehittyi niin nopeasti, että akateemisen tutkimuksen on käytännössä mahdotonta pysyä ajan tasalla sen uusimpien teknologisten innovaatioiden kanssa. Diskurssianalyysissa tutkimusintressit eivät kohdistu niinkään uusimpiin teknologioihin, vaan enemmänkin niihin *tapoihin*, joilla ihmiset käyttävät näitä teknologioita omiin tarkoituksiinsa. Digitaalisen viestinnän diskurssianalyysi voi auttaa ymmärtämään vuorovaikutuksellisia prosesseja, jotka saattavat olla läpinäkymättömiä jopa niiden osallistujille. Kielelliseen ja diskursiiviseen käyttäytymiseen pinttyneet valtarakenteet usein säilyvät myös siirryttäessä digitaaliselta alustalta toiselle tai jopa verkon ulkopuolelle (Thurlow & Mroczek 2011: xxviii).

CMDA kehitettiin alun perin tekstuaalisen CMC:n tarpeisiin, jolloin myös oletettiin viestinnän verkossa tapahtuvan pääasiassa yhden semioottisen moodin (esim. tekstin) kautta. Herring (2018: 1) esittelee artikkelissaan *multimodaalisen CMC:n*

teorian, joka antaa suunnan uudelle, nykyaikaiselle CMDA:lle ja mahdollistaa myös esimerkiksi graafisten ilmiöiden, kuten emoji- ja meemien kautta tapahtuvan viestinnän sisällyttämisen analyysiin ja siten laajentaa CMC:n alkuperäistä määritelmää. Vastatakseen CMC:n lisääntyvään multimodaalisuuteen ja konvergenssiin Herring (2018: 4) ehdottaa CMC:n uudelleenmäärittelemistä itsessään pohjimmiltaan multimodaaliseksi. Samalla hän näkee, että CDMA pysyy edelleen relevanttina, ei ainoastaan sen takia että tekstipohjainen CMC on edelleen tärkeää, vaan siksi että CDMA:n ytimessä olevat periaatteet ovat yhtä lailla sovellettavissa myös muuhun kuin tekstimuotoiseen vuorovaikutukseen (emt.).

3.1.1 Vuorovaikutuksen tavoitteet

Tiedon jakamiseen keskittyvien yhteisöjen toiminnot voidaan Ericksonin ja Kelloggin (2003) mukaan jakaa kolmeen yleiskategoriaan: sosiaaliseen, informatiiviseen ja instrumentaaliseen. *Sosiaaliset toiminnot* ovat niitä, jotka liittyvät sosiaaliseen ja viihtymistarkoitukseen, kuten tervehtiminen ja vitsailu. *Informatiiviset toiminnot* on osoitettu koko ryhmälle eikä niihin yleensä odoteta vastausta. Näihin kuuluu esimerkiksi sellaisten ilmoitusten ja uutisten lähettäminen, joiden arvelaan olevan yleisesti kiinnostavia. *Instrumentaalinen toiminta* on sellaista, jossa on jokin tietty tavoite. Esimerkiksi informatiiviseen toimintaan voidaan laskea tiettyyn aiheeseen fokuoituneen keskusteluun osallistuminen tai sellaisen aloittaminen sekä kysymysten kysyminen. (Emt.) Viimeksi mainittu eli instrumentaalinen, tiettyyn tavoitteeseen tähtäävä toiminta on tässä tutkimuksessa erityisen mielenkiinnon kohteena.

Instrumentaalista tiedon saamiseen tähtäävää toimintaa voidaan lähestyä *tiedontarpeen* käsitteen kautta. Tiedontarve voidaan jaotella *ongelmalähtöisen* eli *praktisen*, tyypillisesti jonkin tehtävän tai ongelman ratkaisemiseksi tarvittavan tiedon tarpeeksi sekä *orientoivan tiedon tarpeeksi*, joka pyrkii merkityksellistämään asioita (Savolainen 2010: 81). Haasio (2015: 96–98) on tutkimuksessaan luokitellut keskustelupalstalla ilmenevät arkielämän ei-ammattillisen tiedon hankinnan tiedontarpeet seuraaviin neljään luokkaan: (1) yksittäisen faktatiedon tarpeeseen, (2) toimintaa ohjaavan tiedon tarpeeseen, (3) päätöksenteossa tarvittavan tiedon tarpeeseen ja (4) orientoivan tiedon tarpeeseen. *Yksittäisen faktatiedon tarve* on selkeästi ja yksiselitteisesti muotoiltavissa kysymyslauseeksi, ja se voi olla esimerkiksi tarve tietää ohje jonkin asiaan, kuten vaikkapa jonkin laitteen tai ohjelman asennukseen. *Toimintaa ohjaavan tiedon tarve* voi olla esimerkiksi jonkin suunnitellun tehtävän suorittamiseksi tarvittava tieto, kuten mitä kaikkea on tehtävä, jotta voisi saada energia-avustusta. *Päätöksenteossa tarvittavan tiedon tarve* on

kyseessä silloin, kun yksilö etsii tukea esimerkiksi omalle henkilökohtaiselle ratkaisulleen elämässään (esimerkiksi harkinta asepalveluksesta kieltäytymiseksi). *Orientoivan tiedon tarve* taas liittyy haluun ymmärtää asioita ja niiden syitä, ilman että tiedon tarvitsijalla välttämättä olisi mitään varsinaista ratkaistavaa ongelmaa, vaan tavoitteena on ymmärtää ja taustoittaa asioita (esimerkiksi uskonnollinen pohdinta). (Haasio 2015: 98.)

Keskustelupalstat tarjoavat mahdollisuuden rakentaa ratkaisuja osallistujien välisen yhteistyön ja dialogin kautta (Steehouder 2002: 496). Crossin, Ricen ja Parke-
rin (2001: 440) tutkimuksen mukaan käyttäjät saavat keskustelupalstoilta viiden-
laista informaatioon liittyvää hyötyä: ratkaisuja, metatietoa, ongelman uudelleen-
muotoilua sekä suunnitelmien tai ratkaisujen vahvistamista. *Ratkaisut* ovat eri-
tyistä informaatiota tiettyihin kysymyksiin tai ongelmiin. Ratkaisuissa oleva tieto
voi olla *deklaratiivista* eli selittävää (mitä) tai *proseduraalista* (miten) ja se mah-
dollistaa tiedon etsijän ratkaista tietty ongelma. *Metatieto* on tietoa siitä, missä
relevantti tieto sijaitsee (esimerkiksi linkit toisille verkkosivuille). *Ongelman uu-
delleenmuotoilussa* vuorovaikutus toisten käyttäjien kanssa auttaa ajattelemaan
ongelmaa toisella tavalla tai uudesta näkökulmasta (ks. myös Hyysalo ym. 2013:
36). *Suunnitelmien tai ratkaisujen vahvistamisessa* informaation etsijä esittelee
oman ratkaisunsa muille, ja sitä seuraavan vuorovaikutuksen arvo perustuu sii-
hen, että oma ratkaisu tai suunnitelma saa vahvistuksen.

3.1.2 Keskustelun aloittaminen

Avausviestin yleinen funktio on määritellä ketjulle aihe tai teema sekä se, miten
mahdollisten vastaajien odotetaan noudattavan sitä. Jos muut osallistujat eivät
noudata avausviestissä määriteltyä aihetta tai teemaa, keskustelupalstan mode-
raattorit saattavat puuttua keskusteluun. (Giles 2016: 486.)

Tarkastelen seuraavaksi sitä, millaisia avausviestejä keskustelijat kirjoittavat aloit-
taakseen viestiketjuja keskustelupalstoilla. Aloitan tarkastelemalla, miten aiem-
missa tutkimuksissa on luokiteltu verkkokeskustelujen viestejä. Erilaisia viesti-
tyyppejä verkkokeskusteluissa on tutkittu muun muassa blogeissa (Kouper 2010),
BBS-keskusteluryhmissä (Taboada 2004) ja sähköisillä kysymys-vastauspalstoilla
(Harper ym. 2010). Kouper (2010) on tutkinut neuvojen pyytämistä ja antamista
äitiyteen liittyvässä yhteisöblogissa. Tutkimuksessa selvitettiin, millaisia strategi-
oita verkkoyhteisön jäsenet käyttivät neuvoa pyytäessään (emt. 5). Kouper (2010:
6–7) jaottelee neuvojen pyynnöt Goldsmithin (2000) pohjalta mukautetun luoki-
tuksen mukaan viiteen eri luokkaan: (1) neuvojen pyytämiseen, (2) mielipiteiden
tai tiedon pyytämiseen, (3) ongelman ilmaisemiseen, (4) toimintasuunnitelman il-
moittamiseen sekä (5) neuvojan vapaaehtoiseen neuvoon.

Taboadan (2004: 55) mukaan viestien luokittelu erilaisiin tyyppeihin voidaan tehdä intuitiiviselta pohjalta tarkastelemalla viestin kokonaistavoitetta ja sitä, mitä viestin lähettämällä on tarkoitus saavuttaa, kuten esimerkiksi tarjota tai saada informaatiota. Hänen tutkimuksessaan aineiston aihepiirinä oli finanssiala, joten keskustelujen aiheet liittyivät osakkeisiin ja yritysten suorituksiin (emt. 64). Aineistoon lukeutuivat kaikki viestiketjujen viestit, eivät ainoastaan keskustelujen avausviestit. Taboada (2004: 67) kuvaa tutkimuksessaan neljä erilaista tavoitteisiin perustuvaa viestityyppiä: (1) neuvojen tai informaation pyytäminen, (2) mielipiteen puolesta tai vastaan argumentointi, (3) yrityksen tai osakkeen haukkuminen tai kehuminen sekä (4) muita kirjoittajia vastaan hyökkääminen.

Harper ym. ovat luokitelleet kysymys-vastauspalstojen kysymysviestejä niin ikään niiden funktion eli tavoitteen perusteella: heidän mukaansa kysymysviestit eroavat sen suhteen, millaisia vastauksia niiden odotetaan saavan. Harperin ym. (2010) laatima luokitus koostuu kuudesta eri kysymystyypistä, joiden pohjana on niiden ajallinen fokus: tulevaisuuteen suuntautuvat (*neuvojen pyytäminen, identifikaatio*), nykyhetkeen suuntautuvat (*hyväksymis- ja paheksumiskysymykset, laadulliset kysymykset*) ja menneisyyteen suuntautuvat kysymykset (*preskriptiiviset ja faktiset kysymykset*).

Muodostin oman analyysini pohjaksi alustavan viestityyppien luokittelun, joka perustuu Harperin ym. (2010) kysymysten luokitteluun, Taboadan (2004) erittelemiin viestien genreihin, Kouperin (2010: 6) käyttämään neuvojen pyytämisen luokitteluun sekä tutkimusaineistosta nouseviin havaintoihin. Harper ym. (2010) ovat tutkineet kysymys-vastauspalstojen kysymyksiä. Ne vastaavat melko läheisesti keskustelupalstojen avausviestejä molempien ollessa viestiketjujen ensimmäisiä viestejä. Kysymys-vastauspalstat keskittyvät kuitenkin kysymysten kysymiseen ja niihin vastaamiseen, kun taas keskustelupalstoilla viestiketjut voivat alkaa myös informaation jakamisella, jossa ei pyydetä mitään (Gyöngyi ym. 2008: 2). Tarvitsen siis analyysia varten myös Taboadan (2004) ja Kouperin (2010) viestityyppiluokkia kattaakseni muut kuin kysymystyyppiset avausviestit.

Sovellan omassa luokituksessani Harperin ym. (2010) erittelemiä kysymystyyppejä (*neuvojen pyytäminen, identifikaatio, hyväksymis- ja paheksumiskysymykset* sekä *laadulliset, preskriptiiviset ja faktiset kysymykset*) sekä Taboadan (2004) viestityyppejä *neuvojen tai informaation pyytäminen, mielipiteen puolesta tai vastaan argumentointi* ja *yrityksen tai osakkeen haukkuminen tai kehuminen*. Taboadan luokituksen pohjana olevaan aineistoon lukeutuivat kaikki viestiketjujen viestit, eivät ainoastaan keskustelujen avausviestit. Viestityypin *muuta kirjoittajia vastaan hyökkääminen* jätin pois analyysista, sillä hyökkääminen on yleensä

reaktio johonkin aiempaan viestiin eikä sitä yleensä esiinny viestiketjun avausviesteissä.

Sovellan luokitukseni pohjana myös Kouperin (2010: 6–7) tutkimuksessa käytettyjä luokkia (*neuvojen pyytäminen, mielipiteiden tai tiedon pyytäminen, ongelman ilmaiseminen, toimintasuunnitelman ilmoittaminen*). Kouperin luokitus koostuu ainoastaan erilaisista neuvojen pyynnöistä, joten se ei kuitenkaan kata koko viestityyppien kirjoa erilaisine tavoitteineen, ja vaatii siten täydennystä. Koska mikään tässä alaluvussa kuvatuista viestityyppien luokituksista ei koske nimenomaan keskustelupalstojen avausviestejä, on omassa luokituksessani mukana myös aineistolähtöisiä luokkia, jotka eivät perustu edellä mainittuihin aiempiin luokituksiin. Sovellan pääpiirteittäin samaa luokitusta kuin aiemmassa tutkimuksessani (ks. Salmela & Nuopponen 2012: 221–224). Joiltain osin olen kuitenkin kehittänyt luokitusta vastaamaan paremmin tämän tutkimuksen tavoitetta. Olen koonnut tässä tutkimuksessa käyttämäni luokituksen taulukkoon 4.

Taulukko 4. Analyysissa käytetyt viestityypit tavoitteen mukaan

Pääluokka	Alaluokka	Teorialähteet
Tiedon saaminen	Neuvojen pyytäminen - Suora - Epäsuora	<i>Neuvojen tai informaation pyytäminen</i> (Taboada 2004), <i>preskriptiiviset kysymykset</i> (Harper ym. 2010), <i>neuvojen pyytäminen</i> (Kouper 2010)
	Faktinen kysymys	<i>Faktinen kysymys</i> (Harper ym. 2010)
	Mielipiteiden pyytäminen	<i>Mielipiteiden tai tiedon pyytäminen</i> (Kouper 2010), <i>hyväksymis-/paheksumiskysymykset, laadulliset kysymykset</i> (Harper ym. 2010)
	Ehdotusten pyytäminen	Aineistolähtöinen
	Kokemusten pyytäminen	Aineistolähtöinen
Tiedon antaminen	Näkemyksen ilmaiseminen	<i>Haukkumis-/kehumisviestit, mielipiteen puolesta/vastaan argumentointi</i> (Taboada 2004)
	Tiedon tarjoaminen	Aineistolähtöinen
Keskustelun herättäminen	Suunnitelman ilmoittaminen	<i>Toimintasuunnitelman ilmoittaminen</i> (Kouper 2010),
	Aiheen tuominen keskusteluun	<i>Identifikaatiokysymykset</i> (Harper ym. 2010)

Tulevaisuuteen suuntautuvista kysymyksistä *neuvojen pyynnöt* kuvaavat jonkin tietyn ja oletettavasti uuden tilanteen ja hakevat ohjeita tulevaan toimintaan valmistautumista varten (Harper ym. 2010). Eksplisiittisen *neuvojen pyynnön* tunnistaa muun muassa ilmauksista kuten: "Tarvitsen neuvojanne", "Mitä minun pitäisi tehdä?", "Pitäisikö minun tehdä X?", mielipiteiden tai tiedon pyytämisen taas kysymysten, kuten "Mitä mieltä olet?" tai "Mitä mieltä olet X:stä?" avulla. Ne johdavat usein neuvojen saamiseen vastausviesteissä, vaikka saattaa olla epäselvää, mitä kysyjä haluaa (esim. ratkaista ongelman tai saada emotionaalista tukea). *Ongelman ilmaisemista* voidaan myös pitää epäselvänä pyyntönä, jonka voidaan tulkita tavoittelevan neuvoja, sympatiaa, solidaarisuutta jne. (Kouper 2010: 6.) Joskus pelkkä ongelman kuvaus saattaa toimia samaan tapaan kuin kysymykset tai neuvojen pyynnöt. Näissä tapauksissa pelkkä käsillä olevan ongelman maininta voidaan tulkita neuvojen pyynnöksi, mihin vaikuttaa luonnollisesti myös viestin esiintymiskonteksti. (Locher 2006: 233.)

Nykyhetkeen suuntautuvista kysymyksistä *hyväksymis- ja paheksumiskysymykset* hakevat subjektiivisia mieltymyksiä ja *laadulliset kysymykset* objektiivisempia näkökulmia jonkin asian hyvydestä tai huonoudesta. Menneisyyteen suuntautuvista kysymyksistä *preskriptiivisissä kysymyksissä* kirjoittaja pyytää neuvoja siihen, miten jokin asia tehdään. Samoin kuin neuvojen pyynnöt ne ovat yleensä itseen kohdistuvia eli viittaavat kirjoittajan omaan tilanteeseen. *Faktisissa kysymyksissä* pyydetään jotain jo olemassa olevaa tietoa johon voidaan usein vastata lyhyesti. (Harper ym. 2010.)

Argumentaatioviestit puolustavat jotain mielipidettä, näkemystä, yksilöä tai yritystä. Ne on tavallisesti tarkoitettu provosoimaan ja usein myös vaikuttamaan muiden lukijoiden mielipiteisiin keskustelun aiheesta. (Taboada 2004: 69.) *Haukkumis- ja kehumisviestit (bashing and pumping)* eroavat argumentaatioviesteistä siten, että ilmaistuille mielipiteille tarjotaan hyvin vähäisesti tukea ja mielipiteet ovat yksinomaan positiivisia tai negatiivisia, kun argumentaatioviestit sisältävät laajemman kirjon mielipiteitä. *Muita kirjoittajia vastaan hyökkääminen* on tyyppillisintä viestiketjun vastausviesteissä, sillä hyökkääminen on yleensä reaktio johonkin aiempaan viestiin. (Taboada 2004: 73.)

Toimintasuunnitelman ilmoittaessaan käyttäjä saattaa myös saada neuvoja. Kuvailemalla millaisen toiminnon hän on aikeissa suorittaa, käyttäjä ikään kuin kutsuu kommentteja. Siksi vaikka neuvot näissä tilanteissa eivät olisikaan eksplisiittisesti pyydettyjä, ne toimivat relevantteina ja merkityksellisinä vastauksina. (Kouper 2010: 6.) Myös Hyysalon ym. (2013: 33) tutkimuksessa lämpöpumppui-

hin liittyvissä keskusteluissa tyypillisiin viestityyppeihin kuuluivat idean tai projektin lähettäminen muiden luettavaksi ja kommentoitavaksi. Tällaisten viestien voidaan ajatella vastaavan toimintasuunnitelman ilmoittamista.

Identifikaatiokysymysten tarkoituksena on houkutella vastaajia, joilla on yhteinen näkemys jonkin tietyn aiheen merkittävydestä. Tällaiset kysymykset on useimmiten tarkoitettu herättämään keskustelua ja rakentamaan suhteita ennemmin kuin saamaan lopullisia tai toimivia vastauksia. (Harper ym. 2010.)

3.1.3 Avausviestien otsikointi

Avausviestin otsikko on keskustelupalstalla tärkeässä roolissa, sillä se on usein ensimmäinen viestin osa, jonka lukija näkee, ja jonka perusteella hän tekee päätöksen viestin lukemisesta. Omankin aineistoni kaikilla viestiketjujen avausviesteillä on otsikot: jos aloittaa uuden viestiketjun jommallekummalle aineiston palstoista, on sille kirjoitettava otsikko.

Keskustelupalstan viestiketjujen otsikot luovat ensimmäisen kontaktin avausviestin kirjoittajan ja hänen potentiaalisten keskustelukumppaneidensa välillä. Luodakseen onnistuneen ja menestyksekkään otsikon, joka herättää toivotun reaktion, avausviestin kirjoittajalla täytyy olla mielessään aloittamansa viestiketjun tarkoitus, jotta hän voisi muotoilla otsikon sen mukaisesti. Tämä saattaa epäonnistua, mikäli otsikko ei ole lainkaan läpinäkyvä eikä se sisällä lainkaan vihjeitä siitä, mitä odottaa viestiketjulta. Otsikot ovat tapa ennakoida viestin sisältöä ja toimia ikään kuin tiivistettynä abstraktina siitä. (Arendholz 2013: 138–139.)

Suomen kielen käyttöä koskevassa tutkimuksessa on tutkittu otsikoita sanomalehdissä (esim. Okkonen 1980; Heikkinen 1999; Vahtera 2009; Valtonen 2012), tiedotteissa (Kankaanpää 2006), yleisönosastokirjoituksissa (Mikkonen 2010) ja arvosteluteksteissä (Laihanen 2016). Otsikoita on jaoteltu muun muassa tehtävän (Okkonen 1980), lausemaisuuuden asteen (Heikkinen 1999; Valtonen 2012), funktion ja muodon (Kankaanpää 2006) sekä tekstifunktion (Vahtera 2009; Mikkonen 2010) perusteella. (Koonti Laihanen 2016: 277–278.)

Otsikot on aiemmissa tutkimuksissa jaoteltu muun muassa *leima-/aiheotsikoihin* (Okkonen 1980; Vahtera 2009; Mikkonen 2010; Valtonen 2012; Laihanen 2016), *kertoviin eli lausemaisuihin otsikoihin/väiteotsikoihin* (Okkonen 1980; Heikkinen 1999; Vahtera 2009; Mikkonen 2010; Valtonen 2012; Laihanen 2016), *ohje- tai huudahdusotsikoihin* (Vahtera 2009; Mikkonen 2010; Laihanen 2016) ja *kysymysotsikoihin* (Mikkonen 2010; Laihanen 2016).

Aiheotsikot ovat lauseke- ja sanaotsikoita, joita ei voi täydentää lauseeksi ja jotka eivät sisällä selvää väitettä tai väittämää. Ne ovat staattisia aiheen nimiä tai aiheen ilmoituksia (usein nominaalirakenteita). (Laihanen 2016: 280.) Selvä enemmistö leimaotsikoista on nominilausekkeita (substantiivi mahdollisine adjektiivi- tai genetiiviattribuutteineen) (Vahtera 2009: 60).

Väiteotsikot ovat olemista, tapahtumista tai liikettä sisältäviä tai muutosta ja suuntaa kuvaavia, usein dynaamisia, toimintaa ilmaisevia otsikoita (Laihanen 2016: 280). Ne voidaan jakaa edelleen väitelauseotsikoihin ja väitelausemaisiiin otsikoihin. *Väitelauseotsikot* ovat kielipillisesti täydellisiä lauseita eli ilmauksia, joissa ovat mukana kaikki lauseen välttämättömät jäsenet eli predikaattiverbi (finiittiverbi) ja kaikki verbin välttämättömät argumentit. (Vahtera 2009: 64.)

Väitelausemaisista otsikoista puuttuu jokin täydellisen lauseen tuntomerkki (finiittiverbi, subjekti tai täydennys) (Vahtera 2009: 59). Finiittiverbittömät, mutta väitelauseiksi täydennettävissä olevat otsikot ovat tyypillisiä niin sanotussa otsikkokielessä (Laihanen 2016: 281). Finiittiverbin puuttumisesta huolimatta niiden voidaan katsoa ilmaisevan väitteen tai kannanoton (emt. 279). *Fragmentit* ovat ”epätäydellisiä” lauseita, jotka voidaan muuntaa täydellisiksi lisäämällä puuttuva konstituentti, esimerkiksi finiittiverbi tai subjekti. Kvasifragmentit taas voidaan nähdä eräänlaisina analogiamuodostein, jotka muistuttavat fragmentteja mutta joita ei luontevasti voi täydentää lauseiksi. (Vahtera 2009: 5-6.)

Kysymysotsikot alkavat joko kysymyssanalla tai kysyvällä -kO-adverbilla. Kysyvyyttä voidaan ilmaista myös käyttämällä kysymysmerkkiä otsikon lopussa, vaikka otsikko ei sisältäisikään kysymyssanaa tai kysyvää adverbia (Mikkonen 2010: 80). *Ohje- ja huudahdusotsikot* ovat funktioltaan huudahtavia ja päättyvät huutomerkkiin tai ovat tulkittavissa ohjeiksi tai suosituksiksi. Mukana voi olla myös tervehdys tai lukijan puhuttelu. (Laihanen 2016: 279.) Kertovien otsikoiden fragmentti-kategoriasta huudahdukset ja puhuttelut eroavat siinä, että niitä ei voi täydentää lauseiksi. Huudahduksessa voidaan esimerkiksi esittää pyyntö tai ilmaista ihmetys. (Mikkonen 2010: 81.)

Arendholzin (2013: 139) englanninkielistä keskustelupalsta-aineistoa koskevassa tutkimuksessa otsikot olivat yhdestä neljääntoista sanaan pitkiä (keskimäärin 6,4 sanaa) ja ne koostuivat joko interrogatiivi- eli kysymyslausekkeista (29 kpl), deklaratiivi- eli väitelauseista (11 kpl) tai nominilausekkeista (10 kpl).

3.1.4 Keskustelupalstan viestien rakenne

Verkkokeskustelujen viestien rakennetta on tutkittu sähköpostilistoilla (Herring 1996b), BBS-keskusteluryhmissä (Taboada 2004), uutisryhmissä (Burke ym. 2007), keskustelupalstoilla (Steehouder 2002), neuvomispalstoilla (Locher 2006) ja blogeissa (Kouper 2010). Suurin osa aiemmista avausviestejä koskevasta tutkimuksesta on tutkinut tapaa, jolla avausviesteissä lähestytään tai puhutellaan muita keskustelupalstan jäseniä, jotta ne saisivat aikaan keskustelun alkamisen tietystä aiheesta. Vayreda ja Antaki (2009) ovat tutkineet kaksisuuntaista mielialahäiriötä käsittelevän keskustelupalstan avausviestejä. He tunnistivat aineistossaan yleisen avausviestin muodon, jossa jäsenet aloittivat paljastamalla diagnoosinsa, sen jälkeen kuvailivat tilannettaan ja päättivät viestit yleiseen avunpyyntöön. He havaitsivat myös, että ensimmäinen vastaus tyypillisesti toisti muuten samaa kaavaa, paitsi että lopussa oli lisäksi neuvoja.

Herringin (1996b) käyttämän viestien jaottelun taustalla on oletus siitä, että yksittäiset keskustelupalstan viestit ovat sisäisesti organisoituja tekstejä ja siten niiden analysoinnissa voidaan käyttää lingvistisen tekstianalyysin menetelmiä (emt. 83). Herring (emt.) käyttää analyysin yksikkönä *makrosegmenttiä* eli tekstin funktionaalista rakenneosaa. Makrosegmentit voidaan tunnistaa niiden pintatason koheesion sekä käsitteellisen koherenssin perusteella. *Pintatason koheesio* viittaa johdonmukaisiin kielellisiin valintoihin, kuten persoonaviittauksiin, aikamuotojen käyttöön tai lauserakenteeseen. (Herring 1996b: 83–84.) Makrosegmentti voidaan myös erottaa muista makrosegmenteistä tyhjällä rivinvälillä, kappaleen sisennyksellä tai sellaisten ilmausten käytöllä, jotka eksplisiittisesti ilmaisevat makrosegmentin alkavan, kuten "Pointtini on tämä:" (emt. 84).

Vaikka kielelliset signaalit usein tarjoavat hyödyllisiä vihjeitä, niin ne eivät yksinään riitä makrosegmenttien tunnistamiseen: makrosegmentin voidaan sanoa olevan olemassa ainoastaan sen käsitteellisen koherenssin pohjalta ilman mitään eksplisiittisiä signaaleja sen rajoista, ja muutokset persoonaviittauksissa, aikamuodossa ym. eivät aina vastaa makrosegmenttien rajoja. *Käsitteellinen koherenssi* viittaa makrosegmentin kykyyn täyttää korkeamman tason funktioita osana tekstin kokonaisrakennetta. (Herring 1996b: 84.) Locher (2006: 51) käyttää viestien rakenteen analyysissä *diskursiivisen siirron* käsitettä sekä *yksikön* käsitettä, joka vastaa karkeasti määriteltynä ajatusta ja sen pohdintaa ja koostuu vähintään yhdestä diskursiivisesta siirrosta. Yksikkö voi sisältää myös useampia saman siirron esiintymiä. (Locher 2006: 61; ks. myös Kouper 2010: 9.)

Verkkokeskustelun viestien rakenteen on aiemmissa tutkimuksissa havaittu noudattava usein niin sanottua *kirjetyyliä* (Herring 1996b: 84; Taboada 2004: 64–

65). Tällä tarkoitetaan perusrakennetta, joka on yhteinen erilaisille vuorovaikutuksellisille teksteille, kuten kirjeille. Se koostuu viestin sisällöstä sekä sitä ennen ja sen jälkeen sijoittuvista vuorovaikutuksellisista osista, jotka yhdistävät viestin laajempaan vuorovaikutukselliseen kontekstiin (Herring 1996b: 84). Yksinkertaisimmillaan tämä vuorovaikutuksellisen tekstin perusrakenne koostuu kolmesta osasta: *avauksesta*, *vartalosta* ja *lopetuksesta*. Vartalosta voidaan vielä tunnistaa kolme osaa: *yhteys aiempaan diskurssiin*, *viestin asiasisältö* ja *yhteys seuraavaan diskurssiin*. Näin ollen vuorovaikutuksellista skeemaa noudattavan viestin rakenneosiksi muodostuvat seuraavat:

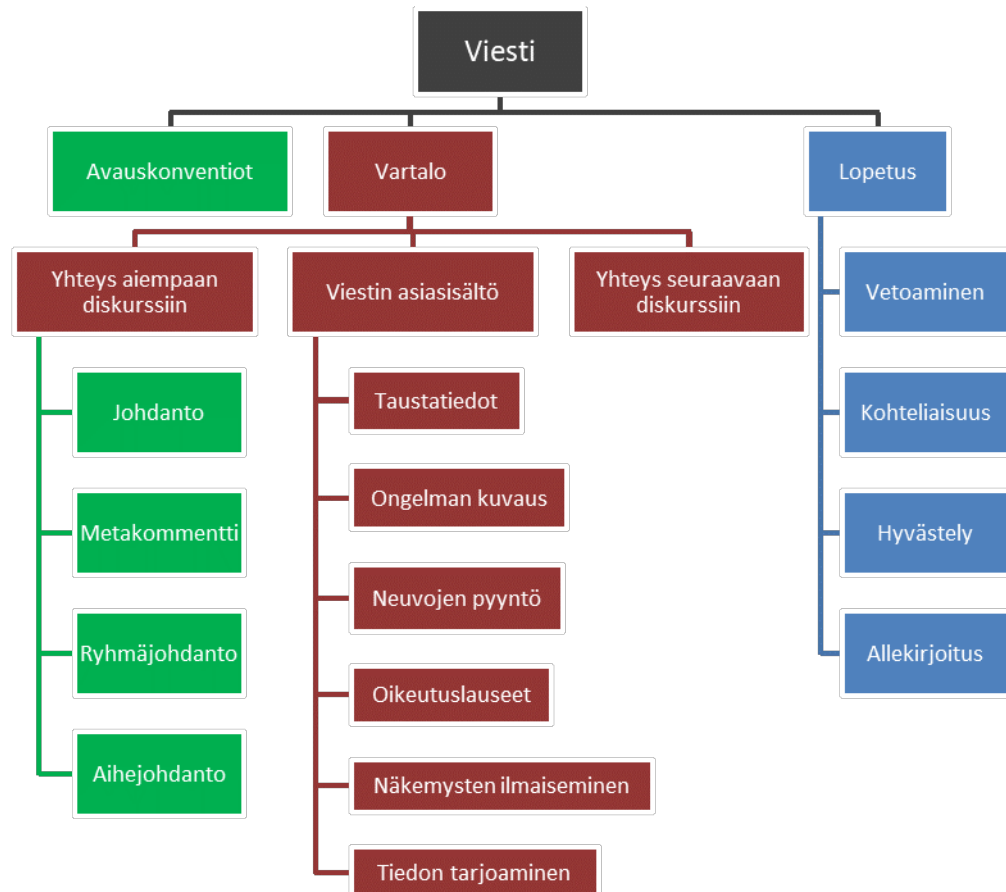
1. avauskonventiot
2. vartalo
 - a. yhteys aiempaan diskurssiin
 - b. viestin asiasisältö
 - c. yhteys seuraavaan diskurssiin
3. lopetuskonventiot (Herring 1996b: 84, ks. myös Taboada 2004: 66.)

Viestin asiasisältö voidaan edelleen jaotella pienempiin osiin retoristen tavoitteiden mukaan: kirjoittaja ilmaisee jonkin näkökohdan ja käyttää todisteita osoittaakseen sen oikeaksi (Taboada 2004: 66). Tiedollisesti suuntautuneet tekstit, kuten tieteellinen essee, muodostavat tyypillisesti *informationaalis-ekspositorisen skeeman*. Sen osat ovat seuraavat:

1. ongelman tunnistaminen,
2. ratkaisuehdotus,
3. ratkaisuehdotuksen perustelu ja
4. ratkaisun arviointi

Toinen ekspositiotyyppi on persuasiivinen eli suostutteleva. *Persuasiivinen skeema* on samanlainen kuin informationaalis-ekspositorinen, paitsi että ratkaisun arvioinnin sijasta vedotaan ratkaisuehdotuksessa mainitun asian uskottavuuden tai tiettyjen arvojen omaksumisen tai hyväksymisen puolesta. Informationaalis-ekspositorinen ja persuasiivinen skeema eivät sisällä avoimia vuorovaikutuksellisia siirtoja, vaan niiden siirrot esittävät ja kehittävät ratkaisua ongelmaan (Herring 1996b: 85). Informationaalis-ekspositorisen ja persuasiivisen skeeman siirtoja voidaan kuitenkin keskustelupalstan viestissä käyttää vuorovaikutuksellisen skeeman sisällä siten, että ne sisältävät osaksi viestin asiasisältöä.

Seuraavaksi käyn läpi erilaiset viesteissä aiemmissa tutkimuksissa havaitut rakenneosat vuorovaikutuksellisen skeeman järjestystä noudattaen. Rakenneosat on koottu kuvioon 9.



Kuvio 9. Viestin rakenneosat

Epistolaaeriset *avauskonventiot* sisältävät kirjeissä yleensä päivämäärän ja tervehdyksen. Keskustelun puheenvuoroilta puuttuvat epistolaaeriset konventiot, mutta muuten niillä on samanlainen rakenne. (Herring 1996b: 85.) Viestin *vartalo* voidaan jakaa eteen- ja taaksepäin suuntautuneisiin osiin (*yhteys aiempaan* sekä *seuraavaan diskurssiin*) sekä viestin asiasisältöön, toisin sanoen kirjoittajan varsinaiseen omaan kontribuutioon (Taboada 2004: 65). *Yhteys aiempaan diskurssiin* (tai viestiin) esittelee tekstin tarkoituksen tai pyrkii yhteisen pohjan rakentamiseen kirjoittajan ja vastaanottajan välillä. *Yhteys seuraavaan diskurssiin* viittaa tulevaan vastavuoroisuuteen ja pitää sisällään tarjoukset ja vetoamukset. Asiasisältö on siten ympäröity siirroilla, jotka sijoittavat kontribuution meneillään olevaan vuorovaikutustilanteeseen. (Herring 1996b: 85.)

Herring (1996b: 88) erittelee viesteistä *johdannot*, jotka hän jakaa prospektiivisiin johdantoihin, esipuheisiin ja metakommentteihin. *Prospektiivinen johdanto* tarjoaa tiivistelmän siitä, mitä viesti pitää sisällään ja *esipuhe* tarjoaa taustatietoa, jota vasten lukija voi arvioida viestin sisältöä (emt.). *Metakommentti* kommentoi

keskustelua kokonaisuudessaan (emt.) ja auttaa neuvojen pyytäjää strukturoimaan tekstiään (Locher 2006: 211; Arendholz 2013: 149).

Burken ym. (2007: 3) mukaan keskusteluryhmän viestien johdannot kuvailevat kirjoittajan suhdetta ryhmään. He jaottelevat johdannot ryhmäjohtantoihin ja aihejohtantoihin. *Ryhmäjohdannot* viittaavat kirjoittajan aiempaan toimintaan ryhmässä, kuten ”taustahengailu” (engl. lurking) tai tietoon aiemmista ryhmään lähetetyistä viesteistä tai ryhmän jäsenistä. *Aihejohdannot* puolestaan kertovat kirjoittajan henkilökohtaisesta suhteesta keskustelun aiheeseen (esim. kirjoittaja kertoo juuri ostaneensa puheenaiheena olevan tuotteen). (Emt.)

Burke ym. (2007: 4) näkevät johdantojen palvelevan kahta päätarkoitusta: ne kertovat legitimitetistä ja sitoutumisesta. Johdannoissa käytetään usein asiaankuuluvaa sisäryhmän sanastoa, osoitetaan henkilökohtaista kokemusta ja epäsuorasti osoitetaan kirjoittajan suhdetta ryhmään esittelemällä hänen suhdettaan aiheeseen, jonka ympärille ryhmä on rakentunut (emt.). Henkilökohtaisten asioiden paljastaminen myös kertoo halukkuudesta olla haavoittuva, mikä edistää läheisten suhteiden rakentamista (emt. 3). Erityisesti taustahengailuun viittaaminen osoittaa, että kirjoittaja on panostanut aikaa ja vaivaa lukemalla, mitä muut ovat jo aiemmin kirjoittaneet ryhmässä (emt. 4).

Kouper (2010: 9) on eritellyt viesteistä niin sanottuja *orientaatiolauseita*, jotka tarjoavat lisätietoa ja auttavat kuvailemaan aikaa, paikkaa, henkilöitä tai tilannetta itseään. Tämä lisätieto ei ole välttämätöntä, mutta se tarjoaa yksityiskohtia, jotka tekevät viestistä kiinnostavamman tai realistisemman. Lisätieto voi olla esimerkiksi viestin kirjoittajaa itseään tai hänen elämäntilannettaan koskevaa lisätietoa tai muuta kontekstuaalista informaatiota. Toisin kuin taustatiedoissa, jossa tavoitteena on tarjota asian kannalta relevanttia tietoa, orientaatioinformaatio ei aina ole suoraan relevanttia avausviestissä esiin tuodun ongelman ja sen ratkaisemisen kannalta. Neuvoja voitaisiin pyytää ja antaa myös ilman orientaatiossa annettuja yksityiskohtia. Nämä lisätiedot saattavat kuitenkin herättää vastaajissa emotionaalisia reaktioita sekä ymmärryksen ja tuen ilmauksia neuvojen lisäksi. (Emt.)

Viestin **asiasisältöön** liittyvät rakenneosat voidaan jakaa taustatietoihin, ongelman kuvaukseen, neuvojen pyyntöön, oikeutuslauseisiin ja näkemysten ilmaistamiseen. *Taustatiedoilla* viitataan viestin osaan, joissa neuvojen pyytäjä antaa lisätietoa ongelmasta (Locher 2006: 211). Steehouderin (2002: 494) tutkimissa tietotekniikka-aiheisten keskustelupalstojen avausviesteissä, jotka sisälsivät ongelman tai kysymyksen, laitteistojen ja ohjelmistojen spesifikaatiot eli niin kutsutut tekniset tiedot olivat tyypillisesti osana viestiä (ks. myös Salmela 2011).

Engelman kuvaus on eksplisiittinen maininta ongelmasta, joka vaatii neuvoja (Locher 2006: 211; ks. myös Steehouder 2002: 494). Kysymykset ovat pääasiallinen keino, joilla neuvoja pyydetään (Locher 2006: 231). *Neuvojen pyyntö* viittaa muihin realisoitumiin kuin kysymyksiin (esim. ”arvostaisin kovasti ehdotuksia”, ”toivottavasti osaatte auttaa”, ”tarvitsen apuanne”, ”en tiedä mitä tehdä”), eli ero on ainoastaan syntaktinen eikä funktionaalinen (emt. 211). Kirjoittajat voivat pyytää avun lisäksi neuvoja, ehdotuksia, ideoita, vinkkejä, kokemuksia tai tietoa (emt. 234).

Neuvojen pyynnön aiheuttamaa kasvojen uhkaa voidaan lieventää käyttämällä viestin osana kohteliaisuusstrategioita. Tällaisia ovat esimerkiksi tieto siitä, mitä kirjoittaja itse on yrittänyt tehdä ongelman ratkaisemiseksi ja mitä muita tiedonlähteitä on jo käytetty ennen palstalle kirjottamista (esim. käyttöohjeen lukeminen). Nämä myös oikeuttavat sen, miksi kirjoittaja voi pyytää apua palstalta osoittamalla, että ei ole muuta keinoa ratkaista ongelmaa ja että kirjoittaja on nähnyt vaivaa ennen kysymyksen lähettämistä. (Steehouder 2002: 495–496.)

Kouper (2010: 10) käyttää termiä *oikeutuslauseet* viestien osista, jossa tarjotaan syitä tai selityksiä sille, miksi kirjottaja pyytää neuvoja tai tietoa. Syitä saattavat olla esimerkiksi peloissaan tai huolissaan oleminen, välttämättömän tiedon puuttuminen jonkin asian suhteen ja verkkoyhteisön käyttäminen viimeisenä keinona (kuitenkaan vähättelemättä verkkoyhteisöä) (emt.). Oikeutuksia voidaan käyttää keinona säilyttää kasvonsa (Goffman 1959) ja mekanismina kirjoittajan vertaisstatuksen säilyttämiseksi. Neuvojen tarpeen sekä tietojen ja taitojen puutteen osoittaminen voi heikentää henkilön asemaa pätevänä yksilönä ja vertaisena. Syiden tarjoaminen tiedon etsimiselle mahdollistaa aseman säilyttämisen. Joissain tilanteissa yhteisön jäsenet myös voivat ilmaista avoimesti osaamattomuuttaan, riittämättömiä tietojaan tai avuttomuuttaan. Yksi mahdollinen selitys tälle on, että ratkaisujen tarve tietyissä tilanteissa syrjäyttää kirjoittajan huolen positiivisesta minäkuvastaan ja vertaisasemastaan. Neuvojen pyyntöä, joka on oikeutettu avuttomuudella ja turhautumisella, voidaan myös käyttää emotionaalisen tuen saamiseen. (Kouper 2010: 15.)

Näkemyksillä viitataan sellaiseen ideationaaliseen sisältöön, joka arvioidaan suhteessa siihen, miten puhuja sitoutuu sen totuudenmukaisuuteen. Tähän kuuluvat mielipiteet, uskomukset tai käsitykset, jotka liittyvät jollain tavalla keskustelun aiheeseen. (Herring 1996b: 88.) Näkemysten ilmaiseminen vaihtelee voimakkaasti ilmaistuista väitteistä, kuten ”on tosiasia, että...”, mielipiteisiin, jotka esitetään esimerkiksi ”minun mielestäni...” -tyyppisten fraasien kautta. *Tiedon tarjoaminen* eroaa näkemysten ilmaisemisesta siinä, että tieto on objektiivista eikä sidoksissa

kirjoittajan subjektiivisiin näkemyksiin tai kokemuksiin. Viestin vartalo voi sisältää myös muita funktioita, kuten (ratkaisu)ehdotuksia, tunteiden ilmauksia ja tarjouksia. (Emt. 88–89.)

Viestin asiasisällön jälkeen seuraa **viestin lopetus**. Lopetuksessa saattaa Herringin (1996b: 90) mukaan esiintyä vetoaminen keskustelun jatkamiseen tai toimintaan, anteeksipyyntö esimerkiksi aiempiin viesteihin liittyen, tarjous, nuhtelu tai jokin muu vuorovaikutuksellinen puheakti. *Vetoamisia* on kahden tyyppisiä: vetoamisia toimintaan ja vetoamisia keskusteluun osallistumiseen. Vetoamiset ovat vuorovaikutuksellisia siten, että ne vetoavat lukijoihin vastaanottajan roolissa ja joskus helpottavat vuoronvaihtoa. (Emt.) Neuvojen pyytäjä voi osoittaa tunteita, kuten hätää, ja vedota suoraan tai epäsuorasti lukijoihin sympatian saamiseksi. Vetoaminen avausviestissä voidaan nähdä vastinpariksi empatian tarjoamiselle vastausviesteissä, sillä se voi toimia kutsuna neuvojalle tuntea sympatiaa neuvojen etsijää kohtaan. Vetoamista käytetään usein neuvojen pyynnön kiireellisyyden painottamiseen. (Locher 2006: 212.)

Kohteliaisuus voi olla kiitos avusta, jota on jo aiemmin tarjottu, tai kiitollisuuden osoittaminen etukäteen mahdollisesti tulevaisuudessa saatavasta avusta (Locher 2006: 210; Kouper 2010: 9–10; Steehouder 2002: 496). Kiittämistä pidetään kohteliaisuuden ja lieventämisen keinona, sillä se tunnustaa eksplisiittisesti vastaajan vaivannäön. Yleensä kiitos esiintyy viestin lopussa. (Locher 2006: 238.) Kohteliaisuuksiin kuuluvat myös pahoittelut ja anteeksipyyntöt. Kirjoittaja voi pahoitella esimerkiksi viestin pituutta tai neuvojen pyytäjä tunnustaa, että kysymys itsessään saattaa olla ”tungetteleva” ja antaa perusteita sille (”En ole varma, onko tämä oikea paikka kysyä...”) (emt. 208, 210). *Lopetuskonventiot* ovat kirjeissä hyvin muodollisia (esim. ”parhain terveisin”), ja niitä seuraa kirjoittajan *allekirjoitus* sekä mahdollinen *jälkikirjoitus* (”p.s.”) (Herring 1996b: 85). Hyvästelyn funktiona on hyvästelystä viestiminen, ja se viittaa myös viimeiseen siirtoon, jonka kirjoittaja voi lisätä ennen allekirjoitusta (Locher 2006: 69).

Rakenne-elementtien yleisyys ja sijoittuminen viestissä voivat vaihdella huomattavasti. Ne saattavat myös esiintyä samassa viestissä useamman kuin yhden kerran. Kirjoittaja voi esimerkiksi kysyä useamman kysymyksen, kuvailla useampia ongelmia samassa viestissä tai tarjota oikeutuksen sekä viestin alussa että keski-osassa. (Kouper 2010: 10.) Kouperin (2010: 11) aineiston viesteissä oli vähimmillään vain yksi elementti ja enimmillään kahdeksan. Herringin (1996b: 90) aineistossa suurin osa viesteistä sisälsi ainoastaan 2 tai 3 yhteensä 17 eri makrosegmentistä. Hyvin harva viesti sisälsi yli neljä erilaista rakenneosaa. Herringin (emt.) mukaan tämä viittaa siihen, että keskustelijat tavoittelevat ideaalista viestin skeemaa, joka koostuu kolmesta funktionaalisesta osasta: johdannosta, asiasisällöstä

ja lopetuksesta. Tämä perusskeema muodostaa Herringin (1996b: 91) mukaan tasapainoisen viestinnällisen yksikön, joka sisältää kaikki kolme Hallidayn (1984 [1978]) kielen ensisijaista funktiota: tekstuaalisen linkin, ideationaalisen vartalon ja vuorovaikutuksellisen lopetuksen.

Herringin (1996b) aineistossa useimmat osallistujat sisällyttivät vuorovaikutuksellisia elementtejä viesteihinsä ja ilmaisivat näkemyksiään. Pelkkä puhdas informaation vaihto taas oli toissijaista viesteissä. Siten viestin perusskeema muistutti enemmän vuorovaikutuksellisia tekstityyppejä, kuten kirjeitä ja keskustelun vuoroja, kuin ekspositorisia tekstejä, vaikka ekspositorisen skeeman vaiheita joskus löytyikin viestin vartalosta. (Emt. 92.)

Yleisimpien rakenne-elementtien voidaan katsoa muodostavan kyseisen viestityypin perusrakenteen eli niin sanotun prototyypin viestin (ks. Kanoksilapatham 2012: 299). Viestien rakenteessa esiintyy myös niin sanottuja **valinnaisia osia**, jotka eivät muodosta minkään viestityypin perusrakennetta (rakenteen välttämättömät ja valinnaiset osat ks. Hasan 1989 [1985]).

Myös Flores-Salgado ja Castineira-Benitez (2018) jakoivat WhatsApp-pikaviestisovellusta koskevassa tutkimuksessaan pyyntöviestit kolmeen osaan. Näistä *perusosa* oli viestin ydin ja pienin mahdollinen viestin muodostava perusyksikkö eli toisin sanoen viestin välttämätön osa. Kaksi muuta osaa sen sijaan eivät olleet pyynnön esittämisen kannalta välttämättömiä, vaan viestin pääfunktion ulkopuolelle sijoitettavia, joko sitä edeltäviä tai seuraavia, vapaaehtoisia elementtejä. Niiden funktiona oli aloittaa vuorovaikutus ja samalla vetää vastaanottajien huomio viestissä olevaan pyyntöön tai rakentaa ja ylläpitää hyviä sosiaalisia suhteita. Esimerkkeinä tällaisista elementeistä olivat *tervehdykset*, *pahoittelut*, *kohteliaisuudet* ja *kiitollisuuden osoitukset*. (Emt.) Jaottelu on siis periaatteiltaan hyvin pitkälti Herringin (1996b) käyttämän luokittelun kaltainen, eikä tämän tutkimuksen kannalta tuo siihen olennaisesti mitään lisää.

Taboada (2004: 56) käyttää viestien sisältämiä rakenneosia myös eri viestityypien luokittelun yhtenä perusteena tavoitteen, sanastollisten ja kieliopillisten ominaisuuksien lisäksi. Esimerkiksi neuvojen tai tiedon pyynnöt sisältävät tyypillisesti kysymyksen ja taustatietoja (emt. 68).

3.1.5 Vastausten saaminen

Avausviestin kirjoittamisen jälkeen osallistujat reagoivat avausviestin kirjoittajan syötteeseen ja täyttivät tavalla tai toisella avausviestityypin erityiset vaatimukset esimerkiksi antamalla neuvoja tai ilmaisemalla mielipiteensä. Tehdessään näin

osallistujat neuvottelevat sekä kasvoistaan (kasvotyö) että ihmistenvälisistä suhteista (relaationaalinen työ). (Arendholz 2013: 163.) Positiiviseen kasvutyöhön lukeutuvat muun muassa sellaisten hyödyllisten ehdotusten ja neuvojen antaminen, jotka auttavat avausviestissä määritellyn ongelman tai kysymyksen ratkaisemisessa, omien kokemusten jakaminen, tuntemusten ja huolien jakaminen, toisten rauhoittelu ja rohkaiseminen, toisen puolustaminen ja toisten kiittäminen. (Emt. 202.)

Tiedon pyytämisen ja antamisen vastavuoroisuus vahvistaa yhteisön jäsenten välisiä siteitä ja kannustaa verkkoyhteisön hyödyntämiseen myös tulevaisuudessa vertaisavun kanavana (Kouper 2010: 15). Käyttäjyhteisöjen haittapuolena on se, että kaikki kysymykset eivät välttämättä saa vastauksia tai vastauksen saaminen saattaa kestää pitkään. Kuten Steehouder (2002: 493) on havainnut, käyttäjän voi myös olla hankalaa arvioida vastauksissa tarjotun tiedon ja neuvojen asiantuntijuutta, luotettavuutta ja oikeellisuutta, sillä avun pyytäjä ei välttämättä tunne avun tarjoajia ja saattaa myös saada erilaisia ja jopa keskenään ristiriitaisia neuvoja. Koska keskustelupalstojen laatu informaationlähteinä riippuu paljolti tiedon tarjoajista, on tärkeää ymmärtää, miksi ja miten nämä ihmiset reagoivat toisten ongelmiin ja kysymyksiin. (Emt.)

Crossin, Ricen ja Parkerin (2001) tutkimuksen mukaan, mitä enemmän keskustelupalsta koetaan yhteisönä, sitä todennäköisempää on, että avun etsijät saavat hyödyllisiä vastauksia. Joyce ja Kraut (2006) havaitsivat tutkimuksessaan, että avausviestit, jotka sisälsivät kysymyksen, saivat todennäköisemmin vastauksia. Chen ym. (2020) havaitsivat tutkimuksessaan, että viestit, jotka joko ilmaisivat erimielisyyttä, sisälsivät joko oikean tai väärän idean tai joissa kysyttiin kysymys, saivat todennäköisimmin vastauksia. Tutkimusten mukaan vastausviestit myös jäljittelevät usein tyyliltään ja muodoltaan avausviestiä - esimerkiksi negatiiviselta kuulostavat avausviestit saavat enemmän negatiivisia vastauksia ja pitkät avausviestit houkuttelevat pitkiä vastauksia (Joyce & Kraut 2006; Pfeil, Zaphiris & Wilson 2010: 339). Useat tutkimukset kuitenkin osoittavat myös, että avausviestin todennäköisyys saada vastauksia riippuu siitä, millainen verkkoyhteisö on kyseessä (Fisher, Smith, & Welser 2006; Joyce & Kraut 2006; Pfeil, Zaphiris & Wilson 2010: 339–340). Näiden tutkimusten mukaan etenkin vertaistukiyhteisöissä vastausten saamisen todennäköisyys on korkea.

Viestiketjun lyhyys ei ole automaattisesti osoitus sen epäonnistumisesta. Tiedontarve saattaa tyydyttyä jo muutamassa vastausviestissä, jolloin on luonnollista, että viestiketju jää verrattain lyhyeksi (Haasio 2015: 128). Siksi viestiketjun hyödyllisyys avausviestissä ilmaistun tiedontarpeen näkökulmasta on vastausten määrää enemmän riippuvainen vastausten laadusta.

3.1.6 Vastausten uskottavuus ja argumentointi

Uskottavuus ja luotettavuus ovat keskeisiä tekijöitä sen kannalta, hyväksytäänkö keskusteluun osallistujan viesti vai ei. Neuvojen merkityksellisyys riippuu myös osaltaan niiden uskottavuudesta, luotettavuudesta ja varmuudesta (DeCapua & Dunham 1993: 519). Neuvot otetaan vastaan todennäköisimmin asiantuntevalta henkilöltä, jonka mielipidettä arvostetaan ja johon luotetaan. Tällaisella henkilöllä on kyky vaikuttaa muiden ihmisten toimintaan ja asenteisiin. Tunteeton ja kylmä henkilö, joka ojentaa muita heidän tietämättömydestään saattaa kyllä jakaa neuvoja, mutta häneltä ei yleisesti pyydetä neuvoja eikä hänen neuvojaan välttämättä lueta. Koska neuvominen on ennen kaikkea sidoksissa luottamukseen, kompetenssiin ja tietämykseen, se ei välttämättä edellytä osallistujien välistä hierarkkista eroa statuksessa. Neuvomisessa tärkeää on informaation siirtymisen lisäksi myös oikeanlaisen ilmapiirin luominen, jossa toinen vuorovaikutukseen osallistuja tuntee, että hänet on otettu vakavasti. (Locher & Hoffmann 2006: 74.) Siten myös huumori ja empatia voivat olla tärkeitä osatekijöitä neuvomistilanteessa.

Eetoksella viitataan puhujasta yleisölle syntyvään vaikutelmaan, jolla hän pyrkii saamaan yleisön luottamaan häneen ja sitoutumaan viestissä esitettyihin näkökulmiin (Lehti & Eronen-Valli 2018: 165). Aristoteleen mukaan puhujan luotettavuus rakentuu kokemuksesta ja pätevyydestä (*fronesis*), moraalisesta hyveellisyydestä (*arete*) ja hyvántahtoisuudesta yleisöä kohtaan (*eunoia*) (Retoriikka 1378a). Digitaalisen viestinnän ympäristöissä näiden rinnalla on myös muita vaatimuksia. Monissa tilanteissa, esimerkiksi yhteiskunnallisia asioita koskevissa verkkokeskusteluissa, rivikansalaiset voivat herättää yleisössä enemmän ihailua tai luottamusta kuin pätevät asiantuntijat. Kansalaisten oma kokemus saattaa olla näissä tilanteissa osalle vastaanottajista asiantuntijan esittämää, tutkimukseen nojaavaa perustelua vakuuttavampi. (Lehti & Eronen-Valli 2018: 165.)

Itseilmaisullinen retoriikka tarkoittaa yksilön subjektiivista näkökulmaa edustavia, arvottavia mediasisältöjä, joilla sekä ilmaistaan oma kanta että pyritään vaikuttamaan muiden mielipiteisiin. Itseilmaisut perustuvat kulttuurisesti jaettuihin merkityksiin, joten niiden kautta myös koetaan yhteenkuuluvuutta ja rakennetaan yhteisöä. Itseilmaisullinen retoriikka voi johtaa myös samanmielisyyden vaatimukseen digitaalisissa yhteisöissä, sillä useissa yhteisöissä tavoitellaan samoin ajattelevien hyväksyntää ja halutaan erottautua toisin ajattelevista. Näin yhteisö vahvistuu ja mielipiteet kärjistyvät, mikä voi johtaa esimerkiksi vihapuheeseen. (Eronen 2015: 1; Lehti & Eronen-Valli 2018: 163.)

Argumentaatio eli väitteiden ja perustelujen esittäminen on tärkeä diskursiivisen toiminnan muoto, jolla voidaan vaikuttaa tiedon ja merkitysten rakentamiseen ja muokkaamiseen. Argumentoinnilla on aina tilanteen ja yleisön asettamia ehtoja,

mutta sillä on myös seurauksia. Argumentoinnin tavoitteena on vakuuttaa tai taivutella kohteena oleva yleisö argumentoijan esittämien väitteiden puolelle. Argumentaatio koostuu yleensä joukosta *argumentteja*, jotka muodostavat kokonaisuuden. Yksittäinen argumentti rakentuu väitteestä, perustelusta ja taustaoletuksista. Hyväksyttävä argumentaatio on luonteeltaan sellaista, jossa esitetyn väitteen perustelut pätevät ja jossa perustelun ja väitteen suhteet ovat johdonmukaiset (loogisesti hyväksyttävät). (Pietikäinen ym. 2019.) Toulmin (2003 [1958]: 87–100) määrittelee viisi argumentin muodostavaa elementtiä seuraavasti:

1. *Johtopäätös (claim)*, jonka arvoa argumentoija pyrkii näyttämään toteen; väite tai esitys, jonka argumentoija haluaa lukijan tai kuulijan hyväksyvän
2. *Lähtötiedot (data)* eli tosiasiat, joihin argumentoija vetoaa johtopäätösten perustana (esim. tilastotiedot)
3. *Peruste (warrant)* eli toteamus, joka valtuuttaa siirtymän lähtötiedoista johtopäätökseen; valtuuttaa johtopäätöksen osoittamalla lähtötiedot relevanteiksi. Saattaa olla eksplisiittinen tai ääneen lausumaton eli implisiittinen, ja se vastaa kysymykseen ”Miksi lähtötiedot tarkoittavat, että johtopäätös on totta?”
4. *Taustatuki (backing)* antaa lisää tukea perusteelle; se täytyy esittää silloin, kun peruste itsessään ei ole riittävän vakuuttava.
5. *Tarkennus (qualifier)* osoittaa lähtötiedoista perusteeseen tapahtuvan hypyn vahvuuden ja saattaa rajoittaa sitä, miten yleisesti johtopäätös pitää paikkaansa.
6. *Varaukset (rebuttals)* eli toteamukset, jotka tunnustavat rajoitukset, joihin johtopäätöksiä voidaan pätevästi soveltaa. Siten varaukset myöntävät ne olosuhteet tai tilanteet, joissa johtopäätökset eivät päde.

Argumentin yleinen rakenne sisältää siirtymän lähtötiedoista (todisteista) johtopäätökseen pohjautuen perusteen tarjoamaan päättelyyn. Lisäkäsitteet voivat selkeyttää siirtymistä lähtötiedoista johtopäätökseen: taustatuki voi vahvistaa perustetta ja varaukset osoittavat vastaväitteitä johtopäätökselle.

Aiempi tutkimus on osoittanut, että Toulminin (2003 [1958]) argumentaatiomalli soveltuu käytettäväksi asynkronisten verkkokeskustelujen argumentaation tutkimukseen (Savolainen 2012: 2538; Clark, Sampson, Weinberger & Erkens 2007). Savolainen (2012: 2538) on soveltanut kysymys-vastauspalstoja koskevassa tutkimuksessaan Toulminin (2003 [1958]) argumentaatiomallia. Mallin etuna on se, että se keskittyy käytännön argumentaatioon jokapäiväisen elämän kontekstissa (Savolainen 2012: 2538).

Uudessa retoriikassa huomio kiinnitetään tosielämässä tapahtuvaan argumentointiin. Tosielämän argumentit ovat usein kiistanalaisia, mikä tarkoittaa, että taustaoletuksina käytetään esimerkiksi mielipiteitä, arvoja ja kokemuksia. (Lehti & Eronen-Valli 2018: 168.) Lehti ja Kallio (2017) ovat tutkineet argumentointia suomalaisten sanomalehtien kommenttipalstoilla. Analyysi kohdistui osallistujien kommenteissaan käyttämiin perusteluihin, ja siinä hyödynnettiin Waltonin, Reedin ja Macagnon (2008) argumenttiluokittelua, joka nojautuu Toulminin (2003 [1958]) näkemyksiin argumentin rakenteen kuvauksesta. Lehti ja Kallio (2017) havaitsivat tutkimukseensa, että omaa tai läheisen kokemusta käytettiin yleisimpänä perusteluna. Omien kokemusten esiintuontia pidetäänkin sosiaalista mediaa yleisesti leimaavana tekijänä (Lehti & Eronen-Valli 2018: 169).

Argumenttirakennetta voidaan arvioida Waltonin ym. (2008: 309) tarjoamien kriittisten kysymysten avulla siitä, onko puhuja asemassa, jossa hän voi tietää, onko väite totta vai valhetta, ja onko puhuja rehellinen ja luotettava toimija. Walton ym. (2008: 88) erottavat asiantuntijatiedon ja kokemuksen perusteluna. Toisen kriittinen kysymys argumenttirakenteen arvioimiseksi koskee argumentin kirjoittajan rehellisyyttä ja luotettavuutta. Lehti ja Kallio (2017: 61–62) toteavat, että tähän on vaikeaa vastata varmasti verkkokeskusteluiden tapauksessa: on mahdollonta varmistua kommentoijan henkilöllisyydestä ja siitä, toimiiko hän rehellisesti. Keskustelupalstoilla ja uutisten kommenttiosioissa suuri osa osallistujista ei esiinny oikealla nimellä vaan nimimerkillä, eikä kirjoittajien kasvoja ole näkyvissä. Kommentin kirjoittaja voi olla vaikkapa provosoiva trolli tai hän voi liioitella tai valehdella. (Lehti & Eronen-Valli 2018: 170.)

Perustelut ja taustaoletukset ovat olennaisia väitteen kannalta, ja niiden on annettava riittävästi tukea väitteelle (Kakkuri-Knuuttila 1999: 184). Argumentoinnin hyvyttä ja luotettavuutta voidaan arvioida luokittelemalla perustelu ensimmäisen, toisen ja kolmannen asteen perusteluiksi. Ensimmäisen asteen perustelussa vastaanottaja voi itse tarkistaa asian oikeellisuuden. Toisen asteen perustelu perustuu argumentoijan havaintoon ja kolmannen asteen perustelussa sekä argumentoija että vastaanottaja ovat kolmannen lähteen tiedon varassa. (Renkema 1993: 132.) Perustelut voidaan oikeuttaa arvojen mukaan, auktoriteetin mukaan tai asiaperusteisesti. Perustelut ovat hyväksyttäviä, koska ne ovat aiemmin tunnettuja tai lähde on luotettava. (Kakkuri-Knuuttila 1999: 191–192.)

Myös verkkokeskustelun osallistujat voivat käyttää viestiensä uskottavuuden parantamiseen perustelustrategioita, jotka antavat muille osallistujille syyn ottaa informaatio tosissaan. Tämä voidaan tehdä tarjoamalla informaation ohella myös lähteet, joista kyseinen informaatio on peräisin (Richardson 2003: 172; Locher &

Hoffmann 2006: 82). Verkkokeskustelun osallistujat käyttävät usein myös *koke-muspuhetta* osoittaakseen kokemukseen pohjautuvaa asiantuntijuuttaan (Grabill & Pigg 2012). Argumentaatioteoriassa kokemukseen pohjautuvan evidenssin voidaan nähdä edustavan *esimerkki*-kategoriaa. Esimerkin kautta argumentointi on Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan (1971) mukaan strategia, jossa yleinen argumentti todellisuudesta tehdään tietyn yksittäistapauksen pohjalta. Evidenssi, joka pohjautuu puhujan omiin kokemuksiin maailmasta, perustuu puhujan uskottavuuteen, ja siten se eroaa esimerkiksi tilastoihin tai tutkimukseen pohjautuvasta evidenssistä. (Kääntä & Lehtinen 2016.)

Poorisatin ym. (2019: 477) tutkimuksen mukaan verkkokeskustelujen kontekstissa viestien täydellisyys, eli se että viesti sisältää kaikki neljä elementtiä, jotka muodostavat järkevän argumentin, vaikutti erittäin voimakkaasti ymmärrettyyn viestin uskottavuuteen ja vakuuttavuuteen, mikä puolestaan johti vahvempiin aikomuksiin käyttää ja jakaa tietoja. Lähteen suurempi asiantuntemus sen sijaan ei merkinnyt suurempaa koettua viestin uskottavuutta tai suurempia vaikutuksia käyttäytymisaikeisiin. Tämä havainto viittaa siihen, että tilanteessa, jossa lähdetiedon puuttuminen on normi, perinteisistä lähteen uskottavuusmerkeistä voi tulla merkityksellisiä viestin arvioinnissa. (Emt. 478.) Tiedon saamiseen tähtäävässä keskustelussa erityisesti vastauksissa oleva argumentaatio on tärkeää siinä mielessä, että siihen perustuu arvio tiedon luotettavuudesta ja myös keskustelun jatkuvuus. Siksi argumentaation tutkimus on keskeinen osa verkkokeskusteluiden tutkimusta. Tähän palaan luvussa 4.8, kun tarkastelen vastausviestejä.

3.1.7 Multimodaaliset viestintäkeinot

Multimodaaliset viestintäkeinot muodostavat merkittävän osan viestinnän merkityksestä (Rezabek & Cochenour 1998: 202). Sanattomat vihjeet, kuten katsekontakti, ilme, äänensävy ja kehonkieli ovat heti läsnä kasvokkaisviestinnässä ja yleensä täynnä relationaalista tietoa (Arendholz 2013: 20). Nämä sanattomat viestintäkeinot tarjoavat myös tärkeitä vihjeitä sanallisten viestien hienovaraisista merkityksistä (Rezabek & Cochenour 1998: 202). Keskustelupalstat koostuvat pääasiassa kirjoitetusta tekstistä (Giles 2016: 485), mutta suurin osa keskustelupalstoista mahdollistaa myös multimodaalisuuden eli erilaisten audiovisuaalisten elementtien, kuten kuvien, grafiikan, äänileikkeiden, videoiden sekä linkkien käytön viesteissä. Siten verbaalista syötettä täydennetään muihin aisteihin perustuvilla ärsykkeillä, joiden avulla vuorovaikutusta keskustelupalstoilla voidaan huomattavasti rikastaa ja laajentaa näin yksilöiden mahdollisuuksia ilmaista itseään. (Arendholz 2017: 132.) Myös omassa aineistossani on käytössä useita multimodaalisia viestintäkeinoja, joita erittelen tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

Viestijät hyödyntävät tietokonevälitteisessä vuorovaikutuksessa viestintäkanavan tarjolla olevia vihjejärjestelmiä, kuten kieliasua, sisältöä, ajoitusta ja erilaisia typografisia elementtejä vahvistaakseen relationaalista viestintää, luodakseen mielikuvia kanssaviestijöistään sekä ilmaistakseen mielialojaan ja tunteitaan (Walther & D’Addario 2001). Näin vältetään myös monitulkintaisuutta (Arendholz 2013: 26).

Prosodia on tärkeä osa puhujan tarkoituksen tulkintaa (Arendholz 2013: 27). Tekstipohjaisessa verkkoviestinnässä tekstitehosteet toimivat ikään kuin tekstin prosodia. *Isoilla kirjaimilla kirjoittamista* voidaan käyttää esimerkiksi korostamiseen ja vahvistaa tai korostaa ilmauksen voimaa tai painoarvoa (Locher 2006: 213). Isoilla kirjaimilla kirjoittaminen voi indikoida myös huutamista, jolloin sitä voidaan pitää osoituksena kärsimättömyydestä, turhautumisesta tai suuttumuksesta (Arendholz 2013: 26–27). Tunteita voidaan osoittaa myös *muuttamalla tekstin kirjasinta, väriä ja/tai kokoa*. Muita tunteiden ilmaisemiseen käytettäviä vihjeitä tekstipohjaisessa verkkoviestinnässä ovat muun muassa tahalliset kirjoitusvirheet (esim. ”eiiiii!”) ja kielipilliset merkit, kuten huuto- ja kysymysmerkit sekä pisteet.

Multimodaalisia viestintäkeinoja voidaan käyttää verkossa muun muassa välittömyyden ilmaisemiseen. Välittömyys on viestinnällistä käytöstä, joka tähtää yksilöiden välisen fyysisen tai psyykkisen välimatkan vähentämiseen. Taustalla on viestijän tavoite kehittää positiivisia suhteita toisiin ihmisiin viestittämällä olevansa lämmin, ystävällinen ja helposti lähestyttävä (O’Sullivan, Hunt & Lippert 2004: 464–465). Kasvokkain viestittäessä välittömyyttä voidaan ilmaista muun muassa eleillä, hymyllä ja katsekontaktilla vuorovaikutuksen aikana (emt. 469). Tekstipohjaisessa verkkoviestinnässä keinoihin kuuluvat kuvien, värien ja piirrosten käyttö sekä tekstin muotoilu erilaisilla fonteilla, lihavoinnilla ja muuttamalla tekstin kokoa ja väriä (emt. 475–477). O’Sullivanin ym. (emt. 475–477) tutkimustulosten mukaan välittömyys vähentää epävarmuutta sekä lisää motivaatiota ja positiivisia asenteita kirjoittajaa kohtaan. Tutkimustulokset tarjoavat siten todisteen siitä, että teknologiavälitteinen välittömyys voi muokata käsityksiä viestijästä.

Yksi keskeinen multimodaalisen viestinnän keino, joka verkkoviestinnässä on käytävissä ovat *tunneikonit (emoticons)*. Tunneikoneita voidaan liittää tekstiin visuaalisiksi vihjeiksi kasvojen ilmeiden, katsekontaktin, eleiden ja asentojen ollessa poissa (Rezabek & Cochenour 1998: 201–202). Tunneikonit ovat typografisia symboleita, jotka sivusuunnassa luettuna kuvaavat tunteita tai tunnetiloja. Esimerkiksi ”:-)” esittää hymyileviä kasvoja ja välittää tunteen esimerkiksi kyseisen tunneikonin käyttäjän tyytyväisyydestä tai iloisuudesta. (Emt. 201.) Jotkut tunneikonit muodostuvat pelkästään näppäimistön symboleista, mutta on olemassa myös

graafisia tunneikoneita eli pieniä kuvia. Suurin osa tunneikoneista jäljittelee kasvojen ilmeitä, mutta ne saattavat esittää myös erilaisia objekteja, esimerkiksi sydäntä tai oluttuoppia. (Dresner & Herring 2010: 249.) Cao ja Ye (2009: 416) jaksavat tutkimuksessaan tunneikonit näppäimistön merkeistä muodostuviin ASCII-symboleihin, staattisiin eli liikkumattomiin valmiisiin kuviin sekä dynaamisiin eli liikkuviin kuviin.

Aiempien tutkimusten mukaan yleisimmin käytettyjä tunneikoneita keskustelupalstoilla (Provine, Spencer & Mandell 2007: 302) ja sähköpostilistoilla (Rezabek & Cochenour 1998: 208–209) ovat hymyilevät kasvot, nauravat kasvot, silmäisku sekä surulliset kasvot. Useimmin esiintyvät tunneikonit ovat todennäköisimmin sellaisia, jotka ymmärretään parhaiten. Erikoisemmat tunneikonit sen sijaan ovat usein monimerkityksisiä ja niitä on vaikeampi tulkita. (Provine ym. 2007: 214.)

Rezabek ja Cochenour (1998: 203) ovat analysoineet tunneikoneiden käyttöä neljällä eri sähköpostilistalla. Kaikkiaan 6,1 % heidän aineistonsa viesteistä sisälsi vähintään yhden tunneikonin. Useampi kuin yksi tunneikoni oli kuitenkin ainoastaan seitsemässä viestissä (839:sta) eikä yhdessäkään viestissä ollut enempää kuin kaksi tunneikonina. (Emt. 204.) Rezabek ja Cochenour (1998: 213) analysoivat tunneikoneiden käyttöä myös Usenet-keskusteluryhmissä. Valitut ryhmät olivat luonteeltaan epämuodollisempia kuin tutkimukseen valitut sähköpostilistat. Usenetistä kerätystä aineistosta, joka sisälsi yhteensä 60 viestiä, yhteensä 25 %:ssa oli käytetty tunneikoneita. Siten Usenet-aineistossa tunneikoneiden käyttö oli yleisempää ja niitä oli lisäksi käytetty monipuolisemmin kuin sähköpostilista-aineistossa. (Emt. 213.)

Dresner ja Herring (2010: 250; 263) erottavat kolme erilaista tapaa, joilla tunneikonit toimivat: tunteiden ilmaisijoina, tunteisiin liittymättömien merkitysten ilmaisijoina sekä puhujan aikeen eli intention osoittimina. Tunneikoneita pidetään yleisesti tunnetilojen ilmaisimina, joiden tarkoituksena on välittää ei-sanallista tietoa, jota kasvokkaisessa viestinnässä välitetään kasvojen ilmeiden ja kehonkielen kautta (emt. 250). Kuitenkin hyvin monen tunneikonin kohdalla voidaan todeta, etteivät ne ilmaise mitään yksittäistä tunnetta tai ylipäätään tunnetta lainkaan. Esimerkiksi silmänisku-tunneikoni ”;-)” tulkitaan tavanomaisesti siten, että kirjoittaja vitsailee. Ihmiset voivat vitsailla niin iloisena kuin surullisenakin, joten tunneikoni ei ole suorassa yhteydessä tunnetilaan. (Emt. 252.)

Dresnerin ja Herringin (2010: 249) mukaan tunneikonit voivat toimia myös puhujan intention eli aikeen osoittimina. Monissa tapauksessa tunneikoneita käytetään tunteiden ilmaisemisen sijaan osoittamaan sitä, millä tavoin kirjoitettu ilmaus olisi tarkoitus tulkita ja mitä kirjoittaja sillä tarkoittaa (emt. 255–256). Tunneikonit voivat tukea kirjoitettua viestintää hyvin samaan tapaan kuin visuaaliset

vihjeet ja kehonkieli verbaalista viestintää. Tunneikonit ovat keino määritellä paremmin tunteita ja tarkoituksia jonkin tietyn lauseen tai ilmauksen suhteen. Vitsi, ovela huomautus tai sutkaus voi esimerkiksi saada peräänsä visuaalisen vihjeen ”;-)” korostaakseen kommentin pilailevaa luonnetta. (Rezabek & Cochenour 1998: 202.) Tunneikonit herättävät mielle yhtymiä leikkisyydestä ja epämuodollisuudesta (Dresner & Herring 2010: 261). Rezabekin ja Cochenourin (1998: 214–15) mukaan tunneikonien käyttöön vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa viestinnän muodollisuuden aste, kommunikoivan ryhmän yhteenkuuluvuus, ikä, sukupuoli, kuvakkeiden kopioinnin vaikeus, aikomusten samankaltaisuus sekä henkilökohtaiset mieltymykset ja kokemukset.

Skovholtin, Grønningin ja Kankaanrannan (2014) tutkimuksen mukaan tunneikoneita käytettiin työsähköposteissa kontekstuaalisina vihjeinä tarjoamaan tietoa siitä, miten ilmaus on tarkoitus tulkita. Tunneikoneita käytettiin työsähköposteissa kolmeen eri tarkoitukseen: positiivisen asenteen ilmaisemiseen, huumorin tai ironian käytön osoittamiseen sekä positiivisten puheaktien (esim. kiitokset, tervehdykset) voimistamiseen tai direktiivien (kasvoja uhkaavien puheaktien) pehmentämiseen (esim. pyynnöt, korjaukset). (Skovholt ym. 2014: 780.)

Derks, Bos ja von Grumbkow (2008: 385) ovat tutkineet tunneikonien roolia viestien tulkinnassa. Heidän mukaansa tunneikonit ovat hyödyllisiä etenkin viestin intensiteetin vahvistamisessa. Esimerkiksi positiivinen viesti, johon on liitetty hymyilevä tunneikoni, arvioidaan positiivisemmaksi kuin sama viesti ilman tunneikoneita. (Emt.) Viestin verbaalisella osalla on merkityksen tulkinnassa kuitenkin enemmän vaikutusta kuin tunneikonilla, eikä tunneikonilla ole voimaa muuttaa verbaalisen viestin merkitystä päinvastaiseksi (emt. 386). Walther ja D'Addario (2001: 341) puolestaan ovat oman tutkimuksensa perusteella sitä mieltä, että tunneikoneilla on vähäisesti vaikutusta viestien tulkintaan eivätkä vaikutukset ole kovin yhtenäisiä tai johdonmukaisia. Useimmissa tapauksissa sanallisten ilmausten merkitys peittää alleen niiden ohessa olevien tunneikoneiden merkityksen (emt). Waltherin ja D'Addarion mukaan tunneikoni voi korkeintaan täydentää sanallisia viestejä, mutta ei muuttaa niiden merkitystä päinvastaiseksi. (Emt. 342.)

Verkkoviestinnässä käytetyt tunneikonit kuten muutkin ilmaisukeinot ovat tarkoituksellisempia ja vapaaehtoisempia verrattuna kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa melko spontaanisti tapahtuviin vastikkeisiinsa. Voidaan siis sanoa, että keskustelupalstalla käyttäjillä on enemmän hallintaa tunteidensa ilmaisussa, mikä johtuu osittain siitä, että viestin vastaanottamisen ja siihen vastaamisen välillä on viive. Ainakin teoreettisesti tämä antaa käyttäjille mahdollisuuden valita sanansa ja tunneikoninsa huolellisesti. (Arendholz 2013: 28.)

3.2 Pragmatiikka verkkoyhteisöjen tarkastelussa

Toisinaan diskurssianalyysia pidetään yläkäsitteenä esimerkiksi pragmatiikalle, puheaktiteorialle, tekstilingvistiikalle ja sisällönanalyysille. *Pragmatiikan* tutkimuksessa keskeistä on merkitys, joka syntyy kielen käytöstä kontekstissa eli merkitys, jonka puhuja tai tekstin lähettäjä on tarkoittanut ja jonka kuuliija tai tekstin vastaanottaja on ymmärtänyt. Faber (2009: 62) korostaa, että kun viestintätapahtuma on onnistunut, nämä kaksi merkitystä vastaavat toisiaan, ja kun ei, ne eroavat enemmän tai vähemmän.

Pragmatiikan tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena on kielenkäyttäjän taito ymmärtää tarkoitettu merkitys eksplisiittisen ilmauksen takana. Sanomatta jääneeseen mutta tarkoitettuun merkitykseen (implikatuuriin) voidaan viitata pragmaattisena merkityksenä. Pragmatiikka on siis kiinnostunut implikatuurista eli ilmausten ei-yhteismitallisesta ja usein kuvaannollisesta kontekstuaalisesta merkityksestä, joka neuvotellaan ja jaetaan tilanteessa mukana olevien osallistujien kesken. (Hoffmann 2017: 6.) Pragmatiikka keskittyy tutkimaan kontekstin vaikutusta viestinnälliseen käyttäytymiseen, kuten myös sitä, kuinka vastaanottaja tekee päätelmiä päätyessään lopulliseen tulkintaan ilmauksesta. Pragmaattinen merkitys voi ulottua kokonaisuun ilmauksiin, yksittäisiin sanoihin tai niiden osiin. (Faber 2009: 62.)

Faber (2009: 62) mainitsee, että *erikoiskielten pragmatiikka* on suoraan yhteydessä tilanteisiin, joissa erikoisalaviestintä tapahtuu ja tapoihin, joilla tekstin lähettäjä ja vastaanottaja käsittelevät niitä. Erikoistuneessa viestinnässä tärkeitä pragmaattisia ulottuvuuksia ovat uskomukset ja odotukset tekstin lähettäjästä, tekstin lähettäjän ja vastaanottajien jakama tietämys, tekstin viestinnälliset tavoitteet, jotka ovat peräisin osallistujien vuorovaikutuksesta sekä tekijät, jotka saavat vastaanottajat tulkitsemaan tekstin tietyllä tavalla. (Emt. 63.)

Hoffmannin ja Bublitzin (2017) toimittamaan *Pragmatics of Social Media* -käsikirjaan on valittu sosiaalisen median pragmatiikan alan keskeisiä ja tärkeitä tutkimusalueita. Teoksessa on omat lukunsa sekä keskustelupalstoista että neuvomisesta verkossa, jotka ovat tämän tutkimuksen kannalta relevantteja ja keskeisiä pragmatiikan osa-alueita, joihin tämä tutkimus myös osaltaan kontribuoi ja tuo lisää tietoa.

3.2.1 Kohteliaisuus ja relationaalinen viestintä

Yksi pragmatiikkaan keskeisesti liittyvä aihe on *kohteliaisuus*. Sosiologi Erving Goffman (1967) kuvailee ihmisten elävän sosiaalisten kohtaamisten maailmassa,

jossa he osallistuvat joko kasvokkaiseen tai välitteiseen vuorovaikutukseen muiden kanssa. Kaikissa näissä kohtaamisissa ihminen tapaa käyttäytyä noudattaen tiettyä *linjaa* eli sanallisten ja sanattomien toimintojen kaavaa, jonka avulla hän ilmaisee näkemystään tilanteesta ja arviotaan sen osallistujista. Goffman (1967: 7) viittaa *kasvojen* käsitteellä positiiviseen sosiaaliseen arvoon, jonka henkilö saa itselleen sen linjan kautta, jonka muut olettavat hänen ottaneen kohtaamisen aikana. Kasvot on kuva itsestä määriteltynä vahvistettujen sosiaalisten piirteiden suhteen. (Emt.)

Henkilö on taipuvainen käyttäytymään kohtaamisten aikana siten, että hän pyrkii säilyttämään sekä omat kasvonsa että muiden osallistujien kasvot (Goffman 1967: 7). Pääsääntöisesti kasvojen ylläpito on vuorovaikutuksen edellytys ja olosuhde, ei sen päämäärä tai tavoite. Tyypillisiin tavoitteisiin, kuten kasvojen saavuttamiseen, uskomusten ilmaisemiseen, tehtävien suorittamiseen tai ongelmien ratkaisemiseen kuitenkin pyritään tavalla, joka ei ole ristiriidassa kasvojen ylläpidon kanssa. Huolimatta siitä ovatko kasvoja suojelevien toimintojen täydet seuraamukset niitä käyttävän henkilön tiedossa, niistä usein tulee tapoja ja vakiintuneita käytäntöjä. Jokaisella henkilöllä, alakulttuurilla ja yhteiskunnalla näyttäisi olevan omat kasvoja suojelevien käytäntöjen valikoimansa. (Emt. 8.)

Kaikilla ihmisillä oletetaan olevan jonkinlaista tietoa ja kokemusta kasvojen suojelemisesta. Länsimaisessa yhteiskunnassa näihin kykyihin viitataan usein sosiaalisina taitoina. Vaihtelu sosiaalisissa taidoissa vaikuttaa enemmänkin kasvotyön tehokkuuteen kuin sen käytön määrään, sillä miltei kaikkia toimintoja, joihin liittyy muita ihmisiä, muokataan kasvot huomioon ottaen. Mikäli henkilö aikoo käyttää kasvoja suojelevia käytänteitä, hänen täytyy ensin olla tulla tietoiseksi niistä tulkinnoista, joita hänen toimensa saattavat saada aikaan muissa. (Goffman 1967: 8.) Henkilöllä on aina kaksi suuntaa kasvojen suojelussa: puolustava (*defensive*) suunta omien kasvojen suojelemiseksi ja suojeleva (*protective*) suunta muiden kasvojen suojelemiseksi. Jotkut käytänteet ovat ensisijaisesti puolustavia ja toiset ensisijaisesti suojelevia, joskin nämä molemmat näkökulmat voivat esiintyä myös samanaikaisesti. Pyrkiessään suojelemaan muiden kasvoja henkilön täytyy valita siihen tapa, joka ei johda hänen omien kasvojensa menetykseen, ja yrittäessään suojella omia kasvojaan, hänen täytyy ottaa huomioon kasvojen uhka, jonka hänen toimintansa voi tuoda mukanaan muille. (Goffman 1967: 9.)

Brownin ja Levinsonin (1987) kohteliaisuusteorian mukaan kielenkäyttäjät yrittävät kompensoida kasvoja uhkaavia tekoja, kuten avunpyyntöjä, käyttämällä erilaisia *kohteliaisuusstrategioita*, joiden tarkoituksena on lievittää kasvoja uhkaavan teon aiheuttamaa sosiaalista taakkaa. *Positiivisissa kohteliaisuusstrategioissa*

huomio vedetään keskustelukumppaniin käyttämällä esimerkiksi puhutteluja, vetoamista tai kohteliaisuuksia. *Negatiivisissa strategioissa* puolestaan pyritään takaamaan keskustelukumppanille liikkumavaraa ja vapautta. (Brown & Levinson 1987.)

Tiedon pyytäminen voidaan luokitella kasvoja uhkaavaksi puheaktiksi. Kasvojen uhkaa voidaan lieventää käyttämällä niin sanottuja kohteliaisuusstrategioita. Näihin kuuluvat esimerkiksi puhuttelut, vetoamiset tai kohteliaisuudet ja toisaalta liikkumavaran ja vapauden tarjoaminen keskustelukumppanille. (Brown & Levinson 1987; Hössjer 2013: 616.) Hössjerin (2013: 614–615) sähköpostiviestejä koskevassa tutkimuksessa käytettiin kohteliaisuusstrategioina anteeksipyyntöjä, epäsuoruutta, me-muotoja sekä tervehdyksiä ja lopetuksia, joilla luotiin välitöntä, lämmintä ja tuttavallista ilmapiiriä sekä rakennettiin avoimia ja hyviä suhteita.

Useimmiten kohteliaisuus riippuu yksittäisten keskustelijoiden arvioinnista yksittäisissä olosuhteissa ja tilanteissa. Kohteliaisuus on myös erittäin kontekstiherkkä ilmiö. Se on myös erittäin joustava ilmiö, kun otetaan huomioon sen pinnalliset ilmentymät lausuntatasolla, minkä vuoksi ei ole olemassa kohteliasta lausumaa sinänsä, vaan vain lausumia, joilla on tietty potentiaali, jonka keskustelukumppanit voivat joko nähdä kohteliaana tai ei. (Arendholz 2013: 54.)

Puhujan näkökulmasta kohteliaisuus on järkevää, koska määrätietoista (kielellistä) käyttäytymistä, jonka tarkoituksena on (ei)tietoisesti ylläpitää sosiaalista järjestystä osoittamalla toisille huomaavaisuutta. Lyhyesti sanottuna kohtelias käytös tarkoittaa toisten vastavuoroista huomioimista onnistuneen vuorovaikutuksen kannalta joko sen hetkisessä tilanteessa tai tulevaisuudessa. Siten osallistujat pyrkivät varsinaisen vuorovaikutustapahtuman ajan yhteiseen (viestinnälliseen) taivoitteeseen. (Arendholz 2013: 83.)

3.2.2 Neuvojen pyytäminen ja neuvominen puheakteina

Tutkimuksessani kiinnostuksen kohteena ovat erityisesti sellaiset viestit, joissa pyydetään neuvoja. *Neuvo* (engl. advice) on Merriam-Websterin verkkosanakirjaa mukaillen puhetapahtuma, joka liittyy tiedon tarjoamiseen, suositusten antamiseen ja toimintaehdotuksiin. Goldsmithin (2004) määritelmän mukaan neuvot ovat toimintaohjeita, mielipiteitä tai toimintaehdotuksia koskien sitä, miten jokin tietty ongelma tulisi ratkaista.

Neuvojen pyytäminen ja neuvominen ovat hyvin yleisiä puheakteja päivittäisessä vuorovaikutuksessa. Niitä yhdistää se, että molemmissa pyydetään jotain toista te-

kemään jotain. (Morrow 2017: 661.) Länsimaisessa kontekstissa neuvojen pyytämistä ja antamista pidetään yleisesti kasvoja uhkaavana (Brown & Levinson 1987). Neuvojen pyytäminen voi uhata myös neuvojen pyytäjän omia kasvoja, sillä se implikoi, että neuvojen pyytäjällä ei ole riittävästi taitoja omien asioidensa hoitamiseksi ilman apua. Neuvojen pyytäminen ja antaminen eroavat toisistaan siten, että kun jollekulle annetaan neuvoja, heitä pyydetään tekemään jotain siksi, että se on heidän omaksi parhaakseen, kun taas neuvojen pyytämisen kohdalla tämä ei useinkaan pidä paikkaansa. (Morrow 2017: 673.)

Koska neuvojen pyytäminen ja antaminen ovat potentiaalisesti kasvoja uhkaavia puheakteja, niitä suoritettaessa on tapana käyttää kasvojen uhkaa lieventäviä strategioita. Siinä, millä tavalla neuvojen pyyntöjä lievennetään, on kuitenkin huomattavaa vaihtelua. (Morrow 2017: 661.) Ihmisten tapa käyttää kieltä riippuu osittain sosiologisista tekijöistä, kuten sukupuolesta, iästä, etnisestä ryhmästä, sosiaalisesta luokasta, kulttuurillisista uskomuksista, normeista ja arvoista, ja nämä tekijät vaikuttavat osaltaan myös siihen, millä tavalla yksilöt pyytävät ja antavat neuvoja. Neuvojen pyytämistä ja antamista koskevan tutkimuksen täytyy siten selittää huolellisesti, kuinka nämä puheaktit suoritetaan kussakin erityisessä kontekstissa, jossa ne tapahtuvat. (Emt. 662.) Vastaanottajan kasvojen uhkaamisen riski voi kohota, mikäli kielellisiä keinoja käytetään väärin tai taitamattomasti. Pyynnön muotoileminen toimivalla tavalla vaatii siten neuvojen pyytäjältä sekä pragmalingvististä että sosiopragmaattista asiantuntemusta, jotta vuorovaikutus olisi onnistunut ja samalla hän voisi välttää, vähentää tai pehmentää kuulijaan kohdistuvia ei-toivottuja vaikutuksia. (Flores-Salgado & Castineira-Benitez 2018: 82.)

3.2.3 Neuvojen pyytämisen muotoilu keskustelupalstoilla

Neuvojen pyytäminen on yleinen toiminto, joka muodossa tai toisessa on mukana myös suuressa osassa verkossa tapahtuvaa sosiaalista vuorovaikutusta (Kouper 2010: 1). Keskustelupalstojen osallistujat ovat useimmiten toisilleen suhteellisen tuntemattomia. Avun pyytäminen tuntemattomilta on riskialtis sosiaalinen toiminto: toisaalta avun pyytäjä tuo esiin oman tietämättömyytensä, jota voidaan pitää heikkoutena, ja toisaalta avun pyytäjä aiheuttaa taakan potentiaaliselle avun tarjoajalle, sillä avun antaminen vaatii aikaa ja vaivaa. (Steehouder 2002: 496–497.)

Vastaanottaja voi pyytää neuvoja suoraan tai epäsuorasti (Ruble 2011: 401). Arendholz (2013: 154) havaitsi aineistostaan neljä erilaista tapaa pyytää neuvoja: *ongelman kertominen* ilman keskustelukumppaneille eksplisiittisesti suunnattuja kysymyslauseita, *kysymyslauseet*, joilla ongelma tiivistetään pyytämättä kuiten-

kaan eksplisiittisesti neuvoja (esim. “Mitä hän mahtoi tarkoittaa sillä?”), *eksplisiittinen neuvojen pyytäminen* keskustelukumppaneilta sekä muut tavat, joihin kuuluivat direktiivit, ekspressiivit sekä representatiivit. Flores-Salgado ja Castineira-Benitez (2018: 83) luokittelivat tutkimuksessaan pyynnöt kolmeen eri suoruuden asteeseen: suoriin, tavanomaisesti epäsuoriin (conventionally indirect) ja epätavanomaisesti epäsuoriin (non-conventionally indirect) (alun perin ko. luokittelun on laatinut Blum-Kulka [1989]). *Suoria pyyntöjä* luonnehtivat imperatiivien, performatiivien (”määrään sinut/kiellän sinua...”), velvoittamisen (”sinun pitää/täytyy...”), toiveiden (”haluan...”) ja täytymisen (”minun täytyy...”) käyttö. *Konventionaalisesti epäsuoria pyyntöjä* puolestaan luonnehtii sellaisten muotojen käyttö, jotka vähentävät pyyntöjen määräilevyyttä ja tungettelevuutta. Epätavanomaisesti epäsuoria pyyntöjä luonnehtii vihjeiden käyttö, joiden avulla kuulija saadaan tietoiseksi puhujan tarkoitusperistä. (Emt. 84.)

Kysymyksen voi muotoilla *epäsuoraksi* monella tavalla. Voidaan viitata jonkin mahdollisuuteen, kun todellisuudessa halutaan saada neuvoja, miten tehdä ko. asia (esim. ”Onko mahdollista piilottaa IP-osoite, kun on netissä...”). Voidaan myös kysyä, tietääkö joku ratkaisun, kun halutaan todellisuudessa tietää vastaus (”tietääkö kukaan, miten...”). (Locher 2006: 497.) Kysymystä voidaan myös lieventää esimerkiksi ”onkohan” -tyyppisillä rakenteilla tai muotoilla neuvojen pyyntö kysymyksen sijaan toteamukseksi (esim. ”kiinnostaisi tietää, onko...”) (Emt. 233–234).

Flores-Salgadon ja Castineira-Benitezin (2018: 84) tutkimuksen tulosten mukaan käyttäjät suosivat konventionaalista epäsuoruutta neuvoja pyytäessään. Tulokset viittaavat siihen, että kohteliaisuusstrategioissa painotetaan enemmän *negatiivisia* eli itsenäisyyttä ja riippumattomuutta korostavia kohteliaisuusstrategioita kuin *positiivisia* eli osallisuutta korostavia strategioita (emt. 90). Sosiaalinen välimatka, sosiaalinen valta sekä pyynnön aiheuttamat kasvoihin kohdistuvat ”kustannukset” vaikuttavat siihen, valitaanko suora vai epäsuora pyyntöstrategia. Suoria pyyntöjä suositaan silloin, kun pyynnön kasvoille koituvat kustannukset ovat alhaiset, eli että se ei edusta isoa vaivaa kuulijalle, sosiaalinen välimatka on lyhyt, tai pyytäjällä on paljon valtaa kuulijaan nähden. (Emt. 85.)

Steehouderin (2002: 496) tutkimuksen mukaan tärkein kohteliaisuusstrategia tekniikka-aiheisten keskustelujen avausviesteissä oli kasvojen uhkan lieventäminen, vähättely tai huomiotta jättäminen. Yhtenä keinona tähän oli suoran, eksplisiittisen avunpyynnön käytön välttäminen, minkä sijaan ainoastaan kysyttiin kysymys tai kuvailtiin ongelma. Toinen tapa lieventää kasvojen uhkaa oli muotoilla kysymys epäsuoraksi. Myös tämä antaa muille osallistujille vapauden jättää

pyyntö huomiotta. (Emt. 496–497.) Myös huumoria voidaan käyttää kohteliaisuusstrategiana. Huumorin käyttöä käsitellään alaluvussa 3.2.5.

3.2.4 Neuvojen antaminen

Neuvojen antamista, samoin kuin neuvojen pyytämistäkin, voidaan pitää kasvoja uhkaavana puheaktina, sillä se haastaa vastaanottajan identiteetin osaavana ja itsenäisenä sosiaalisena toimijana (Goldsmith & MacGeorge 2000: 235). Neuvojen antaja tarjoaa mielipiteen siitä, miten jokin tietty ongelma tulisi ratkaista ja samalla vihjaa, että ehdotettu toimintatapa olisi hyödyllinen neuvojen tarvitsijalle (Locher & Hoffmann 2006: 92; Locher 2006: 3). Neuvovia tekstejä luonnehtii yleisesti se, että kirjoittajat olettavat vastaanottajien tiedoissa olevan puutteita, mitä teksti pyrkii paikkaamaan (Hutchby 1995: 221). Tähän liittyy myös valta. Neuvomisen määritelmään liittyy, että neuvojat joko pitävät itseään tarpeeksi tietävinä antamaan neuvoja tai että neuvojen vastaanottajat pitävät heitä uskottavina ja luotettavina tiedon lähteinä (DeCapua & Dunham 1993: 519).

Kulttuureissa, joissa neuvomista pidetään kasvoja uhkaavana, joihin myös suomalainen kulttuuri lukeutuu, neuvojen lieventäminen (*mitigation*) on yleistä. Kasvoja suojaavassa *relationalisessa työssä* (*relational work*) neuvojen antaja pyrkii jollain tavalla selittämään sitä tosiasiaa, että hän on neuvoessaan suorittamassa kasvoja uhkaavan teon. (Locher 2006: 52.) Lieventäminen voi tapahtua esimerkiksi käyttämällä huumoria, empatiaa tai sanastollisia lievennyskeinoja kuten ”ehkä” tai ”mahdollisesti”. Neuvojen antaminen ei kuitenkaan välttämättä aina edellytä lieventämistä, sillä joissain konteksteissa, kuten usein esimerkiksi ammattikielissä kontekstissa, lieventämättömän imperatiivin käyttö voi olla sopivampaa kuin epäsuora tai lievennetty versio samasta sisällöstä. Relationaalisen työn sopiva taso neuvomisen yhteydessä riippuu muun muassa keskustelijoiden läheisyydestä sekä neuvojen kiireellisyydestä tai hienostuneisuudesta. (Locher & Hoffmann 2006: 71.)

Neuvot voivat olla pyydettyjä tai ei-pyydettyjä (Ruble 2011: 415). Keskustelupalstoilla ne ovat tyypillisesti pyydettyjä. DeCapuan ja Huberin (1995) mukaan ei-pyydettyissä neuvoissa neuvoja olettaa omaavansa auktoriteetin, kun taas pyydettyissä neuvoissa neuvottava myöntää auktoriteetin neuvojalle. Kysyjät, jotka kääntyvät esimerkiksi neuvonta- tai keskustelupalstojen puoleen pyytääkseen neuvoja siten olettavat, että heidän lähestymillään asiantuntijoilla on riittävästi tietoa tai kompetenssia heidän neuvomiseensa (Locher & Hoffmann 2006: 73).

Kouper (2010: 6–7) jaottelee neuvot suorutensa perusteella neljään luokkaan, joiden pohjana on Hinkelin (1997) jaottelu. Luokat kuvauksineen ovat seuraavat:

1. Suora neuvo
 - Viesti sisältää imperatiivimuotoja tai modaaliapuverbin "pitäisi".
2. Varauksellinen (*hedged*) neuvo
 - Viesti sisältää eksplisiittisiä varauksia, lievennyskeinoja, ilmauksia kuten "luulen", "näyttäisi siltä, että" tai kysymyksiä, kuten "pitäisikö" "etkö ole" tai muita modaaliverbejä kuin "pitäisi".
3. Epäsuora neuvo
 - Viestissä, ei ole eksplisiittistä tai varauksellista neuvoa, mutta kuitenkin riittävästi tietoa, jotta sen pohjalta voidaan toimia.
4. Henkilökohtaisen kokemuksen kuvaus
 - Viestissä ei ole eksplisiittistä, varauksellista neuvoa tai epäsuoraa neuvoa, mutta siinä selostetaan, kuinka kirjoittaja on toiminut itse samanlaisessa tilanteessa, jonka neuvojen pyytäjä on kuvannut. (Kouper 2010: 7.)

Suora neuvominen on Kouperin (2010: 16) mukaan yleisintä suoraviivaisissa tilanteissa, joihin on saatavilla suhteellisen yksinkertainen ratkaisu ja jotka sisältävät vain vähän kasvojen uhkaa. Tämä on linjassa Brownin ja Levinsonin (1987) kuvaamien kohteliaisuusstrategioiden kanssa. Kasvoja uhkaavan teon suorittaminen ilman hyvitystä tapahtuu usein tilanteissa, jotka ovat todella kiireellisiä, tehokkuuden vuoksi tai kun kuulijan kasvoihin kohdistuva uhka on hyvin vähäinen. Verkkoviestinnän anonymiteetti sekä matala osallistumiskynnys voivat myös myötävaikuttaa suorien neuvojen yleisyyteen. (Kouper 2010: 16.) Kirjoittamiseen perustuvissa lähteissä, kuten neuvontapalstoilla, on havaittu preferenssi imperatiiveihin sekä imperatiiveihin konditionaalien ("pitäisi") kanssa. DeCapua ja Huber (1995: 126) selittävät ilmiötä sillä, että tilanteissa, joissa avoimesti tunnustetaan ero statuksessa tai asiantuntijuudessa, neuvojen antajat voivat olla suurempia ja eksplisiittisempiä. Tämä voi johtua siitä, että auktoriteetin rooli on jo selkeästi määritelty, eikä neuvojan asema auktoriteettina ole kyseenalainen (emt.).

Varauksellisuus (*hedging*) tähtää kasvoja uhkaavan teon lieventämiseen (Locher 2006: 121). *Varauksellisissa neuvoissa* voidaan esimerkiksi käyttää ilmauksia, kuten "luulen, että...", "mielestäni sinun pitäisi..." tai "voisi". Neuvoissa saatetaan myös painottaa, että kirjoittajaa kertoivat vain mielipiteensä tai että kyseinen neuvo saattaa olla vain yksi monista mahdollisuuksista ratkaista asia. (Kouper 2010: 14.) Varauksellisuus saattaa "pehmentää" negatiivisen ilmauksen vaikutusta. Lieventämisellä neuvoja myöntää, että neuvot ovat mahdollisesti kasvoja

uhkaavia, sillä neuvoja kertoo neuvottavalle, mitä tämän pitäisi tehdä. (Locher 2006: 121.)

Tilanteissa, jotka ovat arkaluontoisia tai monimutkaisia, saatetaan suosia *henkilökohtaisten kokemusten kuvaamisen* strategiaa. Henkilökohtaisen esimerkin kautta neuvojen antajat vahvistavat auktoriteettiaan ja silti samalla välttävät vastuuta ja siirtävät neuvojen antamisen toimijuuden, sillä he eivät eksplisiittisesti kerro neuvojen pyytäjälle mitä tämän pitäisi tehdä. (Kouper 2010: 16.) Neuvoilla on useita sosiolingvistisiä funktioita, kuten yhteisymmärryksen vahvistaminen, sympatian osoittaminen, informaation tarjoaminen ja seurauksista varoittaminen. Henkilökohtaisten kokemusten jakaminen on myös neuvojen antamisen tärkeä muoto. Arkaluontoisempien asioiden kohdalla neuvojen tarjoaja saattaa oikeuttaa väitteensä omalla henkilökohtaisella kokemuksellaan. Tällainen kokemuksen tuoma auktoriteettiasema sallii neuvojen antajan olla hyvin suora olematta kuitenkaan liian uhkaava. (Emt. 17.) Henkilökohtaisia kokemuksia voidaan jakaa myös tilanteissa, joihin ei ole yksiselitteistä tai yksinkertaista vastausta, ja jotka vaihtelevat suuressa määrin ja vaativat yksityiskohtaista tietoa, jota voi olla vain henkilöllä, joka on käynyt läpi samanlaisia kokemuksia (emt. 13).

Kääntä ja Lehtinen (2016) ovat tutkineet *kokemuspuheen* (*experience talk*) käyttöä asynkronisissa digitaalisissa oppimiskeskusteluissa. Kokemuspuheella tarkoitetaan vuoroja, joissa osallistuja kertoo tai viittaa siihen, mitä hän on henkilökohtaisesti kokenut. Kokemuksista voidaan kertoa monella eri tavoin – kertoa laajoja tarinoita, viitata minimaalisesti kokemukseensa tai kaikkea tältä väliltä. Kokemuspuheella on useita eri funktioita vuorovaikutuksessa: sitä voidaan käyttää itsestä kertomiseen ja identiteetin rakentamiseen, kokemusten jakamiseen sekä argumentoinnin tukena. (Emt.) Kokemuspuheen käyttö on yhdistetty myös asiantuntijuuden osoittamiseen. Shanahanin (2010) tutkimuksen mukaan henkilökohtaisia kokemuksia käytetään *henkilökohtaisen asiantuntijuuden* tukemiseen, kun taas tieteellistä tietoa ja koulutusta käytetään *ammattillisen asiantuntijuuden* tukemiseen.

Arminen (2004) on tutkinut kokemusten jakamista Anonymien Alkoholistien vertaistyhmissä ja havainnut heidän käyttävän henkilökohtaisten tarinoiden kertomista osoittaakseen, että ovat ”samassa veneessä”. Giles ja Newbold (2013) ovat mielenterveyteen liittyviä keskustelupalstoja tutkiessaan havainneet, että omien kokemusten jakaminen sosiaalisen tuen tarkoituksessa on tehokas strategia, sillä henkilökohtaiset kokemukset vastaanotettiin paremmin kuin suorat neuvot muilta osallistujilta.

Yhtenä kohteliaisuuden keinona neuvomisessa voidaan käyttää myös *empatian osoittamista*. Psykologisesta näkökulmasta tarkasteltuna empatiaa voidaan kuvata kognitiiviseksi tietoisuudeksi ja ymmärrykseksi toisen ihmisen tunteita ja mielialoja kohtaan (Jessner 1996: 89). Locher ja Hoffmann (2006: 93) luokittelivat tutkimuksessaan kommentit empaattisiksi, kun niissä osoitettiin tietoisuutta neuvojen pyytäjän erityisestä (emotionaalisesta) tilanteesta. Locher (2006: 120) luokitteli ilmaukset empaattisiksi myös, jos niissä rauhoiteltiin tai tyydynneltiin neuvojen pyytäjää.

Koska neuvojen antaminen voi realisoitua monien eri syntaktisten muotojen, kuten deklarativien (väitelauseiden), imperatiivien (käskylauseiden) tai interrogaatiivilauseiden (kysymyslauseiden) kautta, neuvojen analysoiminen vaatii kvalitatiivista analyysia, sillä neuvoja ei voida tunnistaa pelkästään niiden syntaktisen pintatason perusteella (Locher & Hoffmann 2006: 83; 86).

3.2.5 Huumorin käyttö

Huumori on tärkeä osa verkkoyhteisöjä. Se perustuu yhteisiin merkityksiin, ja viittaamalla yhteiseen tietoon se voi vahvistaa yhteistä pohjaa, jolle ryhmä rakentuu. (Baym 1995.) Käyn tässä luvussa ensin läpi huumorin taustalla olevia teorioita, jotka selittävät, mitä huumori on ja mistä se syntyy. Kun huumoria käytetään viestintätilanteessa, sillä on monia viestinnällisiä funktioita koskien huumoria käyttävää yksilöä tai ryhmää, johon hän kuuluu. Erilaiset huumorin tyypit edustavat konkreettisempaa muotoa, jossa huumori esiintyy. Ilmauksen humoristisesta tarkoituksesta voidaan vihjata vastaanottajalle viestinnällisten vihjeiden kautta, jotka edustavat kaikkein konkreettisinta ja näkyvintä huumorin tasoa viestinnässä ja joiden kautta huumorin käyttö voidaan tunnistaa tekstuaalisella tasolla.

Yleisesti hyväksytyt pääteoriat huumorista voidaan jakaa kolmeen ryhmään: inkongruenssi- eli yhteensopimattomuusteoriat, ylemmyysteoriat sekä huojoennusteoriat (Attardo 1994: 46–47). *Inkongruenssiteoriassa* huumori perustuu kahden ajatuksen yhteensopimattomuuteen (emt. 48). Huvittavuus johtuu yllättävistä ja odottamattomista elementeistä tai tunteista (Shelley 2003: 352; Perks 2012: 120). *Ylemmyysteoriassa*, jota kutsutaan myös aggressio- tai vihamielisyysteoriaksi, huvittavuus nousee kohonneesta oman arvontunteesta. Naurun aiheuttaa tunne paremmuudesta tai ylemmyydestä toiseen verrattuna tai riemu toisen epäonnesta. (Attardo 1994: 49–50; Shelley 2003: 352.) Aggressiivista huumoria voidaan kutsua myös eksklusiiviseksi eli pois sulkevaksi huumoriksi, sillä se sulkee ulos huumorin kohteen (Attardo 1994: 50). *Huojoennusteoriassa* huvitus tulee patoutuneen

tunteen purkautumisesta. Huumori vapauttaa jännitystä ja hermostunutta energiaa ponnistelun, jännityksen tai kuormituksen jälkeen ja vapauttaa myös estoista, konventioista ja säännöistä. (Attardo 1994: 50; Perks 2012: 120.)

Huumorin käytöllä on monia erilaisia viestinnällisiä funktioita. Huumori voidaan jakaa funktiona perusteella *vahvistavaan* (*reinforcing*) ja *haastavaan* (*subversive*) huumoriin. **Vahvistava huumori** ylläpitää ja vahvistaa vallitsevaa tilannetta. Se jakautuu huumoriin, joka vahvistaa olemassa olevia solidaarisuussuhteita ja huumoriin, joka vahvistaa olemassa olevia valtasuhteita. Molemmat tyypit ylläpitävät vallalla olevaa tilannetta tai ryhmän normeja. (Holmes & Marra 2002: 66; 71.) Huumori, joka ylläpitää solidaarisuutta, korostaa ystävällisiä suhteita osallistujien välillä (emt.). Yksilötasolla huumorin oikeanlainen käyttö on tärkeää ryhmään sosiaalistumisessa uudessa ympäristössä (Schnurr & Mak 2009: 140). Huumori auttaa potentiaalisia uusia jäseniä rakentamaan yhteisymmärrystä ryhmän kanssa ja saamaan hyväksyntää (Robinson & Smith-Lovin 2001: 141–142).

Huumori voi auttaa yksilöä nostamaan omaa statustaan ja saamaan huomiota ja suosiota. Onnistuneen vitsin esittäjä osoittaa nokkeluutta ja saavuttaa mainetta ja vaikutusvaltaa yleisössään. Huumori vaatii ylimääräistä prosessointia ja siksi sen tuottaminen ja ymmärtäminen viittaavat älykkyyteen. (Attardo 1994: 324; Bauman 1975: 305.) Siten vitsailu välittää kuvaa puhujan älykkyydestä, persoonasta ja hyvántahtoisuudesta, mikä puolestaan vaikuttaa yleisön vastaanottavuuteen viestiä kohtaan (Hübler & Bell 2003: 293). Etenkin itsensä kustannuksella vitsailu osoittaa hyvántahtoisuutta (Hübler & Bell 2003: 281; Attardo 1994: 324–235). Aiemman tutkimuksen mukaan tietokonevälitteisessä viestintätilanteessa osallistujat arvoivat huumoria käyttävät keskustelukumppanit miellyttävämmiksi ja vastasivat heille kohteliaammin ja ystävällisemmin. Tulos koskee ainoastaan niin sanottua ”viatonta” huumoria, joka ei ilmaise aggressiivisia tai pilkallisia merkityksiä. (Morkes, Kernal & Nass 1999: 403; 419.)

Huumori voi myös suojella kasvoja ja toimia strategiana negatiivisen tai kriittisen viestin välittämisessä hyväksyttävämmässä muodossa (Holcomb 1997: 4). Asioita, jotka ovat mahdollisesti liian uhkaavia käsiteltäviksi avoimesti, voidaan käsitellä huumorin avulla. Humoristisen moodin kiistettävyys antaa puhujalle mahdollisuuden kiistää vastuunsa siitä, mitä hän on sanonut väittämällä, että hän ainoastaan vitsailee. (Attardo 1994: 325–327.)

Ryhmätasolla huumori pohjautuu yhteisiin merkityksiin, ja viittaamalla jaettuun tietoon tai yhteiseen jaettuun taustaan se voi vahvistaa yhteistä pohjaa, jolle ryhmä rakentuu. Nauramalla samalle vitsille yksilöt voivat samaistua toisiinsa ja jakaa yhteisen mieltymyksen. (Baym 1995; Hübler & Bell 2003: 281; Attardo 1994: 324–235.) Vitsit voivat toimia myös epämuodollisina sosiaalisen kontrollin keinoina

vahvistamalla vallitsevia konventiota ja sosiaalisia normeja sekä nolaamalla yksilöt, jotka rikkovat niitä. Vitsailu voi siten toimia osana rajojen määrittelyä ja luoda pohjaa viestinnällisille säännöille. (Attardo 1994: 323; Holcomb 1997: 9.)

Haastava huumori haastaa ja horjuttaa vallalla olevaa tilannetta. Sen kohteena voi olla yksilö, ryhmä tai yhteiskunta laajemmin. Kun kohteena on yksilö, haastava huumori voi heikentää yksilön valtaa tai statusta ryhmässä. Huumori voi myös eristää yksilöitä osoittamalla, miten he eivät sovi ryhmään tai sopeudu ryhmän normeihin. (Holmes & Marra 2002: 72.) Ryhmää kohtaan suunnattu huumori puolestaan haastaa tai kritisoi ryhmässä vallitsevia arvoja, asenteita tai tavoitteita. Yhteiskunnallisella tasolla huumori voi kyseenalaistaa yhteisön ideologian ja usein myös laajempia institutionaalisia ja yhteiskunnallisia arvoja. (Emt. 73–74.)

Huumorin avulla ihmiset voidaan jakaa hierarkkisesti eriytyneisiin ryhmiin. Nauraminen jollekin, jolle toinen ei naura, viitaa siihen, että keskustelun osallistujat kuuluvat kahteen eri ryhmään. Aggressiivisessa huumorissa toinen ihminen on huumorin kohteena, mikä normaalisti mielletään loukkaavaksi. Siinä mustamaalataan toisia oman statuksen nostamiseksi ryhmässä. (Attardo 1994: 323; Holcomb 1997: 4.) Huumori voi toimia myös toisia ryhmiä vastaan saamalla ne näyttämään naurettavilta. Tämän tyyppinen huumori toisaalta vahvistaa hallitsevan ryhmän keskinäistä solidaarisuutta ja koheesiota, mutta toisaalta se tekee sen toisen ryhmän ulossulkemisen kustannuksella. (Holcomb 1997: 14; Robinson & Smith-Lovin 2001: 141–142.)

3.2.5.1 Huumorin tyypit ja signaalit

Erilaiset huumorin tyypit edustavat konkreettisempaa muotoa, jossa huumori esiintyy. Ilmauksen humoristisesta tarkoituksesta voidaan vihjata vastaanottajalle viestinnällisten vihjeiden kautta, jotka edustavat kaikkein konkreettisinta ja näkyvintä huumorin tasoa viestinnässä ja joiden kautta huumorin käyttö voidaan tunnistaa tekstuaalisella tasolla. Spontaanit vitsit (*conversational jokes*) ovat humoristisia ilmauksia, usein nokkelia, improvisoituja kommentteja, jotka tapahtuvat keskustelun aikana. Ne tyypillisesti kommentoivat keskusteluympäristöä itseään, ja siksi ne ovat myös vahvasti sidoksissa kontekstiin. (Attardo 1994: 321; Holcomb 1997: 4.) Myös kuvaannollista kielenkäyttöä, jolla voidaan välittää useita merkityksiä yhdellä ilmauksella, voidaan käyttää huumorina. Voidaan erottaa kahdeksan erilaista ei-kirjaimellisen kielenkäytön tyyppiä: idiomi, metafora (implisiittinen vertaus), vertaus (eksplisiittinen), ironia, vähättely, hyperbola (liioittelu), retorinen kysymys ja epäsuora pyyntö. (Roberts & Kreuz 1994: 159.) Aiempi tutkimus osoittaa, että puhujat voivat käyttää idiomeja, vertauksia, hyperbolaa ja ironiaa ollakseen humoristisia (emt. 162).

Idiomissa ilmauksen merkitys ei ole saavutettavissa kirjaimellisen tulkinnan kautta (Roberts & Kreuz 1994: 159). *Metaforat* ja *vertaukset* perustuvat yhteisiin ominaisuuksiin ja samankaltaisuuteen kahden asian välillä. *Ironia* puolestaan perustuu erilaisuuteen tai kontrastiin. (Giora, Federman, Kehat, Fein & Sabah 2005: 24.) Ironiassa puhujan tarkoittama merkitys on jotain muuta kuin mitä kirjaimellisesti sanotaan ja mitä yleensä yhdistetään kyseiseen ilmaukseen (Hancock 2004: 447–448). Gibbs (2000: 12–13) luokittelee neljä erilaista ironian tyyppiä, jotka ovat sarkasmi, vähättely, hyperbola ja retoriset kysymykset. *Sarkasmissa* puhuja tarkoittaa juuri päinvastaista kuin sanoo välittääkseen negatiivista asennetta, *vähättelyssä* puhuja ilmaisee vähemmän kuin on todellinen asianlaita, *hyperbolassa* puhuja liioittelee tilannetta ja *retorisissa kysymyksissä* puhuja näennäisesti kysyy kysymyksen ilmaistakseen asennetta, mutta ei odota siihen vastausta. (Gibbs 2000: 12–13.) *Satiiri* viittaa huumorin, ironian, liioittelun tai ivan ja pilkan käyttöön, joka paljastaa ja kritisoi ihmisten tyhmyyttä tai paheita, erityisesti politiikkaan ja muihin ajankohtaisiin aiheisiin liittyen (Oxford Learner's Dictionaries 2021).

Puhuja voi viestiä ironisesta tarkoituksestaan käyttämällä joukkoa viestinnällisiä vihjeitä, jotka voidaan jakaa paralingvistisiin, kontekstuaalisiin ja verbaalisiin eli sanallisiin vihjeisiin. *Paralingvistisiin vihjeisiin* kuuluvat muun muassa äänensävy ja kasvojen ilmeet. *Kontekstuaalisiin vihjeisiin* kuuluvat esimerkiksi epäjohdonmukaisuudet ilmauksen ja sen tilanteen välillä, jossa se on ilmaistu. *Verbaalisiin vihjeisiin* kuuluvat adverbit ja adjektiivit, jotka vahvistavat ilmaukset arvioivaa tarkoitusta. (Hancock 2004: 448–449.) Burgers, van Mulken ja Schellens (2013: 46) jakavat ironian käytöstä vihjaavat ilmaukset neljään kategoriaan. Ensimmäiseen kategoriaan kuuluvat erilaiset *kielikuvat*, esimerkiksi hyperbola ja retoriset kysymykset. Toiseen kategoriaan kuuluvat *skemaattiset merkit/tunnukset*, kuten toisto ja rekisterin vaihtaminen, kolmanteen *morfosyntaktiset vihjeet*, kuten huudahdukset ja liitekysymykset ja neljänteen *typografiset vihjeet*, kuten kysymysmerkit ja tunneikonit. (Emt. 46.) Myös *kotekstuaaliset vihjeet*, jotka esiintyvät ironisen ilmauksen tekstuaalisessa ympäristössä, voivat vihjata vastaanottajalle, että tulossa on ironinen ilmaus. Aiemmat ironiset ilmaukset ja kielikuvat voivat toimia kotekstuaalisina vihjeinä. Ilmapiiiriin tai tunnelmaan liittyviä vihjeitä ovat muun muassa rekisterin vaihto ja kyynisyys. (Emt. 63.)

3.2.5.2 Huumorin erityispiirteet verkkoyhteisöissä

Leikkimielinen käytös ja vitsailu ovat tärkeitä piirteitä yhteisöissä, sillä ne luovat välitöntä tunnelmaa ja tukevat toisiin jäseniin tutustumista (Heinonen 2008: 152). Huumori on tärkeää myös verkkoyhteisöissä (Baym 1995). Tutkimusten mukaan

sähköisessä viestinnässä on mukana merkittävä määrä leikkimielisyyttä ja huumoria (Morkes ym. 1999: 402). Verkko-yhteisöt perustuvat usein yhteiseen kiinnostuksen kohteeseen, mikä lisää yhteisymmärrystä ja auttaa ymmärtämään huumoria (Hübler & Bell 2003: 279). Huumori viittaa usein yhteiseen tietoon, joka voi liittyä verkko-yhteisön aiheeseen tai ryhmän aiempiin keskusteluihin. Myös huumorin kohde ja sen tavoitteet usein nousevat keskustelun aiheesta, kuten myös ryhmäidentiteetti ja yhteishengen tunnekin. (Baym 1995.)

Monet ei-verbaaliset vihjeet, jotka usein yhdistetään nauramiseen, kuten hymyily, käten taputus ja äänensävy, puuttuvat tekstipohjaisesta viestinnästä. Tietokonevälitteisiin huumorin käytöstä kertoviin vihjeisiin kuuluvat esimerkiksi lyhenteet, välimerkit, tunneikonit ja vokalisaatio. (Hübler & Bell 2003: 279–280.) Verkko-yhteisöjen huumori eroaa puhutusta diskurssista myös spontaaniutensa suhteen, siellä huumorin ymmärtämiseen ja ilmaisemiseen on enemmän aikaa. Huumoria voidaan helposti pitkittää ja kehittää. Keskustelupalstoilla viestit tallentuvat näkyviin, joten humoristisia viestejä voidaan seurata viikkojen tai jopa kuukausien ajan. (Emt. 279.)

Osallistujien ei tarvitse olla yhtä aikaa läsnä spontaanin huumorin kollektiivisen kehittämisen ja laajentamisen mahdollistamiseksi (Hübler & Bell 2003: 279). Naurua voidaan osoittaa tekstuaalisesti esimerkiksi hymiöillä tai lyhenteillä. Huumorin tunnistamista ja ymmärtämistä voidaan osoittaa myös laajentamalla aiempaa vitsiä omalla humoristisella diskurssilla. (Emt. 280.) Huumoriin reagoidaan tuottamalla itse lisää huumoria ja ylläpitämällä näin humoristista kehystä. Etenkin ironia houkuttelee usein yleisöä liittymään huumorin tuottamiseen jatkamalla ironisen sävyn käyttöä. (Emt. 61.)

Aiemman tutkimuksen perusteella on näyttöä siitä, että ironiaa ja sarkasmia käytetään useammin tietokonevälitteisessä kuin kasvokkaiseen viestintään perustavassa ympäristössä. Ilmiölle on kaksi selitystä. Ironia on riskialtis kielen muoto, ja puhujat voivat olla vähemmän huolissaan vastaanottajien edessä antamastaan sosiaalisesta vaikutelmasta, jos he eivät odota tapaavansa heitä kasvokkain tulevaisuudessa. Toisen selityksen mukaan ironiaa voidaan käyttää korvaavana strategiana ei-verbaalisten vihjeiden puuttuessa, joita normaalisti käytetään ilmaisemaan relationaalista informaatiota. (Hancock 2004: 458–459.)

Ironian ja vitsien välinen ero voi olla esimerkiksi siinä, että vitsit ovat genre, jonka voi usein tunnistaa jopa vakiintuneesta rakenteesta, kun taas ironian tunnistaminen ja tulkinta riippuvat selvemmin kontekstista. Ironia onkin hyvä esimerkki siitä, miten tilanteisia säännöt voivat olla. Jonkin puheen tai tekstin tulkitseminen ironiseksi edellyttää usein jopa läheistä suhdetta ironisen jutun kertojaan. (Pietikäinen ym. 2019.)

4 ANALYYSI TIEDON RAKENTUMISESTA VIESTIKETJUISSA

Tässä luvussa raportoin tutkimusaineistolle suorittamani analyysin tuloksista. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten tiedon pyytäminen ja saaminen erikoisalaan liittyvästä aiheesta toimivat internetin keskustelupalstoilla. Tavoitteen selvittämiseksi tarkastelin, millä tavoin tieto rakentuu keskustelupalstan viestiketjuissa, joiden avausviestin tavoitteena on tiedon saaminen. Tavoite jakautui neljään tutkimuskysymykseen: (1) Millaisilla viesteillä tietoa pyritään saamaan keskustelupalstalla, (2) Millaisilla viesteillä saadaan eniten vastauksia, (3) Millaisia tiedon saamiseen tähtäävien viestien vastausviestit ovat ja (4) Millainen yhteys keskustelupalstan avoimuudella ja anonyymillä osallistumismahdollisuudella on viestien piirteisiin.

Tutkimus jakautui kolmeen vaiheeseen. Ensimmäisessä tutkimusvaiheessa luokittelin ensin avausviestit sisällönanalyysia käyttäen eri keskusteluteemoihin ja -aiheisiin jakautumisen mukaan. Seuraavaksi luokittelin avausviestit niiden tavoitteen mukaan. Tarkastelin myös vastausten määrää ja jakautumista sekä sitä, minkä tyyppiset ja mihin aiheisiin liittyvät avausviestit olivat herättäneet eniten keskustelua. Tarkastellakseni olivatko havaitut erot tilastollisesti merkitseviä, suoritin aineistolle tilastollisen analyysin käyttäen R-ohjelmaa. Havaittujen erojen tilastollisen merkitsevyyden analyysin avulla voidaan osoittaa, etteivät havainnot ole satunnaisia. Tilastollisen analyysin suorittaminen ja sen tulokset avaavat myös polkuja määrällisempään jatkotutkimukseen, jota on mahdollista suorittaa laajemmilla aineistoilla. Tulokset tästä vaiheesta käyn läpi alaluvuissa 4.1. ja 4.2. Avausviestien otsikoiden tarkastelun erittelen luvussa 4.3.

Toisessa vaiheessa olivat mukana ainoastaan ne viestiketjut, joiden avausviestin tavoitteena oli tiedon saaminen eli joissa suorasti tai epäsuorasti pyydettiin tietoa. Analysoin avausviestien rakenneosia. Tarkastelin myös viesteissä käytettäviä ilmaisukeinoja, kuten multimodaalisia viestintäkeinoja, huumoria ja kohteliaisuutta. Tämän vaiheen tuloksia käyn läpi alaluvuissa 4.4–4.7.

Kolmannessa vaiheessa tarkastelin viestiketjuja kokonaisuudessaan eli myös vastausviestejä. Vastausviestien analyysissa käytin pienempää satunnaisotosta aineistosta (40 viestiketjua, yhteensä 764 vastausta). Jaottelin vastausviestit ensin sen perusteella, oliko niiden kirjoittaja sama vai eri kuin avausviestin kirjoittaja. Tarkastelin, millä tavoin avausviestin kirjoittaja osallistui itse myöhemmin viestiketjuun. Sen jälkeen analysoin tarkemmin viestejä, jotka oli kirjoittanut joku muu kuin avausviestin kirjoittaja itse. Tarkastelin aluksi vastausviestien relevanssia

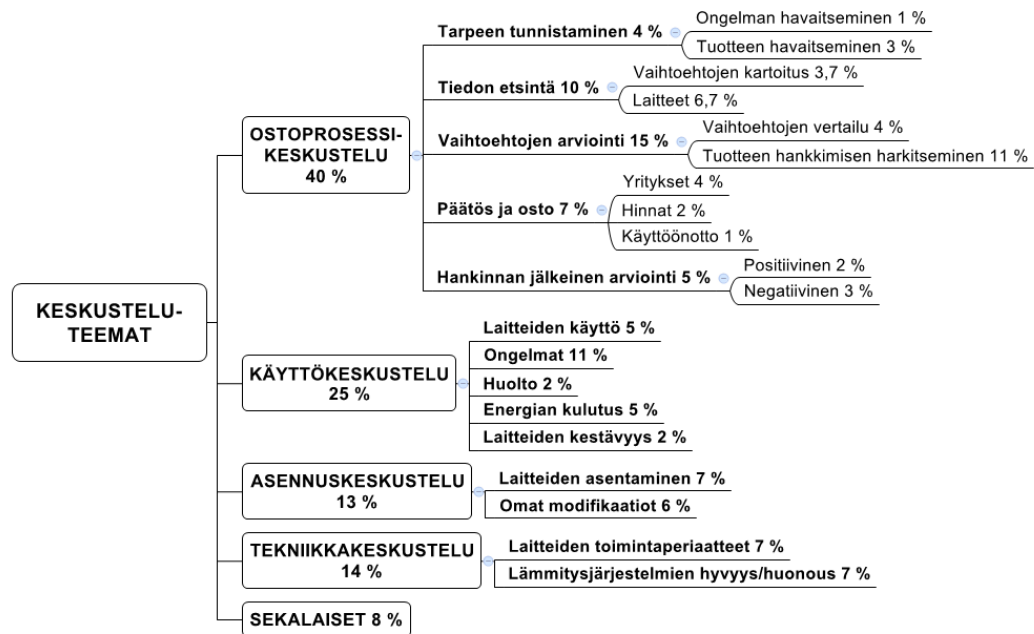
suhteessa avausviestiin. Relevantit viestit luokittelin edelleen niiden tyyppin ja suuruuden perustella. Lopuksi tarkastelin vielä, minkälaista argumentaatiota vastausviesteissä käytettiin. Kolmannen vaiheen tulokset käyn läpi alaluvussa 4.8.

4.1 Avausviestien keskusteluteemat

Seuraavassa käyn läpi sitä, millaisiin keskusteluteemoihin aineiston avausviestit jakautuivat Lampopumpput.info- ja Suomi24-keskustelupalstoilla ja millainen yhteys keskusteluteemoilla oli viestiketjujen pituuksiin. Tämän selvittämiseksi luokittelin aineiston avausviestit (N=300) sisällönanalyysia käyttäen sen perusteella, miten ne jakautuvat erilaisiin keskustelunaiheisiin. Avausviestien teemoittelun pohjana hyödynsin ostoprosessin vaihejakoa (Kotler 1997; 2000), jota käytin luokituksen runkona ostoprosessiin liittyvän keskustelun osalta. Ostoprosessiin liittyviä luokkia olivat *ongelman tunnistaminen*, *tiedon etsintä*, *vaihtoehtojen arviointi*, *ostopäätös* ja *hankinnan jälkeinen arviointi* (ks. Kotler 2000: 192–197).

Niille viesteille, jotka eivät liittyneet ostoprosessikeskusteluun, muodostin aineistolähtöiset luokat. Hyysalon ym. (2013: 38; 45) tutkimien lämpöpumppuaiheisten yhteisöjen keskusteluteemoja olivat laitteiden mitoituksen, ostamisen ja erilaisten mallien vertailun lisäksi laitteiden ylläpito ja ongelmanratkaisu, lämmitykseen liittyvän datan seuranta ja esittäminen, lämpöpumppujen teoreettiset toimintaperiaatteet, osien vaihtaminen, laitteiden modifiointi, sekä lämpöpumppuihin energiamuotona liittyvät ajankohtaiset asiat ja huolenaiheet. (Emt. 39; 45.) Omasta aineistostani nousivat omina selkeinä kokonaisuuksinaan esiin tuotteiden käyttövaiheeseen liittyvät keskustelut, tuotteiden asennukseen ja modifiointiin liittyvät keskustelut sekä yleinen keskustelu tekniikasta ja laitteiden toimintaperiaatteista. Lisäksi aineistosta löytyi joukko erilaisia muita keskustelunaiheita, jotka eivät muodostaneet yhtenäistä ryhmää. Nämä luokittelin ryhmään ”sekalaiset”.

Olen koonnut kuvioon 10 aineiston avausviestien pääteemat ja niiden alateemat sekä niiden esiintymisen prosentuaaliset osuudet aineistossa. Lukuihin on laskettu molempien palstojen viestit.



Kuvio 10. Avausviestien keskusteluteemat ja niiden esiintyminen aineistossa

Jaottelin viestit viiteen pääteemaan: *ostoprosessi-*, *käyttö-*, *asennus-* ja *tekniikka-* keskusteluun sekä *sekalaisiin*. Ostoprosessikeskustelun viestit liittyvät laitteiden ja järjestelmien ostoprosessiin ja sen eri vaiheisiin. Asennuskeskustelu liittyy laitteiden asennukseen ja se jakaantuu tavanomaiseen asennukseen sekä omiin modifikaatioihin ja virityksiin. Käyttökeskustelu taas liittyy laitteiden käyttövaiheeseen eli siihen, miten laitetta käytetään, huolletaan ja laitteiden käyttöön liittyviin ongelmiin. Tekniikkakeskustelu on keskustelua tekniikoista yleisellä (teoreettisella) tasolla, ja se jakaantuu objektiivisempaan keskusteluun laitteiden toimintaperiaatteista sekä subjektiivisempaan keskusteluun eri (lämmitys)tekniikoiden hyvydestä tai huonoudesta, jossa kirjoittajan mielipiteet ovat vahvasti mukana. Sekalaiset-luokassa ovat aiheet, joista oli vain muutama viesti ja joita ei selkeästi voinut luokitella muihin ryhmiin kuuluviksi. (Salmela 2013b.)¹¹

4.1.1 Keskusteluteemojen esittely

Tässä alaluvussa käyn läpi eri keskusteluteemat kuvauksineen ja luokitteluperusteineen aineistosta poimittujen esimerkkien avulla. Olen alleviivannut esimerkeistä keskusteluteemojen tunnistamisen kannalta keskeiset kohdat.

¹¹ Viestien keskusteluteemoja on käsitelty myös aiemmassa artikkelissani (Salmela 2013b).

Tarpeen tunnistaminen jakautuu sisäiseen ja ulkoiseen vaikutteeseen (Kotler 2000: 192–193). Käytän nimitystä *ongelman tunnistaminen* tarpeen tunnistamisesta, jossa jokin kuluttajan sisäinen tarve, toisin sanoen hänen havaitsemansa ongelma, käynnistää ostoprosessin. *Tuotteiden havaitsemisella* puolestaan viitataan ulkoisen havainnon aiheuttamaan tarpeen tunnistamiseen, joka käynnistää kulutustarpeen. Esimerkin 1 viestissä, jonka olen luokitellut tuotteiden havaitsemiseksi, kirjoittaja kertoo lehtimainoksessa havaitsemastaan uudesta laitemallista.

- (1) Jämä on alkanut mainostamaan tuota Moon 10-mallia paikallisessa lehdistössä. Onko kenelläkään vielä kokemuksia, tai havaintoa hinnasta (Kaukoran sivuilla oleva hinnasto ei tuota tunne).
 Linkki: [url]
 Speksien valossa tuo näyttäisi aika näppärältä, 10kW teho, 3-vaihesähkö ja lämmönvaihdin ulkoyksikössä, eli ei välttämättä tarvita mitään ylimääräistä sisälle. (LP¹²: Jämä Moon 10) ¹³

Tiedon etsintä jakautui käsillä olevaan ongelmaan liittyvään sekä jatkuvaan tiedonhakuun. Käytän ensin mainitusta nimitystä *vaihtoehtojen kartoitus*, jossa kuluttaja kartoittaa omaan tilanteeseensa soveltuvia erilaisia vaihtoehtoja. Esimerkissä 2 kirjoittaja kartoittaa vaihtoehtoja kuvaamalla oman tilanteensa ja pyytämällä ehdotuksia lukijoilta.

- (2) Mikähän lämmitys ois parahin/talodellisin, kun meinaan rakentaa 180m² kivitalon isohkon järvenselän rantaan, tontille tulee myös rantasauna+autotalli. Oisko maalämmöstä apua näihin kolmeen rakennukseen (putket järveen?)? (S24: Mikä lämmitysmuoto?)

Jatkuvaan tiedonhakuun viitataan nimityksellä *laitteet* (esimerkki 3), sillä keskustelu liittyy markkinoilla oleviin laitteisiin, joista halutaan pysyä ajan tasalla ja keskustella niiden ominaisuuksista. Tähän kategoriaan olen luokitellut viestit, joissa esiintyy jokin tietty laite (merkki ja/tai malli mainittu viestissä). Viestistä ei kuitenkaan käy suoraan ilmi, että kirjoittaja olisi hankkimassa kyseistä laitetta itselleen.¹⁴

- (3) Menin Rautiaan ostamaan NEO9 pumppua ja kaupat tehtiin, mutta sieltä tulikin lopulta tuollainen QE09MKE pumppu.

¹² Viitataan jatkossa Lampomput.info-palstalta kerättyyn aineistoon lyhenteellä LP ja Suomi24-palstalta kerättyyn aineistoon lyhenteellä S24.

¹³ Esimerkkien viestit ovat alkuperäisessä kirjoitusasussaan.

¹⁴ Analyysissa on erotettu toisistaan viestin sisältö sekä kirjoittajan oma tilanne, joista jälkimmäistä ei välttämättä pysty suoraan päättämään viestistä.

Google ei tunnu tietävän tuosta oikein mitään. Mikähän malli tämä tällainen on? Joku uusi tulokas vai ihan jonnekin muualle tarkoitettu myyntiin?

Yhden ruotsinkielisen pdf esitteen löysin.

Tässä linkki siihen tiedostoon. [linkki/url] (LP: Panasonic QE9)

Vaihtoehtojen arviointi jakautui *vaihtoehtojen vertailuun*, jossa kirjoittajalla on ainakin kaksi vaihtoehtoa, joita hän vertailee keskenään, ja *tuotteen hankkimisen harkitsemiseen*, jossa kirjoittaja on päätenyt johonkin tiettyyn vaihtoehtoon, jonka hankkimista harkitsee. Esimerkin 4 viestissä kirjoittaja toteaa vertaileensa eri merkkejä ja lopulta päätyneensä tiettyyn malliin, jonka ostamista nyt harkitsee, mutta ei ole vielä tehnyt päätöstä.

- (4) Vertailtuani eri merkkejä on Panasonic CE9-JKE noussut vahvaksi vaihtoehtoksi lähinnä edullisuuden (asennettuna n. 1500€) ja "siron" sisäyksikön ansiosta.

Pumpun pakkasominaisuudet vaan mietityttävät; joissain esitteissä lukee alin toimintalämpötila -15C. Eikö pumpu tosiaan tuota lämpöä alhaisemmissa lämpötiloissa? Tämä on tärkeä ominaisuus pumpua valitessani, koska suorasähkö lämmitteisessä asunnossa kovilla pakkasilla (-15...-25) pumpun tuottamasta lisälämmöstä olisi hyötyä (LP: Panasonic CE9 Nordic (CE9-JKE) toiminta kovalla pakkasella)

Ostopäätös-teemaan kuuluvat viestit jakautuivat *yrietykset, hinnat ja käyttöönotto*-keskustelunaiheisiin. Ostopäätöksen tekovaiheeseen kuuluu muun muassa ostopaikan valinta (Lauraéus-Niinivaara 2010: 4). *Yrietykset*-aiheessa keskustellaan yrityksistä, jotka tarjoavat aiheeseen liittyviä tuotteita ja palveluita eli laitteita asennuksineen. Esimerkissä 5 kirjoittaja on jo tehnyt päätöksen maalämmön valinnasta lämmitysmuodoksi ja kaipaa nyt lukijoiden tukea järjestelmän toimittajan valinnassa. Kirjoittajalla on jo mielessä tietty yritys, jonka palveluiden käyttöä hän harkitsee, mutta hän haluaa vielä vahvistusta päätökselleen pyytämällä muiden henkilökohtaisia kokemuksia kyseisen yrityksen palveluista.

- (5) Moi!

Olemme harkitsemassa maalämpösystemin ottamista yritykseltä X¹⁵ paikkakunnalta Y. Onko kenelläkään kokemuksia miten asennukset sun muut pelasivat? Kertokaa sekä positiiviset että negatiiviset kommentit ja myös se, millainen systeemi teille tuli. (S24: yritys X/paikkakunta Y)

Hinnat-aiheiset viestit käsittelivät lämmityslaitteiden ja -järjestelmien hintoja. *Tuotteen käyttöönotto* -aihe käsittelee vaihetta, jossa kirjoittaja tuo tiedoksi muille palstan käyttäjille tekemänsä ostopäätöksen. Esimerkissä 6 kirjoittaja toteaa, että

¹⁵ Olen anonymisoinut aineiston korvaamalla nimet ja nimimerkit erilaisilla viittauksilla (esim. "vastaaja 1"). Olen anonymisoinut myös viittaukset esimerkiksi yrityksiin korvaamalla ne esimerkiksi viittauksilla "yritys X" ja "paikkakunta Y", etenkin jos kyseessä on ollut pieni yritys ja viesti voisi helposti olla yhdistettävissä johonkin yksityishenkilöön.

on perheineen siirtynyt maalämpöön, mutta ei suoraan esitä mitään kysymyksiä tai pyydä kommentteja lukijoilta.

- (6) Saa nähdä miten menee, öljypannua tuskin tulee ikävä. (S24: 11.11.11 alkoi meidän perheen maalämpöily)

Ostoa seuraa hyödykkeen käyttö, ja oston jälkeen kuluttaja myös *muodostaa mielipiteen tuotteesta* eli on *tyytyväinen* tai *tyytymätön* siihen (Kotler 2000: 100–101). Viestit, joissa käsiteltiin *hankinnan jälkeistä arviointia*, jakautuivat *positiivisiin* ja *negatiivisiin* arvioihin. Esimerkin 7 viestissä kyseessä on negatiivinen arviointi, sillä kirjoittaja toteaa, ettei ole ollut tyytyväinen ostamaansa laitteeseen eikä myyjän toimintaan. Hän perustelee mielipidettään kuvailemalla ongelmia, joita hänellä on ollut laitteen ja myyjän kanssa.

- (7) Onko toiminut pumppu hyvin? Entä yhteistyö myyjän kanssa?
Meillä ei.
 Talvella kone jäätyy sivuilta ja kennot vääntyy sekä putket meinaa rikoontua.
 Kesä kuumalla pumppu ei käynnisty. Eli jos haluat kesällä käydä suihkussa, mentävä varaajasta laittamaan vastuksia kovemmalle. Asentaja ehdotti, että istuttaisimme puun tai pensaan pumppua varjostamaan. !) Lisäksi hän sanoi, että se on laitteen ominaisuus.
 Myyjän mielestä olemme käyttäneet laitetta väärin eikä hän siitä sen enempää suostu keskustelemaan. (S24: Tuote X:n vilpin ostaneita Yritys Y:lta)

Esimerkkeinä *käyttökeskustelusta* ovat viestit 8 ja 9, joista ensimmäinen liittyy normaaliin laitteen käyttöön ja jälkimmäinen puolestaan käytössä ilmenneisiin ongelmiin (laite ei vastaa kauko-ohjaimeen).

- (8) Kohta taas ilmat viilenee. Kiinnostaisi tietää, miten lämmitätte ilmalämpöpumpulla. Talon huoneistoala n 120 m2 alakerrassa. Lattialämmitys sähköllä. Riittääkö pelkkä pumppu vai pidättekö samalla lattialämmitystä päällä. Pelkällä yö-sähköllä vai koko vuorokauden. Onko kokemusta kustannustehokkuudesta. Täällä rakennus rakennettu vuoden 2004 normien mukaisesti eristeiltään. (S24: Ilmalämpöpumpusta)
- (9) Hei, tuli hankittua tuollainen ilmalämpöpumppu. Nyt muutama päivä asennuksen jälkeen laite menee jotenkin jumiin eikä vastaa enää kaukosäätimestä annettuihin komentoihin, esim. tuuletus nopeus ja suunnan muutos - mitään ei tapahdu. Tila muuttuu kaukosäätimessä, mutta laite ei reagoi. On/Off painike toimii.
 Reset auttaa ongelmaan, mutta eipä tuota viitsisi joka välissä olla tekemässä. Kellokin tuolloin nollaantuu. :(Onko muilla vastaavaa ongelmaa? (S24: Mitsubishi FD25 ei vastaa kauko-ohjaimeen)

Asennuskeskustelun *normaaliasennukseen* liittyvät viestit käsittelivät laitteiden asentamista niiden valmistajan tarkoittamalla tavalla, kun taas *laitteiden modifiointiin* liittyvät viestit käsittelivät laitteiden muokkausta ja asentamista siten, että niitä käytetään eri tavalla kuin valmistaja on alun perin tarkoittanut. Esimerkissä 10 aiheena on laitteiden modifiointi. Viestistä käy ilmi, että kirjoittaja aikoo käyttää ostamaansa laitetta lämmitykseen, vaikka se on alun perin suunniteltu tilojen viilennykseen.

- (10) Löysin saksasta Ebayn huutokaupasta dantherm ilmastointikoneen. Uusi ,danforssin kompuralla, kahdella puhaltimella.Kylmä aineena R134A.
Tarkoitettu varmaan teknisten tilojen viilennykseen? Joutuu itse soveltamaan.
tarkoitus laittaa taloon ilmanvaihto koneeksi (poisto ja tulo).
Laitetta kontrolloi PiC 16C73a prossu ja kyljessä on Rs232 portti.
Ongelmana kontrollerin uudelleen koodaaminen,jotta soveltuis lämmön talteen ottoon.
Nythän laite on suunniteltu tilojen viilennykseen eikä lämmön tuottoon/ talteen ottoon. (LP: PILP 300 eurolla! TEE-ITSE MIEHELLE!)

Tekniikkakeskusteluun kuului neutraalimpaa teoreettisen tason pohdintaa ja kysymyksiä *laitteiden toimintaperiaatteista* sekä vahvasti mielipiteisiin pohjautuvaa keskustelua *tekniikoiden hyvydestä ja huonoudesta*. Jälkimmäisissä keskusteluissa nousevat selkeästi esiin esimerkiksi maalämmön kannattajat ja vastustajat. Esimerkin 11 viesti on tyypillinen esimerkki lämmitysjärjestelmien hyvyys- ja huonouskeskustelusta. Kirjoittaja perustelee siinä maalämmön huonoutta maalämmön kalleudella ja väittämällä, että sen myynti on romahtanut.

- (11) Taitaa tulla lama sillä maalämpöpumppujen myynti on romahtanut. Uusia töitä on siirretty ja siirretään hamaan tulevaisuuteen. Maailmantalouden myrskyt vaikuttaa jo täälläkin ja rahat laitetaan mieluummin sukanvarteen kuin kalliiksi tulevaan maalämpöjärjestelmään. Onhan tosi asia miksi porata kallita reikiä maahan kun ei siitä mitään hyötyä ole. Mieluummin sillä rahoilla ostaa perheelle leipää kuin hankkii itsensä velkaorjuuteen. (S24: Hyytyy maalämpöpumppujen myynti..)

Sekalaista-ryhmään kuuluvia aiheita olivat muun muassa uudet ideat ja keksinnöt, laitteiden varastointi ja hävitys, verotus, uutiset ja ympäristöstä tehdyt havainnot. Laskin esimerkkien 12 ja 13 viestit kuuluviksi sekalaista-ryhmään.

- (12) meillä oleva mitsun ilppi tuottaa paljon vettä (on kuulema hyvän hyötysuhteen osoitus). päätettiin perheen kanssa rakentaa iglu kondenssivedestä syntyvistä jääkuutioista. kanttinen laatikko vaan ulko-yksikön alle ja odottelemaan pakkasia.
olisi mukava kuulla muita sovellutuksia! (S24: tulisi pian pakkaset!)

- (13) Huomasin iltakävelyllä että olivat poraamassa maalämpökaivoja naapuriston kerrostaloille. En tiedä montako asuntoa yhtiössä on, voi olla yli 20, mutta kysyin montako kaivoa poraavat. Kuulemma seitsemän. Sama firma joka teki meille maalämmön muutama vuosi sitten. Ei saa mainostaa joten jääköön nimi piiloon. (S24: Kerrostalon maalämpö)

Esimerkissä 12 kirjoittaja kertoo omasta ideastaan, jossa hän hyödyntää kondenssivedestä syntyviä jääkuutioita iglun rakentamiseen. Esimerkissä 13 kirjoittaja puolestaan kertoo iltakävelyllä naapurustossa havaitsemastaan maalämpökaivojen porauksesta.

4.1.2 Keskusteluteemojen esiintyminen aineistossa

Koko aineiston viesteistä ostoprosessikeskusteluun kuului 40 % ja käyttökeskusteluun neljäsosa viesteistä. Asennus- ja tekniikkakeskustelu olivat suunnilleen yhtä yleisiä (13 % ja 14 %) ja ryhmään sekalaiset kuului 8 % viesteistä. Yleisin aihe teema ostoprosessikeskustelussa oli vaihtoehtojen arviointi (15 %) ja seuraavaksi yleisin tiedon etsintä (10 %). Käyttökeskustelussa yleisimpänä keskustelunaiheena olivat erilaiset ongelmat (11 %). (Salmela 2013b, ks. kuvio 10.)

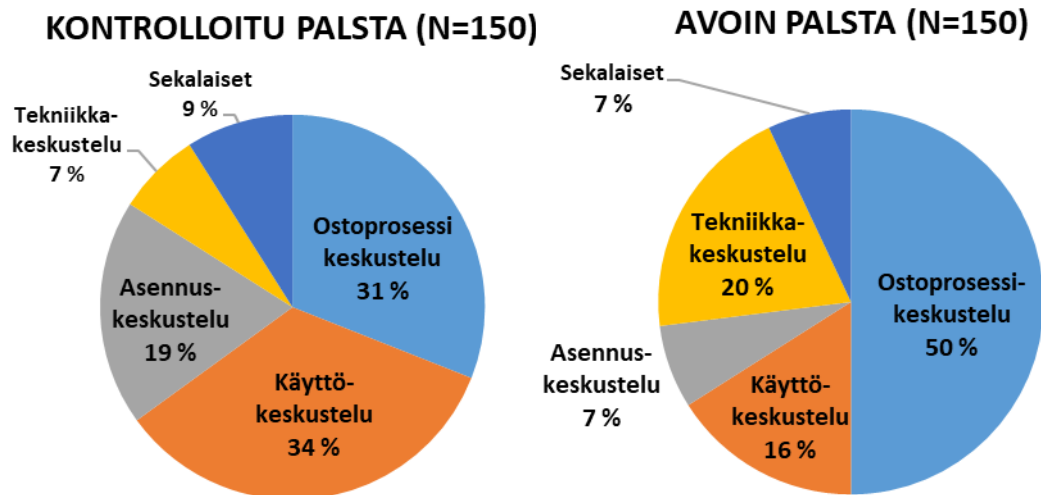
Tarkastellakseni ovatko havaitut erot tilastollisesti merkitseviä¹⁶ suoritin aineistolle keskusteluteemojen frekvensseille χ^2 -yhteensopivuustestin (khiin neliö - testi), joka soveltuu parhaiten luokitteluasteikollisten muuttujien tarkasteluun. (Luojoala 2006: 131.) Vertailin keskenään viittä pääteemaa (*ostoprosessikeskustelu*, *asennuskeskustelu*, *käyttökeskustelu*, *tekniikkakeskustelu* ja *sekalaiset*). Suoritin pääteemojen frekvensseille (122, 39, 74, 42, 23) χ^2 -yhteensopivuustestin, jonka perusteella keskusteluteemojen yleisyyden väliset erot ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä (102.9, $p < 0.001$).¹⁷

¹⁶ Tilastollinen merkitsevyys tarkoittaa tilastotieteessä sitä, että on epätodennäköistä, että tulos olisi sattumaa. Otoksessa on perusjoukkoon verrattuna aina jonkin verran sattuman aiheuttamaa heilahtelua, joten otoksissa havaittu ero esimerkiksi keskiarvossa ei sellaisenaan todista mitään ennen kuin se on todettu tilastollisesti merkitseväksi.

¹⁷ P-arvo kertoo, miten todennäköinen havainto on sillä oletuksella, että perusjoukoissa ei ole eroa. Aineistossa havaittu ero katsotaan usein tilastollisesti merkitseväksi, kun sen todennäköisyys esiintyä sattumalta on pienempi kuin 0,05 (5 %). Yleisesti käytettyjä merkitsevyystasoja ovat $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$) on tilastollisesti melkein merkitsevä, $< 0,01$ ($\alpha = 1\%$) on tilastollisesti merkitsevä ja $< 0,001$ ($\alpha = 0,1\%$) on tilastollisesti erittäin merkitsevä. (Holopainen & Pulkkinen 1999: 91.)

4.1.3 Keskustelupalstan avoimuuden yhteys keskusteluteemoihin

Selvittääkseni sitä, millainen yhteys keskustelupalstan avoimuudella on avausviestien keskusteluteemoihin, vertailin keskenään kahta erityyppistä palstaa, kontrolloitua (Lampopumput.info) ja avointa (Suomi24.fi) keskusteluteemojen jakautumisen osalta. Vertailin ensin sitä, miten avausviestien pääteemat esiintyivät kontrolloidulla ja avoimella palstalla (kuvio 11).



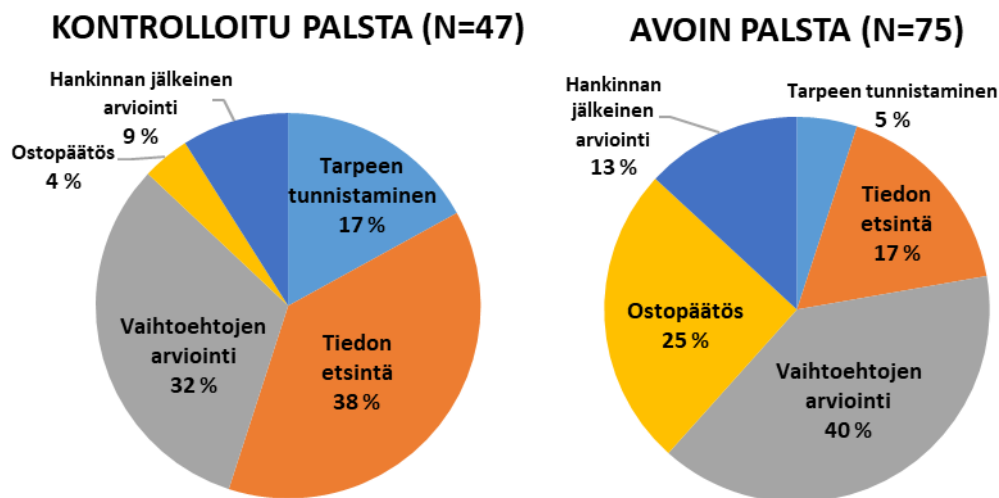
Kuvio 11. Avausviestien keskusteluteemat kahdella eri palstalla

Suurimmat erot palstojen välillä olivat ostoprosessikeskustelun, käyttökeskustelun, asennuskeskustelun ja yleisen tekniikkakeskustelun yleisyydessä. Avoimella palstalla ostoprosessikeskustelu (50 %) ja yleinen tekniikkakeskustelu (20 %) olivat selvästi yleisempiä kuin kontrolloidulla palstalla (31 % ja 7 %). Kontrolloidulla palstalla sen sijaan käyttökeskustelu (34 %) ja asennuskeskustelu (19 %) olivat selvästi yleisempiä teemoja kuin avoimella palstalla (16 % ja 7 %). Nämä erot ovat myös tilastollisesti merkitseviä (34.733^{***} , $p < 0.001$), mikä kävi ilmi suoritettuani pääteemojen frekvensseille eli niiden esiintymistaajuuksille kahden populaation χ^2 -riippumattomuustestin (ks. Luojola 2006: 149–150). Olen luokitellut molemmat otokset keskusteluteeman mukaan ja järjestänyt havainnot taulukkoon 5, jonka sarakkeina ovat otokset (kontrolloitu ja avoin palsta) ja riveinä muuttujan saamat arvot eli kuhunkin eri keskusteluteemaan kuuluvien avausviestien lukumäärät aineisossa (ks. emt.).

Taulukko 5. Pääluokkien frekvenssit eri palstoilla

Keskusteluteema	Kontrol-loitu palsta	%	Avoin palsta	%	Yhteensä	%
<i>Ostoprosessikeskustelu</i>	47	31	75	50	122	41
<i>Käyttökeskustelu</i>	50	34	24	16	74	25
<i>Asennuskeskustelu</i>	29	19	10	7	39	13
<i>Tekniikkakeskustelu</i>	11	7	31	20	42	14
<i>Sekalaiset</i>	13	9	10	7	23	8
Yhteensä	150	100	150	100	300	100

Keskusteluteemojen yleisyyden välillä voidaan siten todeta olevan eroja verrattaessa kahta eri palstaa keskenään. Kuviossa 12 olen tarkastellut lähemmin sitä, miten viestiketjujen avausviestit jakautuivat ostoprosessin eri vaiheisiin liittyvään keskusteluun kahdella eri palstalla.

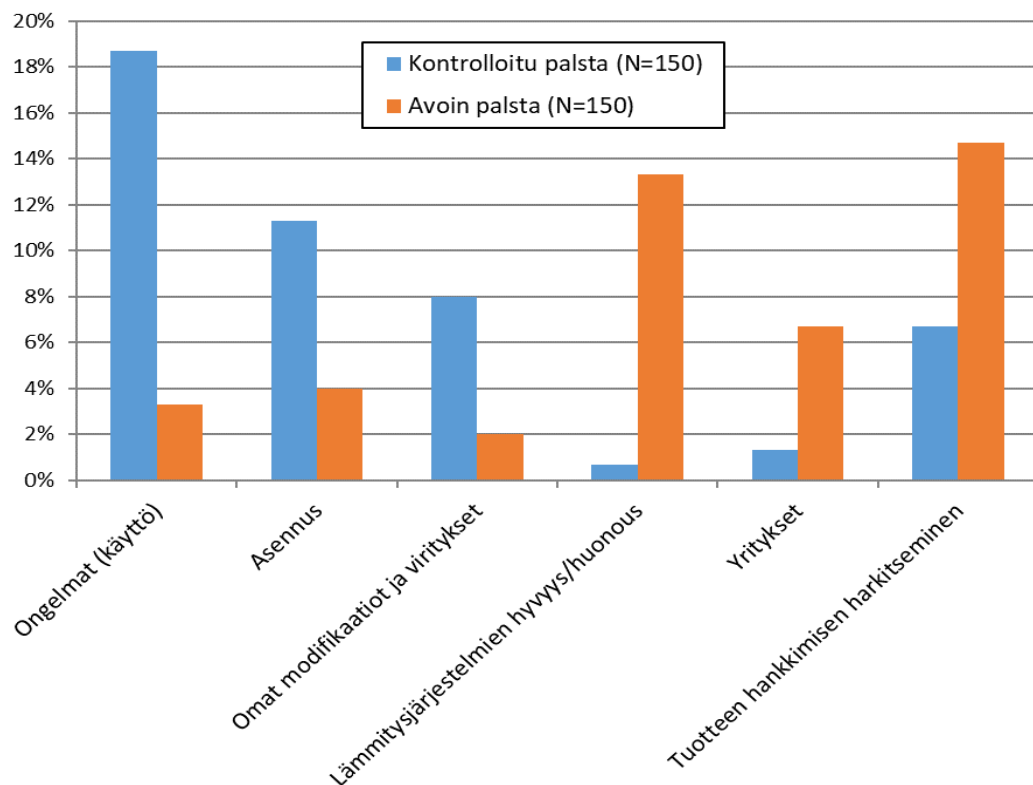
**Kuvio 12.** Ostoprosessikeskustelun aiheiden jakautuminen tutkituilla palstoilla

Tarpeen tunnistamiseen liittyvät viestit olivat yleisempiä kontrolloidulla (17 %) kuin avoimella palstalla (5 %). Päätökseen ja oston liittyvät viestit sen sijaan olivat yleisempiä avoimella (25 %) kuin kontrolloidulla palstalla (4 %). χ^2 -riippumattomuustestin mukaan ero on tilastollisesti merkitsevä (17.419***, $p < 0.005$). Taulukkoon 6 on koottu ostoprosessikeskustelun eri vaiheisiin kuuluvien viestien frekvenssit.

Taulukko 6. Ostoprosessikeskustelun aiheiden frekvenssit eri palstoilla

Keskusteluteema	Kontrolloitu palsta	%	Avoin palsta	%	Yhteensä	%
<i>Tarpeen tunnistaminen</i>	8	17	4	5	12	10
<i>Tiedon etsintä</i>	18	38	13	17	31	25
<i>Vaihtoehtojen arviointi</i>	15	32	29	40	44	36
<i>Päätös ja osto</i>	2	4	19	25	21	17
<i>Hankinnan jälkeinen arviointi</i>	4	9	10	13	14	12
Yhteensä	47	100	75	100	122	100

Kuvioon 13 olen koonnut vain ne aiheet, joissa kahden eri palstan välillä esiintyi selkeitä eroavaisuuksia avausviestien määrissä.

**Kuvio 13.** Palstojen väliset erot keskustelunaiheissa

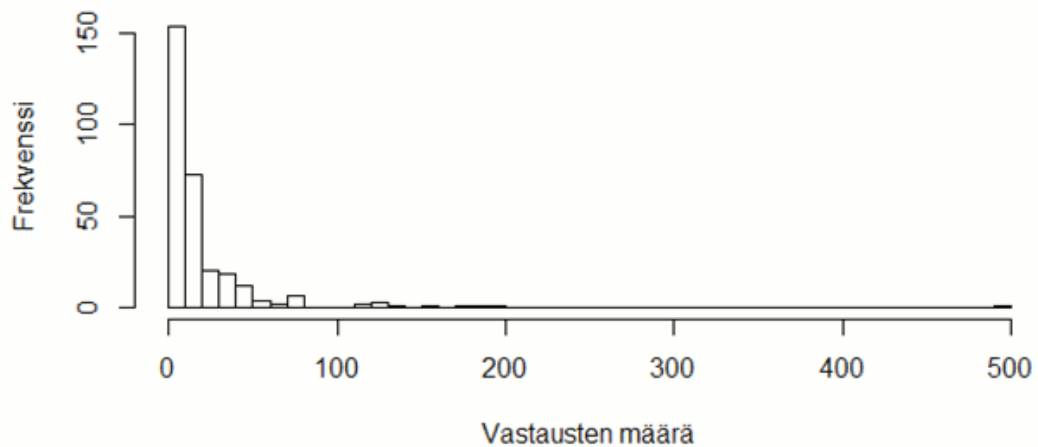
Erikoistuneella, kontrolloidulla palstalla laitteiden käyttöön ja asentamiseen liittyvä keskustelu oli yleisempää. Etenkin laitteiden käyttöön liittyviin ongelmiin haettiin enemmän neuvoja. Avoimella keskustelupalstalla puolestaan etenkin teknikkoiden hyvydestä ja huonoudesta keskusteltiin enemmän.

Objektiivisen tiedon välittäminen kontrolloidulla palstalla, jossa käytetään vakiintunutta käyttäjänimeä, saattaa liittyä asiantuntijuuden ja hyvän maineen rakentamiseen. Lisäksi apua tarvitsevaa on kenties helpompi auttaa monimutkaisissakin ongelmissa, kun hänellä on tunnettu ja pysyvä identiteetti. Taustalla on mahdollisesti myös se, että mielipiteitä on helpompi tuoda esiin nimettömänä, kun kirjoituksistaan ei joudu vastuuseen jälkikäteen.

4.1.4 Avausviesteihin saatujen vastausten jakautuminen

Yhteensä aineiston avausviestit olivat saaneet 6 095 vastausta, joista 3 252 eli runsas puolet oli tullut avoimen palstan avausviesteihin ja 2 843 kontrolloidun palstan avausviesteihin. Avoimella palstalla avausviesti sai siis keskimäärin hieman enemmän vastauksia (21,7 kpl) kuin kontrolloidulla palstalla (19 kpl). Vastausten määrän mediaani oli kuitenkin molemmilla palstoilla sama (10 kpl). (Salmela 2013a.) Mediaanin poikkeaminen keskiarvosta viittaa siihen, että avausviestien saamien vastausten lukumäärä ei ole normaalisti jakautunut¹⁸. Kuviossa 14 on esitetty koko aineiston avausviestien saamien vastausten lukumääristä muodostettu histogrammi. Kuviossa on vaaka-akselilla kuvattu vastausten määrä, ja pylväät edustavat niiden viestien lukumäärää (frekvenssi), jotka ovat saaneet kyseisen määrän vastauksia.

¹⁸ Varmistaakseni poikkeaman normaalijakaumasta suoritin aineistolle Shapiro-Wilkin testin ja Kolmogorovin-Smirnovin testin, joilla voidaan testata jakauman normaaliutta. Shapiro-Wilkin testin tuloksen mukaan Lampopumput.info-palstalta kerätty aineisto ei ole normaalisti jakautunut (0.5933, $p < 0.001$). Suomi24-palstan kohdalla tulos oli sama (0.3802, $p < 0.001$). Kolmogorovin-Smirnovin testin tulokset vahvistavat normaalijakaumasta poikkeaman: Lampopumput.info ($D = 0.2562$, $p = 5.639 \cdot 10^{-9}$) ja Suomi24.fi ($D = 0.328$, $p = 1.921 \cdot 10^{-14}$).



Kuvio 14. Vastausten määrän jakautuminen koko aineistossa (Salmela 2013a)

Kuviosta 14 voidaan havaita, että jakauma on voimakkaasti oikealle vino. Voimakkaasti oikealle vino jakauma tarkoittaa käytännössä sitä, että aineistossa on selvästi eniten sellaisia avausviestejä, jotka eivät ole saaneet yhtään vastausta tai vain muutaman vastauksen (kuvion vasen reuna) ja vain hyvin harva viesti on saanut suuren määrän vastauksia (kuvion oikea reuna). Aiemman tutkimuksen mukaan erilaisten muuttujien jakaumat verkossa ovat usein hyvin vinoja (ks. Himelboim 2008: 162). Morzyn (2009: 76) mukaan keskustelupalstan vastausviestien jakauma noudattaa Pareto-jakaumaa, joka on yleinen erityisesti verkossa esiintyviä ilmiöitä tarkasteltaessa. Pareto-jakaumassa esiintymien todennäköisyys (y) tulee sitä pienemmäksi, mitä suuremman arvon satunnaismuuttuja x saa. Jakaumasta käytetään myös nimitystä *pitkä häntä* (*The Long Tail*). Morzyn (2009: 74–76) mukaan tämä jakauma pätee myös keskustelupalstoilla ja se tulee ilmi siten, että suurin osa avausviesteistä ei saa vastauksia, kun taas pitkät viestiketjut ovat hyvin harvinaisia. Kuviosta 14 voi havaita, että aineiston vastausviestien määrän jakauma näyttäisi niin ikään muistuttavan Pareto-jakaumaa. Kokonaan ilman vastauksia jääneitä viestejä oli aineistossa yhteensä 22 (7,3 % viesteistä). Pisimmässä viestiketjussa oli 500 vastausta, joka on suurin teknisesti mahdollinen määrä vastauksia avoimella Suomi24-palstalla. Ketjun avausviesti liittyi *Lämmitysjärjestelmien hyvyys/huonous* -keskusteluteemaan (esimerkki 14):

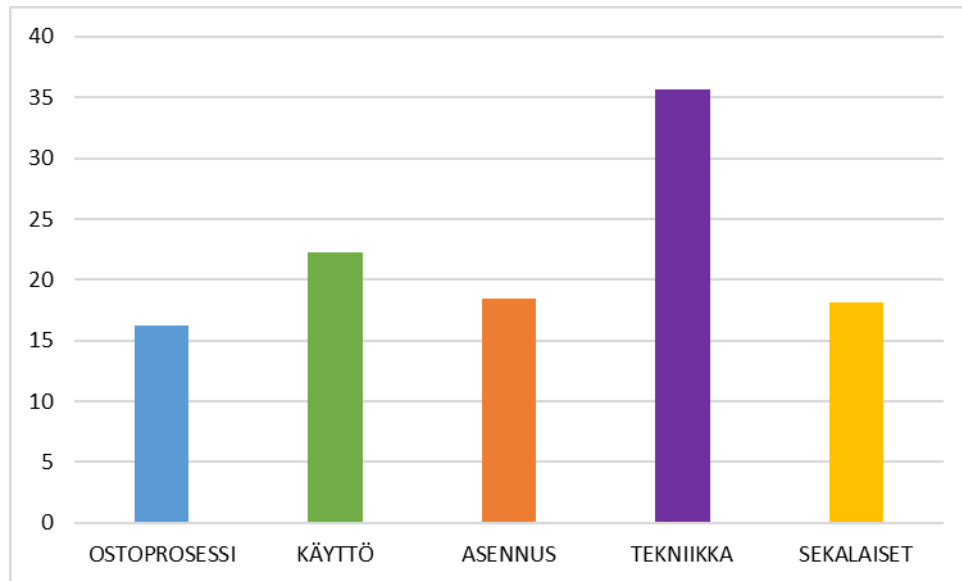
- (14) Taitaa tulla lama sillä maalämpöpumppujen myynti on romahtanut. Uusia töitä on siirretty ja siirretään hamaan tulevaisuuteen. Maailmantalouden myrskyt vaikuttaa jo täälläkin ja rahat laitetaan mieluummin sukanvarteen kuin kalliiksi tulevaan maalämpöjärjestelmään. Onhan tosi asia miksi porata kallita reikiä maahan kun ei siitä mitään hyötyä ole. Mieluummin nillä rahoilla ostaa perheelle leipää kuin hankkii itsensä velkaorjuuteen. (S24: Hyytyy maalämpöpumppujen myynti..)

Viestissä kirjoittaja toteaa provosoivaan sävyyn maalämpöpumppujen myynnin romahtaneen ja moittii maalämpöjärjestelmiä kalliiksi ja hyödyttömiksi. Kyseessä on selkeästi kiistanalainen aihe, jotka Morzyn (2009: 74) mukaan aiheista tyypillisimmin johtavat pitkiin ja kiivaisiin keskusteluihin tai pikemminkin väittelyihin.

Kun otokset eivät ole normaalijakautuneita, vaan noudattavat esimerkiksi Pareto-jakaumaa, voidaan kahden riippumattoman otoksen keskiarvojen vertailuun käyttää *Mann-Whitney U* -testiä (Baayen 2008: 81–82; 87). Testin tulos kertoo, poikkeavatko kahden otoksen keskiarvot toisistaan. Testin mukaan Lampopumput.info-palstan ja Suomi24-palstan otosten vastausten määrän keskiarvot eivät eroa merkitsevästi toisistaan ($D = 11403$, $p = 0.839$). Vaikuttaa siis siltä, että avausviestin saamien vastausten määrä ei ole riippuvainen siitä, kummalle palvelulle viesti lähetetään, Lampopumput.infoon vai Suomi24.fi:hin.

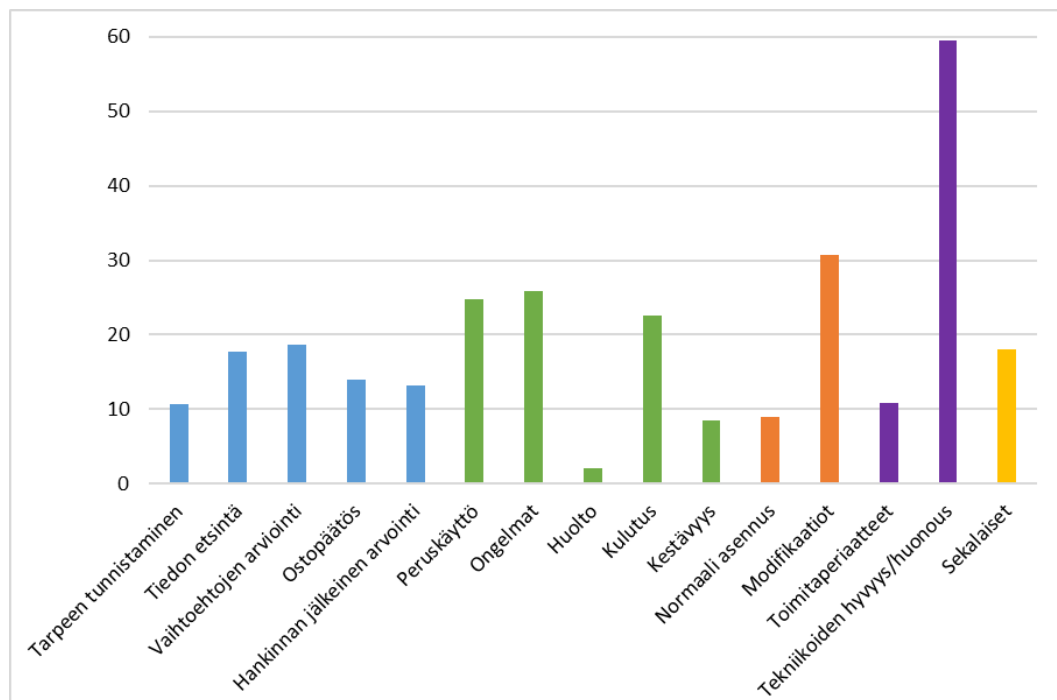
4.1.5 Keskusteluteeman yhteys avausviestien saamien vastausten jakautumiseen

Tarkasteltaessa avausviestien saamien vastausten jakaantumista eri keskusteluteemojen kesken kävi ilmi, että eniten vastauksia keskimäärin olivat saaneet tekniikkaan liittyvät avausviestit (35,7 vastausta, mediaani 11). Seuraavaksi eniten vastauksia olivat saaneet laitteiden käyttöön liittyvät avausviestit (keskimäärin 22,2, mediaani 12). Laitteiden asennukseen liittyvät avausviestit olivat saaneet keskimäärin 18,4 (mediaani 8) ja ostoprosessiin liittyvät avausviestit keskimäärin 16,2 vastausta (mediaani 11). Kuvioon 15 on koottu avausviestien saamien vastausten määrän keskiarvot pääteemoittain.



Kuvio 15. Vastausten määrän keskiarvo pääteemoittain

Alateemoittain tarkasteltuna (kuvio 16) keskimäärin eniten vastauksia (62,3 kpl) olivat selvästi saaneet *tekniikoiden hyvyteen ja huonouteen* liittyvät avausviestit (N=22).



Kuvio 16. Vastausten määrän keskiarvo alateemoittain

Keskiarvoa kuitenkin nostivat neljä avausviestiä Suomi24-keskustelupalstalla, jotka olivat saaneet poikkeuksellisen runsaasti vastauksia: ”Hyytyy maalämpöpumppujen myynti..” (500 vastausta), ”Maalämpö todettu ylivoimaiseksi” (197 vastausta), ”Sikakallis MAALÄMPÖ Ei kannata taloudellisesti” (152 vastausta) ja ”Satoja ilmoituksia maalämmöstä” (124 vastausta). Lisäksi runsaasti vastauksia oli saanut myös ”Mitä kuuluu Nokialaiselle maalämpöön siirtyneelle kerrostalolle?” (71 vastausta). Keskusteluteemaan liittyvien avausviestien vastausten määrän mediaani oli 18 kpl.

Seuraavaksi eniten vastauksia olivat saaneet laitteiden *modifiointiin* liittyvät viestit (30,7). Laitteiden modifiointiin liittyvien avausviestien (N=17) vastausten määrän keskiarvoa nostivat kaksi avausviestiä Lampopumput.info-keskustelupalstalla, jotka olivat saaneet poikkeuksellisen paljon vastauksia: ”PILP 300 eurolla! TEE-ITSE MIEHELLE!” (130 vastausta) ja ”Kiinan VILP” (126 vastausta). Lisäksi keskimääräistä enemmän vastauksia sai ”Levylämmönvaihtimen valinta” (LP, 50 vastausta). Keskusteluteemaan liittyvien avausviestien vastausten määrän mediaani oli 11 kpl.

Laitteiden käytön *ongelmiin* liittyvät viestit (N=33) olivat saaneet keskimäärin 25,9 vastausta ja laitteiden peruskäyttöön liittyvät viestit (N=15) keskimäärin 24,7 vastausta. Vähiten vastauksia keskimäärin olivat saaneet laitteiden *huoltoon* (2; N= 5) ja *kestävyyteen* (8,4; N=5) sekä *normaaliin asennukseen* liittyvät viestit (9; N=22).

Ongelmiin liittyvien avausviestien kohdalla vastausten keskiarvoa nostivat kolme viestiä, jotka olivat saaneet poikkeuksellisen paljon vastauksia: ”MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ” (S24, 126 vastausta), ”Nibe fighter 410p säädöistä” (LP, 187 vastausta) ja ”Nibe Fighter 410P viat” (LP, 112 vastausta). Myös ”Ulkoyksikön ’murina’” (LP, 74 vastausta) ja ”Tulistus vai ei maalämpö” (S24, 61 vastausta) olivat saaneet keskimääräistä selvästi enemmän vastauksia muiden viestien vastausmäärien pysytellessä 20 kpl tuntumassa (mediaani 12).

- (15) Ylläpito on oikein tehnyt oman sivun tälle pas--lle aloitukselle.
ONKOHAN YLLÄPITO ITSE ASIALLA?
> Jos hätä olisi suurin, miksi kysyä apua Suomi24:llä.

Esimerkin 15 viesti on yksi vastauksista Suomi24-palstalta kerätyssä MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ -ketjussa. Viestissä nostetaan esiin, että palstan ylläpito on ”tehnyt oman sivun” kyseiselle aloitukselle eli nostanut kyseisen ketjun sivustolla huomiota herättävälle paikalle. Todennäköisesti huomion saaminen tällä tavalla

on myös osaltaan johtanut runsaaseen vastausviestien määrään. Arvioitaessa vastausten saamiseen yhteydessä olevia tekijöitä on siten otettava huomioon myös ylläpidon toiminta.

4.1.6 Yhteenveto ja pohdinta

Molemmilla tutkituilla palstoilla, sekä kontrolloidulla että avoimella, keskusteltiin eniten tuotteiden ostoprosessiin liittyvistä aiheista. Seuraavaksi yleisin keskusteluteema oli laitteiden käyttö. Avoimella keskustelupalstalla korostuivat erityisesti ostoprosessiin liittyvä keskustelu ja yleinen tekniikkakeskustelu. Ostoprosessikeskusteluun kuuluvista aiheista etenkin päätökseen ja ostoon liittyvät keskustelunavaukset olivat selvästi yleisempiä avoimella keskustelupalstalla. Tarpeen tunnistamiseen liittyvät keskustelunavaukset sen sijaan olivat yleisempiä kontrolloidulla palstalla.

Avoimella keskustelupalsta saattaa tarjota matalamman kynnyksen ostotilanteeseen liittyvistä asioista keskusteluun (vrt. Savolainen 2001: 76–78). Avoimella Suomi24-palstalla kävijäjoukko on heterogeenisempaa ja palsta voi olla kysyjälle helpommin lähestyttävä kuin kirjoittajilta rekisteröitymistä vaativa Lampopumput.info, jossa erikoisalan asiantuntijat ovat vahvasti esillä. Lampopumput.info sitoo käyttäjän tiettyyn käyttäjätunnukseen ja profiliin, jolloin hänen verkkoidentiteetistään tulee pysyvämpi kuin Suomi24:ssä, jossa kiinteää nimimerkkiä ei tarvitse käyttää. Kiinteästä verkkoidentiteetistä seuraa myös paine tämän identiteetin kehittämisestä ja toiminnasta verkkoyhteisön jäsenenä. Yhteisön jäsenyys tuo mukanaan myös velvoitteita esimerkiksi vastavuoroisuudesta ja aktiivisuudesta yhteisössä: siitä että myös itse antaa jotain yhteisölle, jolta on saanut apua.

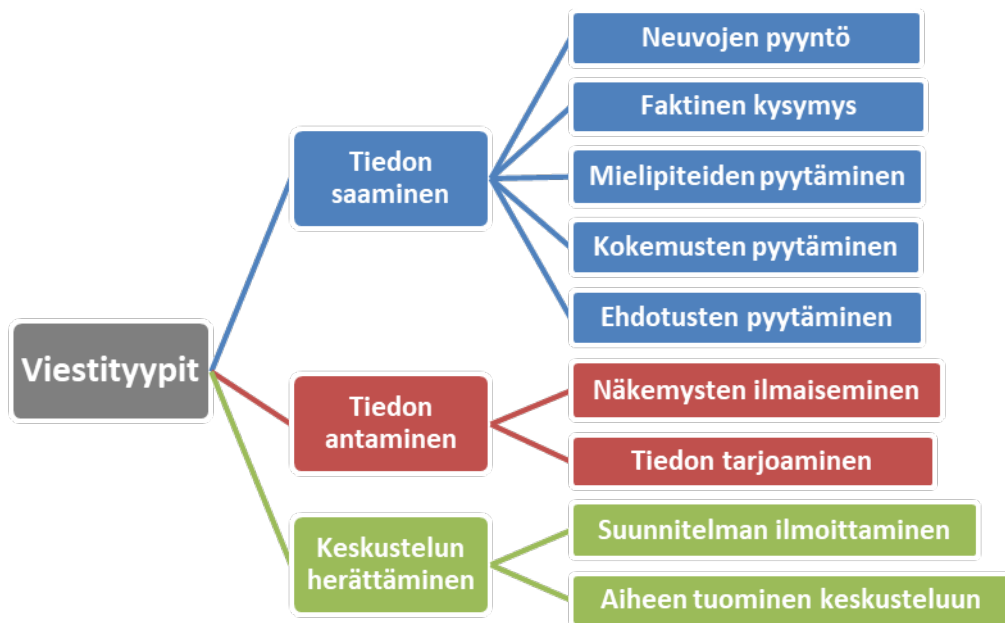
Se, miten paljon avausviesti sai keskimäärin vastauksia, ei näyttänyt olevan yhteydessä siihen, oliko viesti lähetetty avoimelle vai kontrolloidulle palstalle. Eniten vastauksia keskimäärin olivat saaneet tekniikkaan liittyvät avausviestit ja seuraavaksi eniten laitteiden käyttöön liittyvät avausviestit. Alateemoista keskimäärin eniten vastauksia olivat selvästi saaneet tekniikoiden hyvyyteen ja huonouteen liittyvät avausviestit. Aineistossa oli kuitenkin havaittavissa, että varsinkin jotkut yksittäiset mielipiteitä voimakkaasti jakavat, kuten tekniikoiden hyvyyteen ja huonouteen liittyvät avausviestit, saattoivat saada erittäin runsaasti vastauksia, mikä nosti myös vastausten määrän keskiarvoa koko aineiston ja yksittäisten keskusteluteemojen osalta. Lisäksi palstan ylläpidon toiminta toi oman vaikutuksensa siihen, mitkä viestiketjut saivat palstalla runsaasti huomiota ja vastauksia. Näin ollen aineiston pohjalta ei voida tehdä laajempia yleistyksiä keskusteluteemojen yhteydestä vastausten saamisen todennäköisyyteen tai määrään.

4.2 Avausviestien tavoitteet

Seuraavassa alaluvussa tarkastelen, millaisia aineiston viestiketjujen avausviestit olivat tavoitteiltaan, millainen yhteys avausviestien tavoitteilla oli viestiketjujen pituuksiin ja millainen yhteys palstan avoimuudella tai kontrolloitavuudella oli avausviestien tavoitteisiin ja viestiketjujen pituuksiin. Tavoitteena oli selvittää, mihin uusien keskustelujen aloittamisella pyritään ja millaisen reaktion nämä pyrkimykset saavat aikaan keskustelupalstoilla.

4.2.1 Avausviestityyppien jaottelun muodostaminen

Avausviestien tavoitteiden analyysia varten muodostin viestityyppien luokittelun, jonka kuvaan seuraavaksi. Analyysissa käytetty luokittelu on esitetty kuviossa 17.



Kuvio 17. Analyysissa käytetyt viestityypit

Luokitukseni koostuu yhdeksästä eri viestityypistä, jotka jakautuvat tavoitteensa perusteella kolmeen pääluokkaan: *tiedon saamiseen*, *tiedon antamiseen* ja *keskustelun herättämiseen* tähtääviin viesteihin. Tiedon saamiseen tähtäävät viestit jaan *neuvojen*, *mielipiteiden*, *kokemusten* ja *ehdotusten pyytämiseen* sekä *faktisiin kysymyksiin*. Tiedon antamiseen tähtäävät viestit jaan *näkemyksen ilmaisemiseen* ja *tiedon tarjoamiseen*, keskustelun herättämiseen tähtäävät viestit puolestaan *suunnitelman ilmoittamiseen* ja *aiheen tuomiseen keskusteluun*. Seuraavaksi käyn läpi kunkin analyysissa käytetyn viestityypin kuvauksineen aineistosta poimittuine esimerkkeineen.

Neuvojen pyynnöissä pyydetään muilta käyttäjiltä neuvoja johonkin kirjoittajalla itsellään olevaan ongelmaan. Viestityypin pohjana ovat Harperin ym. (2010), Taboadan (2004: 68–69) ja Kouperin (2010) erittelemät neuvojen pyynnot. Neuvojen pyynnöissä kuvataan jokin tietty kirjoittajalla oleva tilanne ja haetaan ohjeita tulevaan toimintaan valmistautumista varten (Harper ym. 2010). Kysyjä hakee neuvoja itseään, omaa tilannettaan ja toimintaansa varten, mistä kertoo usein *minä-muotojen* käyttö (emt). Neuvojen pyynnölle ominaiset rakenneosat ovat taustainformaatio ja itse kysymys tai avunpyyntö. Kirjoittajat esiintyvät usein no-viiseina, jotka etsivät neuvoja asiantuntijoilta. (Taboada 2004: 68–69.) Pyyntö tulee usein selkeästi ja eksplisiittisesti viestissä esiin esimerkiksi sellaisten ilmausten kuin "tarvitsen apuanne" tai "mitä tehdä?" kautta. Ongelman kuvailemista voidaan pitää epäsuorana avunpyyntönä. (Kouper 2010: 6.) Lasken neuvojen pyynnöiksi myös Harperin ym. (2010) kuvaamat *preskriptiiviset kysymykset*, joissa kirjoittaja pyytää neuvoja siihen, *miten* jokin asia tulisi tehdä.

Esimerkin 16 viesti on tyypiltään neuvojen pyyntö, joka näkyy ilmauksista ”toivottavasti osaisitte auttaa” ja ”olisiko vinkkejä?” sekä tilanteen kuvauksessa käteytystä me-muodosta, jolla viitataan kirjoittajaan ja hänen asuntokuntaansa. Viesti koostuu taustainformaatiosta (talon ja ongelman kuvaus) sekä viestin sekä alussa että lopussa olevista avunpyynnöistä.

- (16) Hyvää iltaa kaikki ja toivottavasti osaisitte auttaa, jotta ei tarvitsisi koko talvea olla flunssassa.
Olemme siis hankkineet kaksikerroksiseen omakotitaloomme (suorasähkölämmitys) Mitsun ilmalämpöpumpun. Se on sijoitettuna olohuoneeseen, joka on avointa tilaa yläkertaan saakka. Olohuone on osittain avointa tilaa myös keittiön kanssa, jossa laattalattia ja lattialämmitys. Takka on olohuoneessa, mutta tänään vasta ensimmäistä kertaa päällä, joten sen vaikutuksesta ei tietoa.
 Kaikki lähti siitä, kun olemme asentaneet ilmalämpöpumpun lämpötilaksi 20 astetta. Kaikesta huolimatta sisällä on 25 astetta. Tässä kohtaa laskimme lattialämmitystä vielä entisestään alemmas, samoin patterit, jotka olivat myös 20 asteeseen asennettuja pistettiin kiinni. No, sillä seurauksella, että lattianrajassa on kylmää, paitsi mitsun läheisyydessä, ja lämpötila 24 astetta. Veto on kovaa.
olisiko vinkkejä? (LP: Ensimmäinen talvi ja Mitsubishin kanssa hukasa)

Faktisissa kysymyksissä pyydetään jotain faktapohjaista, esimerkiksi teknisiin to-siasioihin perustuvaa yleistä tietoa, joka ei suoraan liity juuri kirjoittajan omaan tilanteeseen. Viestityypin pohjana on Harperin ym. (2010) kuvaama faktinen kysymys, jossa pyydetään jotain jo olemassa olevaa tietoa ja johon voidaan usein vastata lyhyesti. Kysymykseen on tyypillisesti olemassa vain yksi oikea vastaus. Viesti ei sisällä oman tilanteen kuvausta – tai se ei ole ainakaan olennaista tietoa kysymykseen vastaamisen kannalta. Esimerkissä 17 kirjoittaja kaipaa tietoa osatehois-

ten ja täystehoisten maalämpöpumppujen välisistä eroista. Kysymys on yleisluontoinen, eikä se ole sidoksissa pelkästään kirjoittajan omaan tilanteeseen, vaikka hän viittaakin viestissä me-muotoa käyttämällä omaan tilanteeseensa ("Mikäli haluamme täysmitoitettun, valitsemme [...]").

- (17) Eli on olemassa eri kokoisia mlp esim. 6kW-> ylöspäin. Ja sitten invertteri (ivt:llä), nibellä kai nimellä nibe fighter 1250. Eli onko kaikki muut osatehopumppuja ja nuo kaksi viimeistä täystehopumppuja. VAI tapahtuuko mitoitus niin, että jos esim. talomme tarvitsisi 6kW pumpun tuottaakseen 50-60% tarpeesta niin kyse on osamitoituksesta? Mikäli haluamme täysmitoitettun, valitsemme esim 8kW pumpun. Meneekö se tällä logiikalla? Kiitän jos joku viitsii asiallisesti vastata. (S24: MLP osateho/täysteho, kertokaa tyhmälle)

Mielipiteiden pyynnöiksi laskin viestit, joissa määritellään ainakin yksi tietty asia, joka voi olla esimerkiksi tuote, palvelu tai oma suunnitelma tai ratkaisuehdotus, josta halutaan muiden mielipiteitä. Tyypin pohjana ovat Kouperin (2010: 6) erittelemä *mielipiteiden tai tiedon pyytäminen* -viestityyppi sekä Harperin ym. (2010) *hyväksymis- ja paheksumiskysymykset ja laadulliset kysymykset*, joista ensimmäiset hakevat subjektiivisia mieltymyksiä ja jälkimmäiset objektiivisempia näkökulmia jonkin asian hyvydestä tai huonoudesta. Esimerkissä 18 kirjoittaja kuvailee oman suunnitelmansa, josta viestin lopussa pyytää muiden mielipiteitä ("eikös järjestely ole ihan järkevä?").

- (18) Meille tulee talousrakennukseen (toimistokäytössä) tekninentila, josta lämpö siirtyy kanaaliputkella OKT:n jakotukille. Talousrakennuksen lämmitys hoidetaan tuomalla tuo "jäähdytynyt" vesi OKT:sta talousrakennuksen jakotukille, joka edelleen kiertää talousrakennuksen lattiassa. Lämmitys ei tällöin riitä pitämään talousrakennusta täysin lämpimänä, koska tälle ei ole tarvetta muulloin kuin 40h/vko. Talousrakennuksessa on erillinen ILP, joka hoitaa lämpötilannoston arkisin klo 8-18 tuonne +20 asteeseen, joten eikös järjestely ole ihan järkevä? (S24: Lämmönjako Talousrak-OKT-Talousrak)

Viestityypissä, jossa *pyydetään ehdotuksia* lukijoilta esimerkiksi jonkin tuotteen ostopäätöksen avuksi, tavoitteena on kerätä monia erilaisia ehdotuksia. Esimerkissä 19 kirjoittaja pyytää ehdotuksia ja suosituksia maalämpö- ja lattialämmitys-toimittajista.

- (19) Olisiko vinkkejä maalämpö/lattialämmitys toimittajista. Uudisrakennus 1.5krs ja tarkoitus olisi laittaa maalämpö. Ratkaisu pitäisi kuitenkin saada sopuhinnalla koska sähkökattilaan verrattuna alkaa takaisinmaksuajat olla huikeita. Millä toimittajilla kannattaa alkaa kilpailutus? En haluaisi maksaa mitään "brändi-premioita" tms. Hyvät vehkeet sopuhintaan. (S24: Maalämpö)

Kokemusten pyynnöissä pyydetään lukijoilta omakohtaisia kokemuksia jostain tietystä kirjoittajan määrittelemästä asiasta, kuten tuotteesta tai palvelusta. Erona ehdotusten pyytämiseen on se, että kirjoittaja määrittelee itse jonkin tietyn tuotteen tai palvelun, josta hän haluaa kommentteja muilta. (Salmela & Nuopponen 2012: 222–223.) Esimerkissä 20 kirjoittaja on maininnut tietyn yrityksen (yrityksen nimi anonymisoitu aineistosta), josta hän on ostanut maalämpöpumpun asennuksineen, sekä ostamansa laitteiston merkin. Kirjoittaja haluaa vastaajilta omia kokemuksia juuri tästä tietystä yrityksestä ja merkistä.

- (20) Ostin maalämpöpumpun asennuksineen yrityksestä X. Merkki on Merkki Y. Onko jollakulla kokemuksia heidän palveluistaan. Naapuri kun kuuli ostoksestani niin nauroi vaan makeasti ja kehotti varautumaan ongelmiin. Se on sitten hänen mielipide, mutta kyselisin jos jollain on kokemuksia näistä Merkistä Y ja Yrityksestä X. Ovat ainakin kauan lämpöpumppuja tehneet. (S24: Yritys X ja Merkki Y maalämpö)

Näkemyksiä ilmaiseva viestityyppi perustuu Taboadan (2004: 69–74) *argumentaatioviesteihin* sekä *haukkumis- ja kehumisviesteihin*. Argumentaatioviestit puolestaan viestittävät jotain mielipidettä, näkemystä, yksilöä tai yritystä. Ne on tavallisesti tarkoitettu provosoimaan ja usein myös vaikuttamaan muiden lukijoiden mielipiteisiin keskustelun aiheesta. Haukkumis- ja kehumisviestit eroavat argumentaatioviesteistä siten, että ilmaistuille mielipiteille tarjotaan hyvin vähäisesti tukea ja mielipiteet ovat yksinomaan positiivisia tai negatiivisia. (Emt.) Omassa luokittelussani lasken nämä molemmat viestityypit näkemysten ilmaisemisen -luokkaan. Keskeistä on, että kirjoittaja ilmaisee omia subjektiivisia näkemyksiään tai mielipiteitään, esimerkiksi jonkin tuotteen, teknologian tai palvelun hyvyydestä tai huonoudesta (Salmela & Nuopponen 2012: 224). Esimerkissä 21 kirjoittaja ilmaisee näkemyksensä maalämmöstä parhaana ja mukavimpana lämmitysmuotona. Hän perustelee näkemystään omilla kokemuksillaan erilaisin lämmitysjärjestelmien varustetuissa taloissa asumisesta.

- (21) Maalämpöön ylivoimaisesti mukavin lämmitysmuoto. Tämä arvio perustuu siihen, että olen asunut elämäni aikana öljylämmitystalossa, varaavassa sähkölämmitystalossa, suorasähkörivitalossa ja nyt maalämpötalossa. Varmatoiminen ja lähes huoltovapaa systeemi ja energiaa tulee todella edullisesti.
Tietysti talon koon tulee olla maalämpöön sopiva kuten meillä eli n. 250 neliötä! (S24: Maalämpö paras lämmitysmuoto)

Tietoa tarjoavissa viesteissä keskeistä on puolestaan tarjotun tiedon objektiivisuus, eli se ei ole riippuvaista kirjoittajan itsensä subjektiivisista mielipiteistä tai näkemyksistä (Salmela & Nuopponen 2012: 224). Esimerkissä 22 kirjoittaja raportoi oman kotitaloussähkönsä kulutuslukemia. Kysymyksessä on neutraali tiedon raportointi, jossa kirjoittaja ei tuo esiin omia näkemyksiään tai mielipiteitään.

- (22) Minulla itselläni on 2009 maaliskuussa valmistunut puurunkoinen tiiliverhoiltu kaksikerroksinen talo, jossa on korkea olohuone, mutta muuten yläkerta on vielä rakentamatta ja eristämättä. Neliöitä on yhteensä 113 ja yläkerta rakennettuna myöhemmin 188 asuinneliötä. Ilmalämpöpumppu on daikin altherma, jossa 320 litrainen lämminvesivaraaja. Lämmitys tapahtuu vesikiertoisen lattilämmityksen avulla Kulutuslukemiin sisältyy kaikki kotitaloussähkö(mm. sauna noin 1-2 kertaa viikko)
Kulutukset (aina edellisen kuukauden ajalta)
07.06.2009 Päiväsiirto 33 9129 551
07.06.2009 Yösiirto 33 4907 237 Yhteensä 788 kWh
06.07.2009 Päiväsiirto 29 9572 443
06.07.2009 Yösiirto 29 5072 165 Yhteensä 608 kWh
(LP: VILP Daikin altherma 8,43kw omakotitalo 113/188 m2 Turku)

Suunnitelman ilmoittaminen -luokkaan laskin viestit, joissa kirjoittaja kuvaa jonkinlaisen suunnitelman, jota on aikeissa noudattaa, mutta ei kuitenkaan esitä mitään suoraa kysymystä kyseistä suunnitelmaa koskien. Viestityyppi perustuu Kouperin (2010: 6) *toimintasuunnitelman ilmoittaminen* -luokkaan, jossa kirjoittaja ikään kuin epäsuorasti pyytää kommentteja kuvailemalla millaisiin toimiin hän on aikeissa ryhtyä. Esimerkissä 23 kirjoittaja kertoo tilaamastaan maalämpöpumpusta.

- (23) Tällaisen maalämpöpumpun laitoin juuri tilaukseen. Laitan sen maa-
piirin vanhaan porakaivoon ja sitten vain patterit hohkamaan!! Ecoheat
300
[linkki/url] (S24: Uutta lämpöä)

Viestityyppi, jossa tavoitteena on *aiheen tuominen keskusteluun*, pohjautuu Harperin ym. (2010) *identifikaatio*-kysymyksiin. Niiden tarkoituksena on houkutella vastaajia, joilla on yhteinen näkemys jonkin tietyn aiheen merkittävydestä. Tällaiset kysymykset on useimmiten tarkoitettu herättämään keskustelua ja rakentamaan suhteita ennemmin kuin saamaan lopullisia tai toimivia vastauksia. (Emt.) Suunnitelman ilmoittaminen -luokkaan erona on se, että keskusteluun nostettu aihe ei liity kirjoittajaan itseensä tai hänen omaan henkilökohtaiseen tilanteeseensa. Harper ym. (2010) havaitsivat identifikaatiokysymysten sisältävän paljon sinä-muotoja, mikä osoittaa, että kysymyksen kohteena ovat vastaajat. Ne myös houkuttelivat suhteellisen paljon vastauksia (emt.).

Esimerkissä 24 kirjoittaja nostaa keskustelun aiheeksi ajankohdan, jolloin talon lämmitys kytketään päälle. Kirjoittaja toteaa itse jo kytkeneensä oman asuntonsa lämmityksen päälle, joten hän ei pyydä muilta neuvoja tai tietoa siitä, milloin lämmitys kannattaa kytkeä päälle, vaan ainoastaan herättelee keskustelua siitä, ovatko muut palstan jäsenet jo kytkeneet oman lämmityksensä päälle. Kiinnostuksen

kohteena viestiketjussa ovat siten palstan muut käyttäjät eikä kirjoittaja itse ja hänen oma tilanteensa. Voidaan olettaa, että vastaajilla on yhteinen näkemys aiheen merkittävyydestä, sillä palstan aiheena on lämmitys ja lämmityksen päälle kytkeminen liittyy kiinteästi aihepiiriin ja on ajankohtaan nähden relevantti.

(24) Morot.

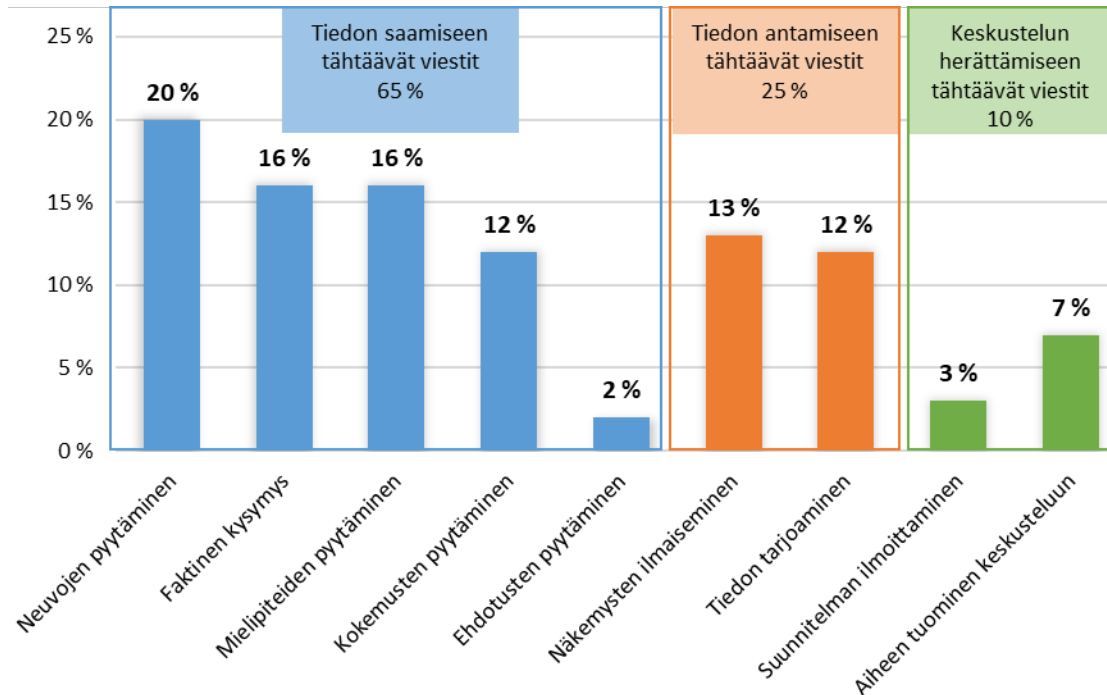
Lapsi valitteli yläkerran viileyttä ja tulipas laitettua pumppu lämmittämään

Siinä samalla ajelin "hemmo-testiä" että kaikki on kunnossa. Mites muilla, joko palelee (LP: ILP-lämmityskausi 2011-2012 startattu)

Viestien luokittelu ei ole yksinkertaista, sillä kuten Harper ym. (2010) tutkimuksessaan havaitsivat, osa kysymyksistä on välimuotoja, jotka edustavat kahden tai useamman kysymystyyppin sekoitusta. Monet kysymykset sisältävät useita tavoitteiltaan erilaisia kysymyslauseita. Tällaisia kysymyksiä Harper ym. (2010) nimitivät yhdistelmäkysymyksiksi. Omassa analyysissäni luokittelin välimuodoilta näyttävät viestit sen perusteella, mikä vaikuttaa olevan viestin päätavoite käyttäen viitteenä muun muassa viestin otsikkoa. Luokittelin jokaisen aineiston avausviestin ainoastaan yhteen viestityypiluokkaan kuuluvaksi. Kuten aiemmin on todettu, jotkut viesteistä voivat olla kahden viestityypin välimuotoja siten, että niissä yhdistyy kaksi tavoitetta (Harper ym. 2010).

4.2.2 Avausviestityyppien jakautuminen

Tarkastelen seuraavaksi sitä, miten yleisiä edellä kuvatut avausviestityypit olivat aineistossani. Laskin jokaisen viestityypin frekvenssit eli esiintymiskertojen lukumäärät aineistossa ja vertasin niitä keskenään. Olen koonnut kuvioon 18 eri avausviestityyppien osuudet koko aineistossa.



Kuvio 18. Viestityyppien jakautuminen koko aineistossa (N=300)

Pääluokittain tarkasteltuna suurin osa viesteistä (65 %) tähtäsi tiedon saamiseen. Tiedon antamiseen tähtäsi neljäsosa avausviesteistä ja keskustelun herättämiseen kymmenesosa viesteistä. Koko aineiston yleisin viestityyppi oli neuvojen pyyntö, joita oli viidesosa kaikista viesteistä. Seuraavaksi yleisimpiä olivat faktiset kysymykset ja mielipiteiden pyynnot (molemmat 16 %). Harvinaisimpia olivat ehdotusten pyynnot ja suunnitelman ilmoitukset, joita oli vain muutama prosentti.

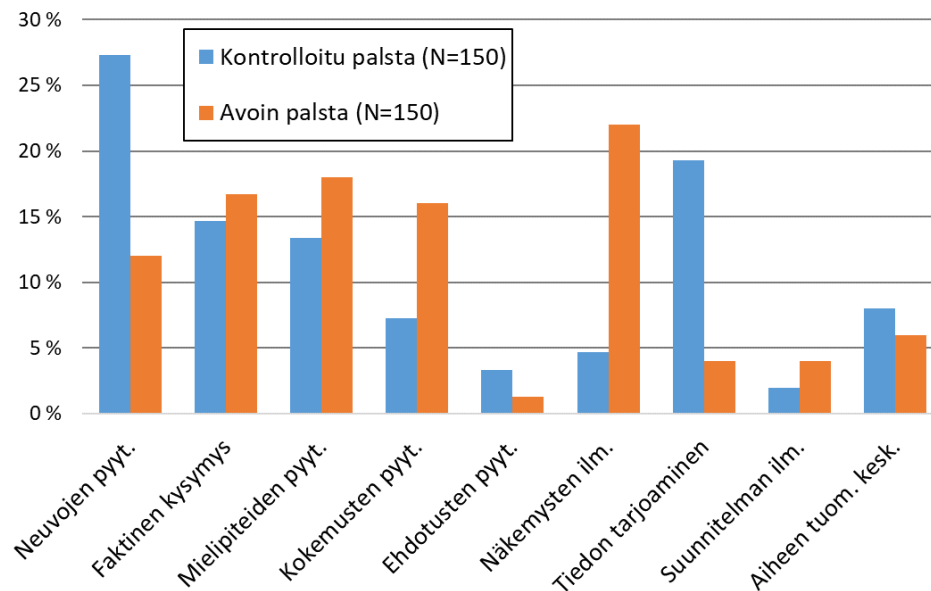
Tarkasteltaessa havaittujen erojen tilastollista merkitsevyyttä voitiin havaita, että sekä pääluokkien (tiedon saamiseen, tiedon antamiseen ja keskustelun herättämiseen tähtäävät viestit) että yhdeksän eri viestityypin esiintymisen välillä on tilastollisesti merkitseviä eroja (145.5, $p < 2.2 \cdot 10^{-16}$ ja 75.6, $p = 3.74 \cdot 10^{-13}$).

Seuraavaksi tarkastelin sitä, millainen yhteys keskustelupalstan avoimuudella oli avausviestien tavoitteisiin vertaamalla, miten erityyppiset avausviestit olivat jakautuneet kahdella eri palstalla. Vertailin ensin viestityyppien pääluokkien yleisyyttä molemmilla palstoilla (taulukko 7). Avausviestit olivat jakautuneet pääluokkiin hyvin samalla tavoin sekä kontrolloidulla että avoimella palstalla (*tiedon saaminen* 66 % ja 64 %, *tiedon tarjoaminen* 24 % ja 26 % ja *keskustelun herättäminen* molemmat 10 %). Erot eivät olleet tilastollisesti merkitseviä ($D = 0.1662$, kriittinen arvo 5.991).

Taulukko 7. Pääluokkien frekvenssit eri palstoilla

Avausviestin tavoite	Kontrolloitu palsta	%	Avoin palsta	%	Yhteensä	%
<i>Tiedon saaminen</i>	99	66	96	64	195	65
<i>Tiedon antaminen</i>	36	24	39	26	75	25
<i>Keskustelun herättäminen</i>	15	10	15	10	30	10
Yhteensä	150	100	150	100	300	100

Vaikka pääluokkien esiintymisessä eri palstojen välillä ei ollut tilastollisesti merkitseviä eroja, niin eri viestityyppien jakautumisessa palstojen välillä sen sijaan oli eroja. Kuviossa 19 on kuvattu sitä, millä tavoin eri viestityyppien jakautuminen erosi kahdella eri palstalla.

**Kuvio 19.** Viestityyppien jakautuminen kontrolloidulla ja avoimella palstalla

Kontrolloidulla palstalla yleisimpiä avausviestityyppejä olivat neuvojen pyynnöt (27 %). Seuraavaksi yleisimpiä olivat avausviestit, joissa tarjottiin tietoa (19 %). Harvinaisin viestityyppi oli suunnitelman ilmoittaminen. Avoimella palstalla sen sijaan yleisimpiä olivat avausviestit, joissa ilmaistiin näkemyksiä (22 %) ja seuraavaksi yleisimpiä viestit, joissa pyydettiin mielipiteitä (18 %). Harvinaisimpia olivat viestit, joissa pyydettiin ehdotuksia. Huomattavimmat erot kahden palstan välillä näyttäisivät siten olevan neuvojen pyynnön, näkemysten ilmaisemisen ja tiedon tarjoamisen yleisyydessä. Taulukkoon 8 on koottu eri avausviestityyppeihin kuuluvien avausviestien lukumäärät kummallakin eri palstalla.

Taulukko 8. Viestityyppien frekvenssit eri palstoilla

Avausviestityyppi	Kontrolloitu palsta	%	Avoim palsta	%	Yht.	%
<i>Neuvojen pyytäminen</i>	41	27	18	12	59	20
<i>Faktinen kysymys</i>	22	15	25	17	47	16
<i>Mielipiteiden pyytäminen</i>	20	13	27	18	47	16
<i>Kokemusten pyytäminen</i>	11	7	24	16	35	12
<i>Ehdotusten pyytäminen</i>	5	3	2	1	7	2
<i>Näkemyksen ilmaiseminen</i>	7	5	33	22	40	13
<i>Tiedon tarjoaminen</i>	29	19	6	4	35	12
<i>Suunnitelman ilmoittaminen</i>	3	2	6	4	9	3
<i>Aiheen tuominen keskusteluun</i>	12	8	9	6	21	7
Yhteensä	150	100	150	100	300	100

Tutkimusaineistossa esiintyy pieniä frekvenssejä joidenkin viestityyppien kohdalla (ehdotusten pyytäminen ja suunnitelman ilmoittaminen)¹⁹. Tilastollista merkitsevyyttä ei voida laskea luotettavasti, mikäli luokat jäävät hyvin pieniksi (Luo-jola 2006: 131). Yksikään odotettu frekvenssi ei ole pienempi kuin 1, mutta 22,2 % odotetuista frekvensseistä on alle viiden, mikä vaikuttaa testin luotettavuuteen jonkin verran. Liian pieniä odotettuja frekvenssejä voi yrittää suurentaa yhdistämällä vierekkäisiä kategorioita (Luo-jola 2006: 131). Tämä ei kuitenkaan oman aineistoni kohdalla ole tarkoituksenmukaista, koska tavoitteena on vertailla eri viestityyppejä keskenään. Aineistoa voi myös suurentaa bootstrap-menetelmällä. Käytin analyysissä Monte Carlo -simulaatiota, jonka kautta saatiin isompi otos ja näin luotettavampi p-arvo. Suurentamalla aineistoa edellä mainitulla bootstrap-menetelmällä p-arvo oli 0.0004998 eli tulos oli edelleen tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p < 0.001$).²⁰ Tuloksen perusteella voidaan siten päätellä, että avausviestit edustavat useammin tiettyjä viestityyppejä ja viestityyppien esiintymisen välillä on tilastollisesti merkitseviä eroavaisuuksia. Neuvojen pyytäminen ja tiedon tarjoaminen näyttäisivät siis olevan selvästi yleisempiä kontrolloidulla palstalla, kun taas näkemyksen ilmaiseminen ja kokemusten pyytäminen ovat puolestaan yleisempiä avoimella palstalla.²¹

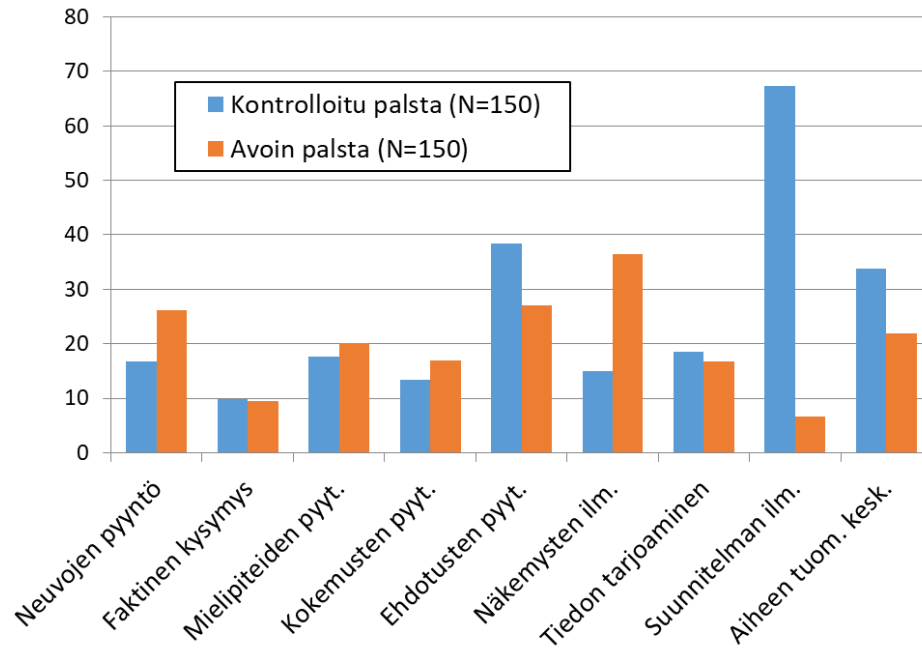
¹⁹ Odotetut frekvenssit ovat alle viiden (3,5 ja 4,5). Kun luokkien lukumäärä on suurempi kuin 2, enintään 20 % odotetuista taajuuksista saa olla pienempiä kuin 5, eikä yksikään odotettu taajuuks saa olla pienempi kuin 1. (Luo-jola 2006: 131.)

²⁰ χ^2 -riippumattomuustestin (49.7573, $p = 4.55 \cdot 10^{-8}$) tulos on myös tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p < 0.001$).

²¹ Tulokseen on kuitenkin syytä suhtautua jossain määrin varauksella tietyissä viestityypeissä esiintyneiden pienten frekvenssien vuoksi. Tästä syystä analyysin toistaminen suuremmalla aineistolla olisi paikallaan luotettavamman tuloksen saamiseksi.

4.2.3 Vastausten jakautuminen eri viestityyppien kesken

Seuraavassa tarkastelen sitä, kuinka avausviestien saamat vastaukset jakautuivat erilaisten viestityyppien kesken. Laskin jokaisen viestityypin kohdalta avausviestien saamien vastausten keskiarvon. Avausviestien saamien vastausten määrien keskiarvot viestityypeittäin on koottu kuvioon 20.



Kuvio 20. Vastausten määrien keskiarvot viestityypeittäin

Eniten vastauksia saivat keskimäärin sellaiset viestit, joissa ilmoitettiin suunnitelma (37). Keskiarvoa nostaa kuitenkin yksi viesti kontrolloidulla keskustelupalstalla, joka sai peräti 130 vastausta, ja jota ilman keskiarvo olisi ainoastaan 21,3. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat keskimäärin viestit, joissa pyydettiin ehdotuksia (32,7). Vähiten vastauksia taas saivat faktiset kysymykset (9,7). Syynä on luultavasti se, että faktisiin kysymyksiin on yleensä vain yksi oikea vastaus, ja kun vastaus kysymykseen löytyy, on keskustelua periaatteessa tarpeetonta enää jatkaa (ks. myös Haasio 2015: 128). Suurin ero kahden eri palstan välillä on siinä, että näkemyksiä ilmaisevat viestit saivat avoimella keskustelupalstalla keskimäärin yli kaksi kertaa enemmän vastauksia (36,4) kuin kontrolloidulla keskustelupalstalla (15).

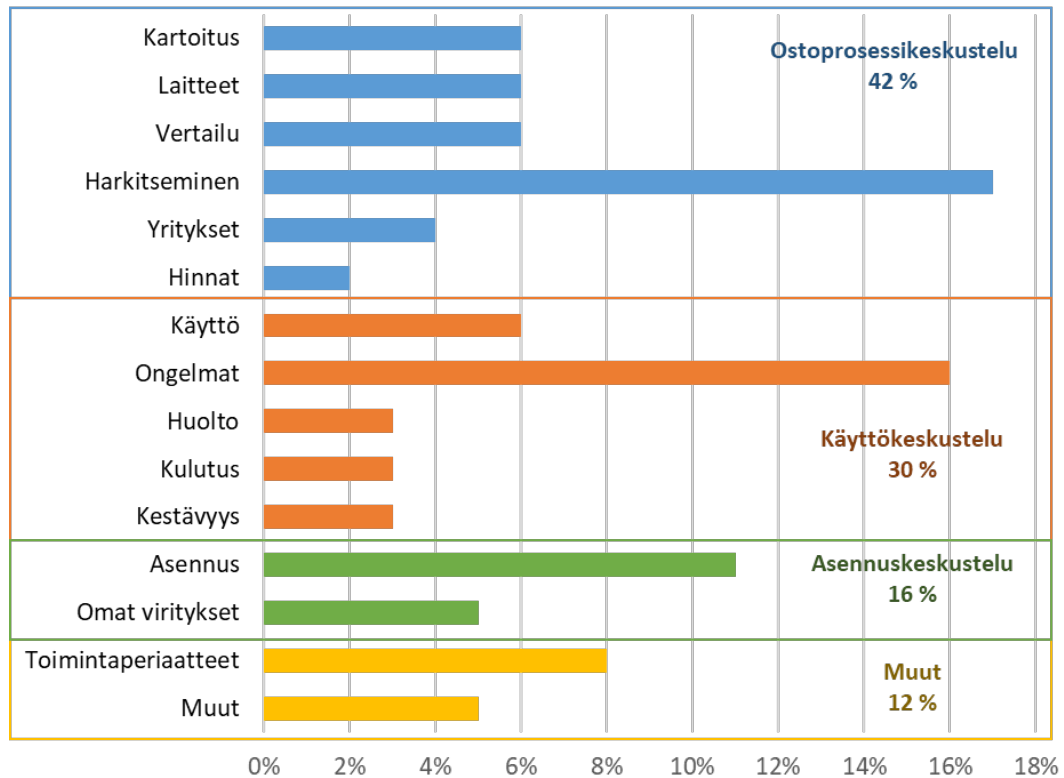
Suoritin vastausten määrälle Kruskallin-Wallisin varianssianalyysin²² selvittääkseni, ovatko havainnot vastausten määrän eroista viestityyppien välillä tilastollisesti merkittäviä. Suoritin testin koko aineistolle siten, että riippumattomana muuttujana oli viestityyppi ja riippuvana muuttujana vastausten määrä. Tulos on tilastollisesti merkitsevä (22.1691, $p=0.004612$) eli viestityyppien välillä on tilastollisesti merkittävä eroavuus vastausten määrässä. Tulos ei kuitenkaan osoita tarkemmin, mitkä viestityypit poikkeavat toisistaan. Tulosta ei voi koskaan automaattisesti tulkita tarkoittamaan sitä, että kaikki otokset poikkeaisivat merkittävästi toisistaan. Otosten välisten erojen tarkemmaksi selvittämiseksi on suoritettava niin sanottuja parivertailuja. (Luoja 2006: 113.)

Käytin parivertailujen tekemiseen *kruskalmc*-testiä, joka on Kruskallin-Wallisn jälkeisten parivertailujen tekemiseen suunniteltu testi. Testissä verrataan keskenään kaikkia viestityyppipareja ja tutkitaan, onko niiden välillä tilastollisesti merkitseviä eroja. Testin tuloksena oli, että ainoa tilastollisesti merkitsevä ero ($p<0.05$) oli ehdotusten pyytämisen ja tiedon tarjoamisen välillä. Suoritin aineistolle myös Mann-Whitneyn testin Bonferroni-korjauksella, joka antoi tuloksena ainoan tilastollisesti melkein merkitsevän eron ($p=0.052$) ehdotusten pyytämisen ja faktisen kysymyksen välille. Näiden testien perusteella voidaan siis todeta, että viestityyppien väliset erot vastausten saamisessa ovat niin pieniä, että suurin osa niistä ei ole tilastollisesti merkitseviä.

4.2.4 Käyttäjien tiedontarpeet eli tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien keskusteluteemat

Seuraavassa tarkastelen sitä, millainen yhteys viestityypeillä oli keskusteluteemoihin (keskusteluteemojen esittely ks. luku 4.1.1). Tarkastelin analyysissä erityisesti *tiedon saamiseen* tähtääviä viestejä (neuvojen, mielipiteiden, kokemusten ja ehdotusten pyynnöt sekä faktiset kysymykset). Tiedon saamiseen tähtäävien viestien keskusteluteemoja analysoimalla voitiin tarkastella, millaisia *tiedontarpeita* käyttäjillä oli tutkituilla keskustelupalstoilla eli mistä asioista he aloittivat viestiketjuja pyytääkseen tietoa. Aineiston kaikkien tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien keskusteluteemat on koottu kuvioon 21.

²² Kruskallin-Wallisn varianssianalyysin nollahypoteesina on otosten mediaanien yhtäsuuruus, kun taas vastahypoteesina on ainakin kahden otoksen mediaanien poikkeaminen toisistaan (Luoja 2006: 164)



Kuvio 21. Tiedon saamiseen tähtäävien viestien keskusteluteemat (N=195)

Yleisin keskusteluteema tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä oli tuotteiden ostoprosessi. Verrattaessa tiedon saamiseen tähtääviä avausviestejä koko aineistoon, ostoprosessiin liittyvä keskustelu oli lähes yhtä yleistä (42 %) kuin koko aineistossa (40 %). Alateemoista tuotteen hankkimisen harkitsemiseen liittyvä keskustelu oli yleisempää (17 %, koko aineistossa 11 %) ja käyttöön liittyvä keskustelu hieman yleisempää (30 %) kuin koko aineistossa (25 %). Etenkin ongelmiin liittyvä keskustelu oli yleisempää (16 %) kuin koko aineistossa (11 %).

Asennukseen liittyvä keskustelu oli hieman yleisempää tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä (16 %) kuin koko aineistossa (11 %). Etenkin normaaliin asennukseen liittyvä keskustelu oli yleisempää (11 %, koko aineistossa 7 %). Tekniikka-keskustelun osalta laitteiden toimintaperiaatteisiin liittyvät aiheet olivat suunnilleen yhtä yleisiä sekä tiedon saamiseen tähtäävissä että muissa avausviesteissä (8 % ja 7 %), mutta tekniikoiden hyvyteen ja huonouteen liittyviä avausviestejä ei ollut tiedon saamiseen tähtäävien avausviestin joukossa ollenkaan. Myös sekalaiset-luokkaan kuuluvia viestejä oli vähemmän tiedon saamiseen tähtäävissä kuin muissa avausviesteissä (4 % ja 8 %).

4.2.5 Yhteenveto ja pohdinta

Avausviestien tavoitteita tarkasteltaessa suurin osa viesteistä (65 %) tähtäsi tiedon saamiseen. Tämä on linjassa aiempien tutkimusten kanssa (esim. Arendholz 2013; Bakke 2019), joissa on havaittu, että yleisin syy aloittaa uusi viestiketju on kysymysten kysyminen tiedon tai neuvojen pyytämiseksi. Näin on etenkin verkkoyhteisöissä, joiden päätarkoitus on informatiivinen eli tiedon hakemiseen ja jakamiseen painottuva (Bakke 2019: 166). Tavoitteiden pääluokkien eli tiedon saamisen, tiedon antamisen ja keskustelun herättämisen suhteen kontrolloidun ja avoimen palstan välillä ei esiintynyt tilastollisesti merkitsevää eroa.

Pääluokat jakautuivat edelleen erilaisiin *viestityyppeihin*. Koko aineiston yleisin viestityyppi oli *neuvojen pyytäminen*, joita oli viidesosa kaikista viesteistä. Neuvojen pyytäminen ja tiedon tarjoaminen olivat yleisempiä kontrolloidulla palstalla, kun taas näkemyksen ilmaiseminen ja kokemusten pyytäminen olivat yleisempiä avoimella palstalla. Vaikka pääluokkien esiintymisessä ei ollut tilastollisesti merkitseviä eroja palstojen välillä, niin eri viestityyppien jakautumisessa niitä oli. Kontrolloidulla palstalla yleisimpiä avausviestityyppejä olivat neuvojen pyynnöt ja seuraavaksi yleisimpiä olivat avausviestit, joissa tarjottiin tietoa. Avoimella palstalla sen sijaan yleisimpiä olivat avausviestit, joissa ilmaistiin näkemyksiä ja seuraavaksi yleisimpiä viestit, joissa pyydettiin mielipiteitä. Huomattavimmat erot kahden palstan välillä näyttäisivät siten olevan neuvojen pyytämisen, näkemysten ilmaisemisen ja tiedon tarjoamisen yleisyydessä.

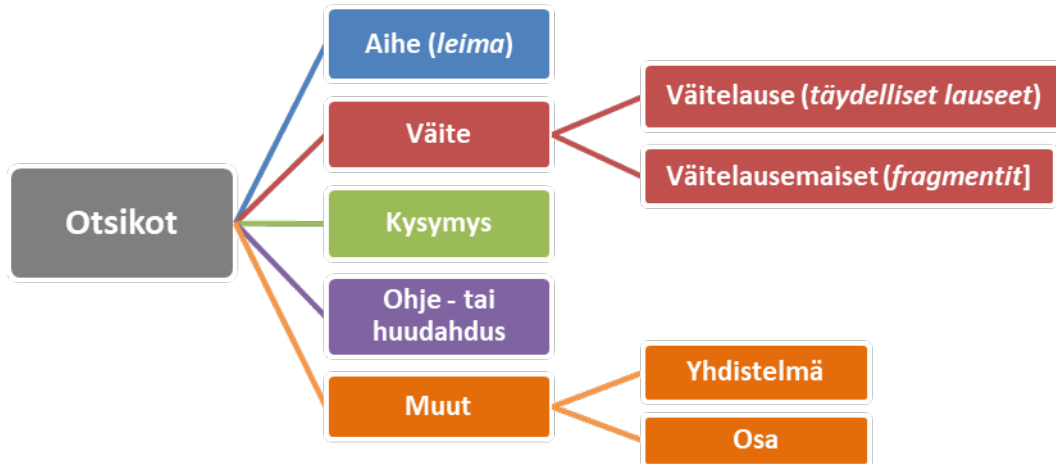
Viestityyppien väliset erot vastausten saamisessa olivat niin pieniä, että suurin osa niistä ei ole tilastollisesti merkitseviä. Yleisin *keskusteluteema* tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä oli tuotteiden ostoprosessi, samoin kuin muutenkin aineistossa. Alateemoista tuotteen hankkimisen harkitseminen oli yleisempää tiedon saamiseen tähtäävissä viestiketjuissa. Etenkin ongelmat olivat yleisempiä kuin koko aineistossa.

4.3 Avausviestien otsikot

Tässä luvussa tarkastelen sitä, millaisia avausviestien otsikot ovat syntaktissemanttiselta rakenteeltaan sekä sitä, millainen yhteys avausviestin tavoitteella ja avausviestin syntaktissemanttisella rakenteella on. Käyn seuraavassa ensin läpi muodostamani otsikoiden luokittelun aineistoesimerkkien avulla (4.3.1) sekä miten aineiston otsikot jakautuivat kyseisiin luokkiin (4.3.2).

4.3.1 Otsikoiden luokittelu

Olen tässä tutkimuksessa luokitellut avausviestien otsikot aiempien luokitteluiden sekä aineistosta nousevien havaintojen pohjalta kuvion 22 mukaisesti.



Kuvio 22. Otsikoiden luokittelu tässä tutkimuksessa

Aiheotsikot ovat lauseke- ja sanaotsikoita, joita ei voi täydentää lauseeksi ja jotka eivät sisällä selvää väitettä tai väittämää. Ne ovat staattisia aiheen nimiä tai aiheen ilmoituksia (usein nominaalirakenteita). (Laihanen 2016: 280.) Selvä enemmistö leimaotsikoista on nominilausekkeita (substantiivi mahdollisine adjektiivi- tai genetiiviattribuutteineen) (Vahtera 2009: 60). Esimerkeissä 25–27 on aineistosta poimittuja aiheotsikoita. Esimerkkejä tarkasteltaessa voidaan havaita, että niissä kaikissa on nimetty jokin kysyjällä oleva ongelma.

- (25) Oikutteleva maalämpö
- (26) Ulkoyksikön "murina"
- (27) Sisäyksikön vieressä oleva verhotangon kotelo

Esimerkeissä 28–30 on *nominalisoituja* otsikoita, joissa pääsanana on teonnimi ("asennus", "puhdistus", "kylmäkäynnistys"). Nominalisointi tiivistää ilmaisua, joten sen käyttäminen viestien otsikoissa keskustelupalstalla on ymmärrettävää, kun otsikolle varatussa kentässä on rajallisesti tilaa.

- (28) Maalämpöpumpun asennus itse
- (29) ulkoyksikön lauhdutinkennoston puhdistus suihkepesuainepullolla
- (30) pumpun kylmäkäynnistys kylmässä tilassa

Väiteotsikot ovat olemista, tapahtumista tai liikettä sisältäviä tai muutosta ja suuntaa kuvaavia, usein dynaamisia, toimintaa ilmaisevia otsikoita (Laihanen 2016: 280). Ne voidaan jakaa edelleen väitelauseotsikoihin ja väitelausemaisiin otsikoihin. *Väitelauseotsikot* ovat kieliopillisesti täydellisiä lauseita eli ilmauksia,

jossa ovat mukana kaikki lauseen ”pakolliset” jäsenet eli predikaattiverbi (finiittiverbi) ja kaikki verbin pakolliset argumentit. (Vahtera 2009: 64.) Esimerkkien 31–35 otsikot ovat väitelauseotsikoita. Esimerkkien otsikoissa olennaista on, että niissä kerrotaan, mitä jokin tekee (”FD ei vastaa”), mitä on tapahtunut (”pumppu hajosi”, ”Ruotsissa on selvitetty”) tai mitä tulee tapahtumaan (”takaisinmaksuaika kasvaa”).

- (31) Mitsubishi FD25 ei vastaa kauko-ohjaimeen
- (32) Fujitsu Ilmalämpö pumppu hajosi 3 vuoden käytön jälkeen
- (33) Ruotsissa on selvitetty miten vähentää VILP:n melua
- (34) SIkakallis MAALÄMPÖ Ei kannata taloudellisesti
- (35) Lämpöpumpun takaisinmaksuaika kasvaa keväällä ~15 prosenttia

Väitelausemaisista otsikoista puuttuu jokin täydellisen lauseen tuntomerkki (finiittiverbi, subjekti tai täydennys) (Vahtera 2009: 59). Finiittiverbittömät, mutta väitelauseiksi täydennettävissä olevat otsikot ovat tyypillisiä otsikkokielessä. Finiittiverbittömyydestä huolimatta niiden voidaan katsoa ilmaisevan väitteen tai kannanoton. (Laihanen 2016: 279–281.) Fragmentit voidaan nähdä siinä mielessä epätäydellisinä lauseina, että ne voidaan muuntaa täydellisiksi lauseiksi lisäämällä puuttuva konstituentti, esimerkiksi finiittiverbi tai subjekti. Kvasifragmentit taas voidaan nähdä eräänlaisina analogiamuodosteina, jotka syntaktisesti (ja osittain semanttisesti) muistuttavat fragmentteja mutta joita ei luontevasti voi täydentää lauseiksi. (Vahtera 2009: 5–6.) Esimerkkien 36–39 otsikot ovat väitelausemaisista otsikoita. Pääteltävissä oleva puuttuva lauseenjäsen on merkitty hakasulkeisiin. Esimerkeissä 36–38 puuttuva lauseenjäsen on finiittiverbi (*on*, *tulee*) ja esimerkissä 39 subjekti (*lämpöpumppu*).

- (36) Maalämpö [on] todettu ylivoimaiseksi
- (37) Maalämmön myynti [on] hurjaa
- (38) Hitachi ja Innova ilmalämpöpumppuihin [tulee] lisää takuuta
- (39) [lämpöpumppu] Jurnuttaa

Kysymysotsikot alkavat joko kysymyssanalla tai kysyvällä -kO-adverbilla. Kysyvyyttä voidaan ilmaista myös käyttämällä kysymysmerkkiä otsikon lopussa, vaikka otsikko ei sisältäisikään kysymyssanaa tai kysyvää adverbia (Mikkonen 2010: 80). Esimerkeissä 40–45 on erilaisia aineistosta poimittuja kysymysotsikoita, joissa kysyvyyttä ilmaiseva kielenaines on merkitty alleviivauksella.

- (40) miten ilmalämpöpumpun käynnistys onnistuu pakkasella?
- (41) Mitä mieltä olet uusitun kylmäasentajan ammattitutkinnon sisällöstä?
- (42) Meneekö liikaa sähköä?
- (43) kerrostalon maalämpö, järkeäkö?
- (44) Ilmalämpöpumpun suojakatos?
- (45) Säästää ilmalämpöpumpulla?

Ohje- ja huudahdusotsikot ovat funktioltaan huudahtavia ja päättyvät huutomerkin tai ovat tulkittavissa ohjeiksi tai suosituksiksi. Mukana voi olla myös tervehdys tai lukijan puhuttelu. (Laihanen 2016: 279.) Huudahdukset ja puhuttelut eroavat kertovien otsikoiden fragmentti-kategoriasta siinä, että niitä ei voi täydentää lauseiksi. Huudahduksessa voidaan esimerkiksi esittää pyyntö tai ilmaista ihmetys. (Mikkonen 2010: 81.) Esimerkit 46–49 ovat aineistosta poimittuja ohje- (esimerkit 46–48) ja huudahdusotsikoita (esimerkki 49).

- (46) kertokaapa turkunseudulla maalämmön asentamisesta
- (47) Bongaa naapuruston ILPit (ja jäähdyttäjät)
- (48) Varovaisuutta maalämmön mitoituksessa!
- (49) Jippii, mulla on kahden sisäyksikön laite!

Yhdistelmäotsikoissa on yhdistetty kaksi erilaista otsikkotyyppiä samaan otsikkoon. Esimerkeissä 50–54 on aineistosta poimittuja yhdistelmäotsikoita. Lihavoinnit on lisätty jälkikäteen havainnollistamaan kahta erilaista otsikkotyyppiä (ensimmäinen otsikkotyyppi lihavoituna ja toinen ilman lihavoitua).

- (50) **Hyytyy.** Missä pienitehoiset?
- (51) **MLP tuli**, kannattaako nyt kytkeä APK lämpimään veteen ???
- (52) **310P:n höyrystin jäätyy jatkuvasti!** Niben huoltoja pk-seudulla?
- (53) **Tilasin Hitachi Premiun RAC-25SX8 MITÄ SAIN!**
- (54) **Vesikiertoinen ilp+aurinkokeräimet**, kommentteja kaivataan

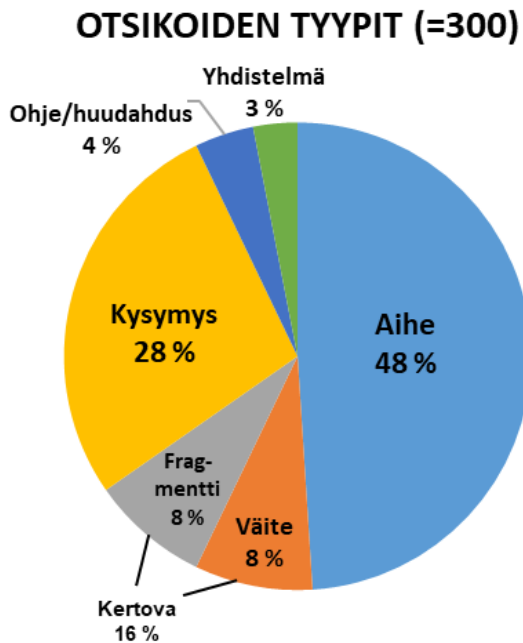
Lisäksi omaksi kategoriakseen aineiston pohjalta luokittelin ”osat”, joissa vain otsikon alkuosa on kirjoitettu otsikkokenttään ja otsikon loppuosa on kirjoitettu joko nimimerkille varattuun kenttään tai viestikenttään. Esimerkeissä 55–58 on tähän kategoriaan luokiteltuja otsikoita. Esimerkkien ensimmäisellä rivillä on otsikkokenttään kirjoitettu otsikko ja toisella rivillä hakasulkeiden sisään merkittynä on nimimerkille varattuun kenttään kirjoitettu otsikon loppuosa.

- (55) montako vuotta menee...
[että tällainen haukkuu lämmityksellä hintansa???]
- (56) Lämmitysjärjestelmä valittu, saapas nähdä..
[..oliko hyvä ratkaisu.]
- (57) Mitsubishi ilmalämpöpumpun
[ongelma???]
- (58) Naama noessa, mutta Marraskuu ...
[taitaa mennä nipin napin alle 1000kWh!!]

Kaikki edellä olevat esimerkit (55–58) ovat Suomi24-aineistosta. On huomattava, että Lampopumput.infossa tämän kaltaiset otsikot eivät ole teknisesti mahdollisia.

4.3.2 Tulokset ja pohdinta

Ylivoimaisesti suosituin otsikkotyyppi oli aiheotsikko. Niitä oli lähes puolet aineiston otsikoista (kuvio 23). Seuraavaksi eniten oli kysymysotsikoita, hieman vajaa kolmasosa (27 %). Kertovia otsikoita oli aineistosta 16 %. Kahden eri palstan, kontrolloidun ja avoimen, väliset erot olivat pienet. Jos tarkastellaan asiaa eri viestityyppien osalta, aiheotsikot olivat yleisimpiä kaikissa viestityypeissä, paitsi mielipiteiden pyynnöissä, joissa kysymysotsikot olivat yleisimpiä (40 %, N=47). Myös faktisissa kysymyksissä kysymysotsikot olivat melko yleisiä (32 %, N=47). ”Osat”-tyyppi oli mukana vain Suomi24-aineistossa, joskin se oli harvinainen myös siellä.



Kuvio 23. Otsikoiden tyyppien jakautuminen

Yhtenä otsikoiden muotoa selittävänä tekijänä on tekstin päämäärä. Kun tarkastellaan aiempia otsikoista tehtyjä tutkimuksia eri tyyppisistä teksteistä, esimerkiksi arvosteluteksteissä kysymysotsikot eivät olleet yleisiä (Laihanen 2016: 281), mutta yleisönosastoteksteissä ne olivat väitelauseiden jälkeen toiseksi yleisin otsikointitapa (Mikkonen 2010: 80, 230). Keskustelupalstoilla tiedon saaminen sen sijaan on keskeinen funktio (65 % aineistosta, Salmela 2013a), mikä selittää kysymysotsikoiden yleisyyttä.

Aiheotsikoiden yleisyyttä selittää osaltaan myös keskustelun aihepiiri. Aineiston otsikoissa oli paljon niin sanottuja *nominalisoituja otsikoita*, joissa pääsanana on teonnimi. Nominalisaatio on tyypillistä erikoisaloiden kielille. Nomineja esiintyy erikoisalateksteissä verbejä enemmän ja etenkin verbeistä johdetut substantiivit

ovat keskeisessä roolissa (Cabré 1999: 75). Taustalla ovat erikoistuneelle diskursseille ominaiset selkeys, objektiivisuus, tarkkuus ja tiiviys (ks. Hoffman 1984: 31).

Myös kirjoittajakunta saattaa selittää osaltaan otsikoiden muotoa. Aiemmissa ot-sikoista tehdyissä tutkimuksissa esimerkiksi luokanopettajaopiskelijat suosivat kirjoituksissaan väiteotsikoita, kun taas teekkarit suosivat aiheotsikoita (Laihanen 2016: 281). Luokanopettajaopiskelijat suosivat myös ohje- ja huudahdusotsikoita useammin kuin teekkarit (emt.). Aineiston kirjoittajakunta koostuu suurelta osin teknisesti suuntautuneista ihmisistä, joilla on teknisen alan koulutus, ammatti tai ainakin kiinnostusta tekniikkaa kohtaan. Siten voisi nähdä, että aineiston kirjoittajakunta on todennäköisesti ominaisuuksiltaan ja preferensseiltään lähempänä teekkareita kuin luokanopettajaopiskelijoita, mikä on linjassa tulosten kanssa.

4.4 Tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien rakenne

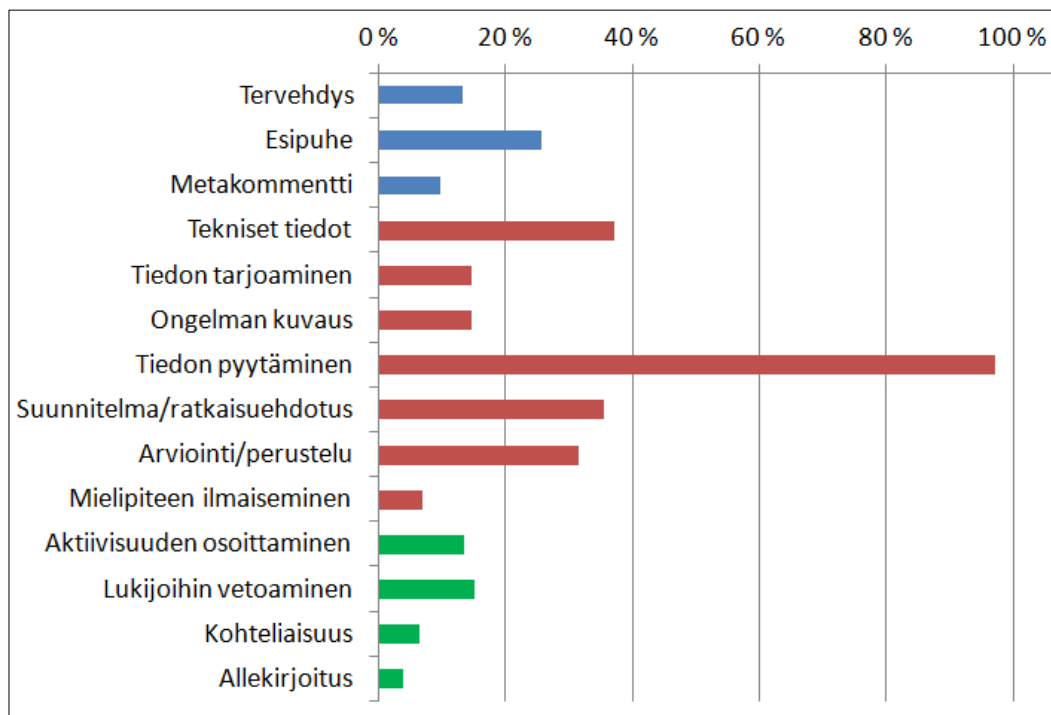
Tässä alaluvussa tarkastelen, millaisista rakenne-elementeistä tiedon saamiseen tähtäävät avausviestit koostuivat ja millainen yhteys rakenne-elementtien esiintymisellä oli avausviestien saamien vastausten määrään. Analyysia varten loin aineistolähtöisesti avausviestien rakenne-elementtien luokittelun, jonka pohjana olivat Herringin (1996b) ja Kouperin (2010) luokittelut, Burken ym. (2007) erittelemät avausviestien retoriset strategiat sekä tutkimusaineistosta nousevat havainnot (ks. luku 3.1.4.).

Aluksi analysoin koko aineiston eli jokaisen tiedon saamiseen tähtäävän avausviestin (N=195) rakenteen. Seuraavaksi selvitin, mitkä olivat yleisimmät rakenne-elementit kussakin tiedon saamiseen tähtäävässä viestityypissä (neuvojen pyynnöt, faktiset kysymykset, mielipiteiden, ehdotusten ja kokemusten pyynnöt). Yleisimpien rakenne-elementtien voidaan katsoa muodostavan kyseisen viestityypin perusrakenteen eli niin kutsutun prototyyppisen viestin (ks. Kanoksilapatham 2012: 299).

Viestien rakenteessa esiintyy myös niin sanottuja *valinnaisia osia*, jotka eivät muodosta minkään viestityypin perusrakennetta (rakenteen välttämättömät ja valinnaiset osat ks. Hasan 1989 [1985]). Tarkastelin valinnaisten osien esiintymistä ja esiintymisen yhteyttä avausviestien saamien vastausten määrään, sillä aiemman tutkimuksen mukaan (Burke ym. 2007) tiettyjen viestin elementtien käyttäminen avausviestissä vaikuttaa saatujen vastausten määrään.

4.4.1 Rakenneosien esittely

Tässä alaluvussa esittelen avausviesteille suorittamani rakenteen analyysin pohjana olevan luokittelun. Analyysissa viesteistä erotettiin rakenneosia eli merkitykseltään itsenäisiä osia (esim. tervehdys). Viestit jaettiin rakenne-elementteihin sisällönanalyysia käyttäen. Analyysin luokittelun pohjana käytettiin luvussa 3.1.4 esitellyissä aiemmissa tutkimuksissa eriteltyjä luokituksia. Lämpöpumppuaiheisten keskustelujen avausviestien rakenneosiksi muodostuivat kuviossa 24 esitetyt rakenneosat. Kuvioon merkityt palkit kuvaavat kunkin rakenneosan yleisyyttä aineistossa.



Kuvio 24. Tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien rakenneosat ja niiden esiintyminen aineistossa

Rakenneosat eivät välttämättä esiintyneet kuviossa esitettyssä järjestyksessä, ja rakenneosien järjestys vaihteli aineiston viestien välillä melko paljon (ks. myös Kouper 2010: 10). Kuvion järjestys on kuitenkin rakenneosille tyypillinen. Vuorovaikutuksellisilla teksteillä, joita ovat esimerkiksi kirjeet ja keskustelupalstan viestit (ks. Herring 1996b: 86), on tunnistettavissa yleinen kolmiosainen perusrakenne. Perusrakenne koostuu viestin asiasisällöstä sekä sitä ennen ja sen jälkeen sijoittuvista vuorovaikutuksellisista osista, jotka yhdistävät viestin laajempaan vuorovaikutukselliseen kontekstiin (emt.). Kuviossa 24 tämä kolmiosainen perusrakenne on esitetty eri värikoodein siten, että punaisin palkein on merkitty *viestin*

asiasisältöön liittyvät rakenneosat (tekniset tiedot, tiedon tarjoaminen, ongelman kuvaus, tiedon pyytäminen, suunnitelma tai ratkaisuehdotus, arviointi tai perustelu sekä mielipiteen ilmaiseminen). Näiden rakenneosien pohjalla on nähtävissä *informationaalis-ekspositorinen skeema*, jonka siirrot esittävät ja kehittävät ratkaisua ongelmaan (Herring 1996b: 85). Skeema koostuu neljästä rakenneosasta, jotka ovat ongelman tunnistaminen, ratkaisuehdotus, ratkaisuehdotuksen perustelu ja ratkaisun arviointi (emt.).

Vuorovaikutukselliset osat on merkitty kuvioon sinisin (ennen asiasisältöä) ja vihrein (asiasisällön jälkeen) palkein. Erottelin viesteistä Herringin (1996: 86) tapaan aloituskonventiot, johdannon, vartalon, lopetuksen ja lopetuskonventiot. Vartalo viittaa itse viestin asiasisältöön, jolloin muita osia ovat aloituskonventiot, johdanto, lopetus ja lopetuskonventiot. Vuorovaikutuksellisiin osiin kuuluvat myös esipuhe, metakommentit ja lukijoihin vetoaminen vastausten saamiseksi. *Esipuheella* tarkoitetaan viestin johdantoa, joka liittyy keskustelunaiheeseen. Esipuhe tarjoaa taustatietoa viestin sisällöstä. Se ei ole välttämätön osa viestiä, sillä sen puuttuminen ei estä esimerkiksi ongelman ratkaisemista. Esipuhe vastaa käytännössä Burken ym. (2007) erittelemää aihejohdantoa (*topic introduction*), joka kuvaa kirjoittajan henkilökohtaista yhteyttä keskustelun aiheeseen. Esipuhe on lähellä myös Kouperin (2010: 9) kuvaamaa orientaatiota, joka tarjoaa lisäinformaatiota esimerkiksi kirjoittajasta itsestään ja hänen elämästään. Esimerkissä 59 on tyypillinen esipuhe, jossa kirjoittaja avaa suhdettaan viestin aiheena olevaan lämpöpumppuun.

- (59) Sain tällaisen pumpun jokusia vuosia sitten lahjaksi, ja sen paremmin en ole perehtynyt toimintaan...

Metakommentti liittyy jollain tavalla itse keskustelupalstaan tai viestiin kommentoiden niitä jollain tavoin. Metakommentti toimii yleensä johdantona viestiin, mutta se voi sijaita myös muualla viestissä. Metakommentti on lähellä Burken ym. (2007) kuvaamia ryhmäjohdantoja (*group-introductions*), jotka kuvaavat kirjoittajan suhdetta ryhmään. Myös Kouperin (2010: 10) kuvaama viestin osa *oikeutus*, jota käytettiin tarjoamaan syitä neuvojen tai tiedon pyytämiseen, liittyy metakommentteihin. Tällaisia syitä olivat esimerkiksi pelko tai huoli, välttämättömän tiedon puute sekä verkossa olevan vertaisavun käyttö ”viimeisenä muttei vähäisimpänä” keinona (emt.). Esimerkissä 60 on tyypillinen aineistossa esiintyvä metakommentti, jossa kirjoittaja perustelee valintaansa tiedon pyytämiseen kyseensomaiselta keskustelupalstalta.

- (60) Tämä lienee väärä foorumi kysellä maalämpöön liittyvistä asioista. Täältä kun on kuitenkin löytynyt asialliset vastaukset lähes kaikelle maan ja taivaan välillä liikkuvälle, niin en malta olla kysymättä seuraavaa.

Teknisissä tiedoissa kuvataan avausviestissä mainittuun asiantilaan liittyvät tekniset tiedot, kuten rakennuksen ominaisuudet ja käytössä olevat lvi-laitteet (ks. esimerkki 66). *Ongelman kuvauksessa* kirjoittaja antaa lukijoille sellaista viestin aiheena olevaan ongelmaan liittyvää tietoa, jota tarvitaan kyseisen ongelman ratkaisemiseen (ks. esimerkki 66). *Ratkaisuehdotus* avausviesteissä kohdistuu tyypillisesti kirjoittajan itse viestissä esiin tuomaan ongelmaan. Tarkoituksena saat-
taa olla halu saada muilta mielipiteitä ratkaisuehdotuksen toimivuudesta tai mahdollisesti ainoastaan pyrkimys osoittaa omaa aktiivisuutta ja sitä, että oli tehnyt itsekin ajatustyötä ongelman ratkaisemiseksi. *Suunnitelma* muistuttaa ratkaisuehdotusta siten, että lukijoilta halutaan yleensä mielipiteitä suunnitelmasta, mutta suunnitelman taustalla ei tarvitse olla ongelmaa, vaan suunnitelma voi koskea esimerkiksi aikomusta hankkia jokin tietty tuote tai käyttää jonkin tietyn yrityksen palveluita.

Aktiivisuuden osoittaminen tarkoittaa kuvausta siitä, mitä kirjoittaja on ennen avun pyytämistä itse tehnyt ongelman selvittämiseksi, kuten kokeillut erilaisia ratkaisuja (esimerkit 61 ja 62) tai etsinyt tietoa muista lähteistä.

- (61) Kokeilin vaihtaa sisäyksikön molemmat lämpöanturit (oli purettuna kompuravikaisesta EgCKP koneesta). Mitään eroa ei tilanteeseen tullut.
- (62) Suodattimet on vaihdettu, A4-testi tehty onnistuneesti (ilma kiertää), poistoilma selvästi sisäilmaa kylmempää (kanava 5 ~ 12), eli kaiken pitäisi olla kuten kirjoissa...

Lukijoihin vetoaminen toimii avausviestien kohdalla yleensä vetoomuksena nimenomaan vastausten saamiseksi. Viesteissä vedotaan esimerkiksi lukijoiden asiantuntijuuteen (esimerkki 63) tai asian kiireellisyyteen.

- (63) Valinta ei liene ihan triviaalia joten toivoisin gurumpien apua.

Kohteliaisuuksista tyypillisimpiä avausviesteissä ovat etukäteen kiittämiset mahdollisista lukijoiden tulevaisuudessa antamista neuvoista (ks. Kouper 2010: 10), kuten esimerkissä 64. Pahoittelu puolestaan kohdistuu avausviesteissä tyypillisesti omaan liian vähäiseen kokemukseen tai tietämykseen käsiteltävästä aiheesta (esimerkki 65).

- (64) Kiitoksia jos joku viitsii hiukan auttaa tyhmää... :)
- (65) Pahoittelen, mutta en suoranaisesti löytänyt vastauksia mistään.

4.4.2 Viestityyppien perusrakenneosat

Erityyppisillä avausviesteillä voidaan nähdä omanlaisensa, tietyistä rakenneosista koostuva perusrakenne, johon kuuluu sekä välttämättömiä että valinnaisia osia (ks. Hasan 1989 [1985]). Tässä luvussa tarkastelen lähemmin kaikkia viittä erilaista avausviestityyppiä, joiden tavoitteena on tiedon pyytäminen (neuvojen pyynnöt, faktiset kysymykset, mielipiteiden, ehdotusten ja kokemusten pyynnöt). Kussakin viestityypissä yleisimmin esiintyvien rakenneosien katsotaan muodostavan kyseisen viestityypin perusrakenteen. Olen koonnut viestityyppien yleisimmät rakenneosat taulukkoon 9.

Taulukko 9. Viestityyppien yleisimmät rakenneosat

	Esi- puhe	Tekniset tiedot	Ongel- man kuvaus	Tiedon pyytä- minen	Ratkai- suehdo- tus	Arvi- ointi/pe- rustelu	Aktiivi- suuden osoitt.
<i>Neuvojen pyyntö</i>		47 %	66 %	93 %	27 %		27 %
<i>Faktinen kysymys</i>	28 %			100 %		38 %	
<i>Mielipitei- den pyyntö</i>		60 %		96 %	62 %	45 %	
<i>Ehdotusten pyyntö</i>		57 %		100 %	86 %		
<i>Kokemus- ten pyyntö</i>				100 %	31 %	29 %	

Neuvojen pyynnöissä yleisimmät rakenneosat olivat tiedon pyytäminen (93 %), ongelman kuvaus (66 %) ja tekniset tiedot (47 %). Melko yleisiä olivat myös suunnitelma tai ratkaisuehdotus (27 %) sekä aktiivisuuden osoittaminen (27 %). *Neuvojen pyynnöissä* toistui usein sama kaava, jossa kuvattiin ongelmatilanne sekä ongelmaan liittyvät tekniset tiedot, kerrottiin omista yrityksistä ratkaista ongelma sekä pyydettiin tietoa tai vedottiin lukijoihin (ks. myös Salmela & Nuopponen 2012: 228). Esimerkki 66 on tyypillinen neuvojen pyyntö, jossa viestin eri rakenneosat (merkitty koodeilla²³) erottuvat toisistaan hyvin selkeästi. Viesti alkaa ter-

²³ Merkintöjen selitykset:
 < > = rakenneosa alkaa
 </ > = rakenneosa päättyy
 <ap> = arviointi/perustelu
 <lv> = lukijoihin vetoaminen
 <ok> = ongelman kuvaus
 <sr> = suunnitelma/ratkaisuehdotus
 <tp> = tiedon pyytäminen
 <tt> = tekniset tiedot
 <t> = tervehdys

vehdyksellä (t), jota seuraa lukijoihin vetoaminen (lv). Seuraavana luetellaan taloon ja lämmityslaitteisiin liittyvät tekniset tiedot (tt), jonka jälkeen viesti jatkuu ongelman kuvauksella (ok) ja loppuu tiedon pyytämiseen (tp).

- (66) <t>Hyvää iltaa kaikki</t><lv>ja toivottavasti osaisitte auttaa, jotta ei tarvitsisi koko talvea olla flunssassa.</lv>
 <tt>Olemme siis hankkineet kaksikerroksiseen omakotitaloomme (suorasähkölämmitys) Mitsun ilmalämpöpumpun. Se on sijoitettuna olohuoneeseen, joka on avointa tilaa yläkertaan saakka. Olohuone on osittain avointa tilaa myös keittiön kanssa, jossa laattalattia ja lattialämmitys. Takka on olohuoneessa, mutta tänään vasta ensimmäistä kertaa päällä, joten sen vaikutuksesta ei tietoa.</tt>
 <ok>Kaikki lähti siitä, kun olemme asentaneet ilmalämpöpumpun lämpötilaksi 20 astetta. Kaikesta huolimatta sisällä on 25 astetta. Tässä kohdasta laskimme lattialämmitystä vielä entisestään alemmas, samoin patterit, jotka olivat myös 20 asteeseen asennettuja pistettiin kiinni. No, sillä seurauksella, että lattianrajassa on kylmää, paitsi mitsun läheisyydessä, ja lämpötila 24 astetta. Veto on kovaa.</ok>
 <tp>olisiko vinkkejä?</tp>
 (LP: Ensimmäinen talvi ja Mitsubishin kanssa hukasa)

Faktisissa kysymyksissä yleisimmät rakenneosat olivat tiedon pyytäminen (100 %), ja arviointi/perustelu (38 %). Melko yleinen rakenne-elementti oli myös esipuhe (28 %). Esimerkin 67 viesti on faktinen kysymys, joka alkaa tervehdyksellä (t) ja jatkuu tiedon pyytämisellä (tp) yleisluontoisesta lämpöpumpun tekniseen toimintaan liittyvästä asiasta. Seuraavaksi kirjoittaja perustelee kysymystään sillä, että tuttu sähkömies on väittänyt niin (ap). Kirjoittaja käyttää siten perusteena kysymykselleen ulkopuolisen asiantuntijan näkemystä aiheesta. Viesti loppuu lukijoihin vetoamiseen (lv), jossa vedotaan lukijoiden asiantuntijuuteen ("jos joku sähköjumala lukee").

- (67) <t>Heippa.</t>
 <tp>50 hertsillä pumppu ottaa maksimissaan 700w. Nouseeko hertsiluku tarvittaessa esim. liki sataa, ja näin ollen pumppu nappaisikin maksimissaan jopa 1400w?</tp><ap>Tuttu sähkömies väitti näin, mutta epäileviä tuomaitakin on ollut liikenteessä.</ap><lv>Että jos joku sähköjumala lukee, niin kertokoon! :)</lv> (S24: Lämpöpumpun kulutus/hertsii?)

Avausviesteissä, joissa pyydettiin *mielipiteitä*, yleisimmät rakenneosat olivat tiedon pyytäminen (96 %), suunnitelma/ratkaisuehdotus (62 %), tekniset tiedot (60 %) sekä arviointi/perustelu (45 %). Esimerkin 68 viesti alkaa kahdella eri suunnitelmalla (sr) lämmitysjärjestelmävaihtoehtoiksi. Seuraavaksi kuvataan talon tekniset tiedot (tt). Viestin lopussa kirjoittaja pyytää tietoa (tp) valintaan liittyvään yksityiskohtaan liittyen.

- (68) <sr>Eli itselleni on tarjottu maalämpöä 14.600-23.000 euron välillä, sekä poraus syvytydet 110-210metriin..
 Olen kysellyt myös ilma-vesi lämpöpumppua, josta en ole vielä saanut tarjousta, mutta heillä oli kyseiset laitteet asennettuna alk: 7500euroa.
 </sr>
 <tt>Talo on vanha, 55-rakennettu 150m² lämmitettävää alaa, sekä vesikiertoinen patteriverkosto vm 65. (patterit ovat komeasti muotoillut, joskus ulkomailta tilattu)</tt>
 <tp>Eli jos nyt vaihdan öljyn pois, niin joutuisin myös luopumaan noista rautapattereista?</tp> (S24: Ilmavesi vai maalämpö??)

Avausviesteissä, joissa pyydettiin *ehdotuksia*, yleisimmät rakenneosat olivat tiedon pyytäminen (100 %), suunnitelma/ratkaisuehdotus (86 %) sekä tekniset tiedot (57 %). Huomioitavaa tämän avausviestityypin kohdalla on kuitenkin hyvin pieni otos, vain 7 viestiä, johtuen viestityypin harvinaisuudesta aineistossa. Esimerkki 69 on tyypillinen viesti, jossa pyydetään ehdotuksia. Viesti alkaa teknisillä tiedoilla (tt), minkä jälkeen pyydetään lukijoilta tietoa (tp) eli ehdotuksia lämpöpumpuksi. Teknisten tietojen kuvaaminen jatkuu vielä viestin lopussa. Aineiston viesteissä oli melko tavanomaista, että sama rakenneosa esiintyi kaksi kertaa viestin eri kohdissa (vrt. Kouper 10: 2010).

- (69) <tt>Minulla on ulkorakennus, jossa yksi ainoa huone 13 m².</tt>
 <tp>Mikä olisi sellainen pumppu, missä olisi kaikkein pienin mitoitus eli tuollaiseen pieneen tilaan suunniteltu?</tp><tt>Lämpöä pidän tilassa noin 7 astetta kahdella 100 watin sähköpatterilla.</tt>
 (LP: Pienin ja halvin pumppu)

Avausviesteissä, joissa pyydettiin *kokemuksia*, yleisimmät rakenneosat olivat tiedon pyytäminen (100 %), suunnitelma/ratkaisuehdotus (31 %) ja arviointi/perustelu (29 %). Esimerkin 70 viesti, jossa pyydetään kokemuksia, alkaa tervehdyksellä (t), jonka jälkeen seuraa suunnitelma (sr) maalämpöjärjestelmän ostamisesta tietyltä yritykseltä. Viesti päättyy tiedon eli kokemusten pyytämiseen (tp) kyseisestä yrityksestä.

- (70) <t>Moi!</t>
 <sr>Olemme harkitsemassa maalämpösystemin ottamista Yritys X:ltä Paikkakunnalta Y.</sr><tp>Onko kenelläkään kokemuksia miten asennukset sun muut pelasivat? Kertokaa sekä positiiviset että negatiiviset kommentit ja myös se, millainen systeemi teille tuli.</tp>
 (S24: Yritys X/Paikkakunta Y)

Yhteenvedon voidaan todeta, että tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien perusrakenneosia olivat *tiedon pyytäminen* (kaikissa viestityypeissä), *ongelman kuvaus* (neuvojen pyynnöissä), *tekniset tiedot* (neuvojen, mielipiteiden ja ehdotusten pyynnöissä), *suunnitelma* tai *ratkaisuehdotus* (mielipiteiden, ehdotusten ja kokemusten pyynnöissä) sekä *arviointi tai perustelu* (faktisissa kysymyksissä sekä

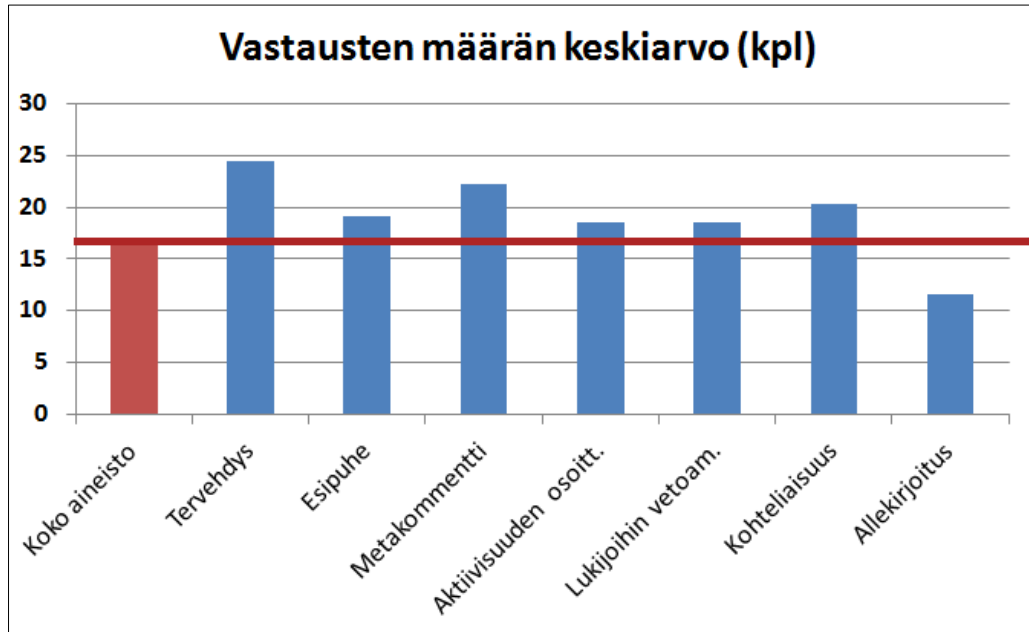
mielipiteiden ja kokemusten pyynnöissä). Nämä kaikki ovat viestin asiasisältöön liittyviä rakenneosia, joiden pohjalla on nähtävissä *informationaalis-ekspositorinen skeema*, jonka siirrot esittävät ja kehittävät ratkaisua ongelmaan (ks. Herring 1996b: 85).

Viestin asiasisältöön liittyvät rakenneosat, jotka eivät olleet minkään tiedon saamiseen tähtäävän avausviestityypin perusosana, olivat *tiedon tarjoaminen* ja *mielipiteen ilmaiseminen*. Selityksenä on todennäköisesti kyseisten rakenneosien kuuluminen *tiedon antamiseen tähtäävien viestien* perusrakenneosiin. Muut analyysin pohjana olleeseen luokitteluun kuuluvat rakenneosat, jotka eivät olleet tiedon saamiseen tähtäävien viestien perusrakenneosina, ovat viestin asiasisällön ulkopuolisia *vuorovaikutuksellisia* rakenneosia.

4.4.3 Valinnaiset rakenneosat ja niiden yhteys vastausten määrään

Seuraavaksi tarkastelen avausviestien valinnaisia rakenneosia, jotka eivät kuuluneet osana minkään viestityypin perusrakenteeseen. Tarkastelin näiden rakenneosien esiintymistä ja yhteyttä avausviestien saamien vastausten määrään. Viestin asiasisältöön liittyvät rakenneosat, jotka eivät olleet tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien perusosina olivat *tiedon tarjoaminen* ja *mielipiteen ilmaiseminen*. Tiedon tarjoaminen esiintyi 14 %:ssa avausviesteistä ja oli yleisin faktisissa kysymyksissä (21 %). Avausviestit, joiden rakenneosana oli tiedon tarjoaminen, olivat saaneet keskimäärin 14,9 vastausta, mikä oli keskimäärin vähemmän kuin koko aineiston avausviesteissä (16,9 kpl). Siten tiedon tarjoamisen esiintymisellä avausviestissä ei ollut nähtävissä yhteyttä keskimääräistä suurempaan vastausmäärään. Mielipiteen ilmaiseminen esiintyi 7 %:ssa avausviesteistä. Avausviestit, joissa mielipiteen ilmaiseminen oli rakenneosana, olivat saaneet keskimäärin 21 vastausta, mikä oli keskimääräistä enemmän.

Kuviossa 25 on yhteenveto valinnaisista *vuorovaikutuksellisista* rakenneosista ja niiden esiintymisen yhteydestä avausviestin saamien vastausten määrään. Ensimmäinen pylväs kuvaa vastausten määrän keskiarvoa koko aineiston avausviesteissä, ja seuraavat pylväät kuvaavat vastausten määrän keskiarvoa sellaisissa avausviesteissä, joissa esiintyi mainittu rakenneosa.



Kuvio 25. Vastausten määrän keskiarvo eri rakenneosien esiintyessä

Aloituskonventioihin kuuluva *tervehdys* viestin alussa esiintyi yhteensä 13 %:ssa viesteistä ja yleisin se oli neuvojen pyynnöissä (22 %). Arendholzin (2013: 148) tutkimuksessa 14 %:ssa viesteistä oli tervehdys, mikä on hyvin samanlainen tulos oman tutkimukseni kanssa. Arendholz (emt.) toteaa, että tervehdyksiä vaikutettiin käyttävän erityisesti tilanteissa, joissa hyvä ensivaikutelma on tärkeä, kuten uusien tulokkaiden esitellessä itsensä palstalla. Avausviestit, joissa oli tervehdys, saivat vastauksia keskimäärin 24,4 kpl, mikä oli keskimäärin enemmän kuin koko aineiston avausviesteissä (16,9 kpl). Aiemmassa tutkimuksessa (Salmela & Nuopponen 2012: 226), jossa verrattiin keskenään suosittuja ja vastauksetta jääneitä avausviestejä tietotekniikka-aiheisella keskustelupalstalla, paljon vastauksia saaneissa avausviesteissä esiintyi enemmän tervehdyksiä (14 %) kuin vastauksetta jääneissä avausviesteissä (8 %). Siten tervehdyksen käytön ja suuren vastausmäärän välillä näyttäisi olevan yhteys.

Johdantoihin kuuluva *esipuhe* oli mukana yhteensä 26 %:ssa avausviesteistä. Avausviestit, joissa oli esipuhe, saivat vastauksia keskimäärin 19,1 kpl eli keskimääräistä enemmän. *Metakommentteja* esiintyi yhteensä 10 %:ssa avausviesteistä, ja myös ne saivat keskimääräistä enemmän vastauksia (22,2 kpl). Myös aiemmassa tutkimuksessa (Salmela & Nuopponen 2012: 226) metakommentteja oli käytetty suosituissa avausviesteissä enemmän kuin vastauksetta jääneissä viesteissä.

Aktiivisuuden osoittaminen esiintyi yhteensä 13 %:ssa avausviesteistä. Yleisin se oli neuvojen pyynnöissä (27 %), mikä on hyvin odotetun kaltainen tulos, sillä neuvojen pyynnöissä tyypillisesti kerrotaan omista yrityksistä ratkaista ongelma, johon neuvoja pyydetään. Vastauksia viestit, joissa osoitettiin omaa aktiivisuutta, saivat keskimäärin 18,5 kpl eli hieman keskimääräistä enemmän. *Lukijoihin vetoamista* esiintyi yhteensä 15 %:ssa viesteistä, ja ne olivat saaneet vastauksia keskimäärin 20,1 kpl eli myös hieman keskimääräistä enemmän.

Kohteliaisuus eli *kiitos* tai *pahoittelu* esiintyi yhteensä 6 %:ssa avausviesteistä. Kohteliaisuuden sisältävät viestit olivat saaneet vastauksia keskimäärin 20,3 kpl, mikä on keskimääräistä enemmän. *Allekirjoitus* viestin lopussa esiintyi vain 4 %:ssa avausviesteistä. Yleisin se oli neuvojen pyynnöissä (10 %). Myös aiemmassa tutkimuksessa allekirjoitus oli harvinainen ja esiintyen vain 1 %:ssa viesteistä (Salmela & Nuopponen 2012: 228). Avausviestit, joissa oli allekirjoitus, saivat vastauksia keskimäärin 11,6 kpl eli keskimääräistä vähemmän.

4.4.4 Yhteenveto ja pohdinta

Tulosten mukaan tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien perusrakenneosia olivat tiedon pyytäminen, ongelman kuvaus, tekniset tiedot, arviointi/perustelu sekä suunnitelma/ratkaisuehdotus. Nämä kaikki ovat viestin asiasisältöön liittyviä rakenneosia, joiden pohjalla on nähtävissä informationaalis-ekspositorinen skeema, jonka siirrot esittävät ja kehittävät ratkaisua ongelmaan (ks. Herring 1996b: 85).

Tarkasteltaessa valinnaisten elementtien esiintymistä ja sen yhteyttä vastausten määrään etenkin avausviestit, joissa oli tervehdys, kohteliaisuus tai metakommentti, saivat keskimääräistä enemmän vastauksia. Tulokset ovat linjassa aiemman tutkimuksen (Salmela & Nuopponen 2012: 226–228) kanssa, jossa paljon vastauksia saaneissa avausviesteissä käytettiin useammin tervehdyksiä, metakommentteja, esipuheita ja lukijoihin vetoamista, kun taas pelkkä tiedon pyytäminen oli yleisempää sellaisissa avausviesteissä, jotka eivät olleet saaneet ollenkaan vastauksia.

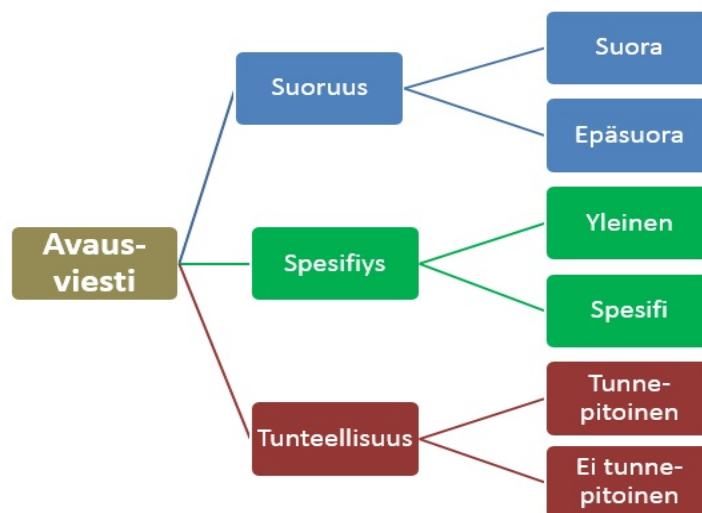
Vaikka tietoa voidaan periaatteessa pyytää ilman ylimääräisiä rakenneosia, kirjoittaja saattaa kokea olevansa velvollinen käyttämään niitä. Vapaaehtoisissa rakenneosissa tarjottu tieto voi auttaa vetoamaan lukijoiden tunteisiin sekä lisäämään ymmärrystä ja auttamishalukkuutta. (Kouper 2010: 9.) Viestissä olevilla johdannolla on aiemman tutkimuksen (Burke ym. 2007) mukaan kaksi päätarkoitusta: ne ”oikeuttavat” viestin kirjoittamisen ja osoittavat sitoutumista ryhmään ja sen aiheeseen.

Tieto siitä, mitä kirjoittaja itse on yrittänyt tehdä ongelman ratkaisemiseksi ja mitä muita tiedonlähteitä on jo käytetty ennen palstalle kirjottamista (esim. käyttöohjeen lukeminen) toimii kohteliaisuusstrategiana, joka lieventää neuvojen pyynnön aiheuttamaa kasvojen uhkaa. Samalla oikeutetaan se, miksi kirjoittaja voi pyytää apua palstalta osoittamalla, että ei ole muuta keinoa ratkaista ongelmaa ja että kirjoittaja on nähnyt vaivaa ennen kysymyksen lähettämistä. (Steehouder 2002: 495–496.)

Varsinaisen asiasisällön ulkopuolisilla rakenneosilla kirjoittaja voi osoittaa kohteliaisuutta ja omaa panostustaan. Lukija voi esimerkiksi osoittaa, että hän on panostanut ja nähnyt vaivaa viestin kirjoittamiseen, lukenut aiempia viestiketjuja ja tutustunut käsiteltävään aiheeseen sekä yrittänyt myös itsenäisesti korjata ongelmaa tai hankkia tietoa ennen kääntymistä keskustelupalstan asiantuntijoiden puoleen. Kaiken kaikkiaan kirjoittaja voi valinnaisten rakenneosien avulla osoittaa, että hän kunnioittaa ja arvostaa keskustelupalstaa, viestin lukijoita, vastaajia ja heidän asiantuntemustaan eikä käytä palstaa vain ”vastausautomaattina”.

4.5 Tiedonpyyntöjen suoruus, spesifiys ja tunteellisuus

Luokittelin avausviestit kuviossa 26 esitetyllä tavalla eli sen mukaan, pyydettiinkö viestissä tietoa suorasti vai epäsuorasti, oliko viestissä nostettu ongelma tai kysymys spesifi vai yleinen ja oliko viesti tunnepitoinen vai ei.



Kuvio 26. Viestiketjujen avausviestien luokittelu

Aiemman tutkimuksen mukaan tärkein kohteliaisuusstrategia tekniikka-aiheisten keskustelujen avausviesteissä on kasvojen uhkan lieventäminen joko vähättelemällä tai huomiotta jättämällä, jotka kielellisesti toteutetaan välttämällä suoraa, eksplisiittisen avunpyynnön käyttöä tai muotoilemalla kysymys epäsuoraksi (Steehouder 2002: 496–497).

Käyttäjyhteisöjen yhtenä etuna ja jopa yhtenä perusteena niiden olemassaololle on se, että ne voivat vastata tarpeeseen, jota perinteinen käyttäjädokumentaatio ei kykene täyttämään, eli huomioimaan käyttäjien erilaisia tilanteita ja tarjoamaan niihin *spesifejä* neuvoja (Swarts 2015: 19; Steehouder 2002: 491).

Hoffmannin (1984) mukaan yksi erikoiskielten keskeisistä piirteistä on emotionaalinen neutraalius. Koska erikoiskieltä käytettäessä keskeisin tavoite on informatiivisuus, erikoiskielessä eivät korostu yleiskielelle tyypilliset piirteet, kuten tunteelliset ja esteettiset piirteet. *Tunteiden puuttuminen* on hallitsevaa, jos teksti on pääasiallisesti informatiivista. (Gotti 2011: 27.)

Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi aineistoesimerkeillä havainnollistaen luokittelua suoriin ja epäsuoriin pyyntöihin (4.5.1), spesifeihin ja yleisiin pyyntöihin (4.5.2), sekä tunnepitoisiin ja ei-tunnepitoisiin viesteihin (4.5.3).

4.5.1 Suorat ja epäsuorat pyynnot

Esimerkissä 71 on *suora pyyntö*, joka näkyy suorien kysymysten käytöstä (”Onko anturi pumpun anturi [sic] pytyssä keskellä oikein sillan [sic] kun se työnnetään kynän verran putkeen sisään niin että pohjaa vaiko niin että anturi on putken alkupään sisällä?”, ”Eli kumpi on oikea asennus?”). Lisäksi viestin lopussa on suora, eksplisiittinen avunpyyntö (”Viisaammat kertokaa”).

- (71) Onko anturi pumpun anturi pytyssä keskellä oikein sillan kun se työnnetään kynän verran putkeen sisään niin että pohjaa vaiko niin että anturi on putken alkupään sisällä? tällä asetuksella on >10asteen ero veden lämmössä pytyn sisällä. Jos anturi on vain "huulilla" ja kompura sammuu niin jos siinä vaiheessa laitan anturin pohjaan asti nousee ohjauspanelin mittarin lämpö yli 55astetta.
Eli kumpi on oikea asennus? molemmilla toimii.
Viisaammat kertokaa (LP: 9000E + 500l varaaja anturin asennus?)

Myös esimerkissä 72 on suora, eksplisiittinen pyyntö (”laittakaapa infoa kuinka paljon sähkön kulutus nousi / mikä on maalämmön osuus sähkönkulutuksesta”).

- (72) Te, jotka olette siirtyneet maalämpöön esim. öljylämmityksestä, laittakaapa infoa kuinka paljon sähkön kulutus nousi / mikä on maalämmön osuus sähkönkulutuksesta:

- minkä kokoinen talo
 - vanha lämmitysjärjestelmä
 - maalämpökoneiston osuus sähkönkulutuksesta
- Kiinnostaisi saada tietoa tulevan lämmitysjärjestelmäremonttini pohjaksi. (S24: Paljonko maalämpö lisää sähkönkulutusta ?)

Kysymyksen voi muotoilla epäsuoraksi monella tavalla. Voidaan viitata jonkin tekemisen mahdollisuuteen, kun joku todellisuudessa haluaa neuvoja siitä, miten tehdä ko. asia (esim. "onko mahdollista..."). Voidaan myös kysyä, tietääkö joku ratkaisun, kun halutaan todellisuudessa tietää vastaus ("tietääkö kukaan, miten..."). (Steehouder 2002: 497.) Kysymystä voidaan myös lieventää esimerkiksi "onko-han..." -tyyppisillä rakenteilla tai muotoilla neuvojen pyyntö kysymyksen sijaan toteamukseksi (esim. "kiinnostaisi tietää, onko...") (Locher 2006: 233–234). Esimerkissä 73 kirjoittaja pyytää *epäsuorasti* tietoa vesi-ilmalämpöpumpun lisäämisestä vesikiertoiseen lattialämmitysjärjestelmään esittämällä kysymyksen "Onko kukaan toteuttanut kyseistä ratkaisua omaan taloonsa?"

- (73) Kiinnostaisi lisätä nykyiseen vesikiertoiseen lattialämmitysjärjestelmään Vesi-ilmalämpöpumppu lämmittämään pelkkää lattiaa. Talossa NILAN EC9 ja olisi kiva saada jokin edullisempi tapa lämmittää lattiaa kuin NILAN:n vastukset. Onko kukaan toteuttanut kyseistä ratkaisua omaan taloonsa? (S24: Vesi-ilmalämpöpumppu lattian lämmittämiseen)

Kirjaimellisesti tulkittuna vastaus kysymykseen olisi "on" tai "ei". Todellisuudessa kirjoittaja todennäköisesti toivoo vastaajilta tietoa ja neuvoja, joiden avulla hän voi arvioida, kannattaako hänen toteuttaa kyseinen ratkaisu ja mitä siinä tulee ottaa huomioon, eikä ainoastaan tietoa siitä, ovatko he toteuttaneet kyseisen ratkaisun. Myös esimerkissä 74 on epäsuora pyyntö. Kirjoittaja ilmaisee tiedontarpeensa epäsuorasti viestin lopussa todeten "Olisin erittäin kiitollinen perustelluista vastauksista, kumpi on järkempi [sic] sijoituspaikka?", joka ei kieliopillisesti ole kysymyslause, vaan väitelause, jonka perään on toisaalta laitettu kysymysmerkki indikoimaan kysymistä ja tiedontarvetta.

- (74) Päivää foorumille,
Paritalohuoneistoon pitäisi löytää sisäyksikön paikka. [kuvaus kirjoittajan tilanteesta ja kahdesta vaihtoehtoisesta sisäyksikön sijoituspaikasta]
Olisin erittäin kiitollinen perustelluista vastauksista, kumpi on järkempi sijoituspaikka? (LP: 2 krs. paritalo 95m2)

Joyce ja Kraut (2006) havaitsivat tutkimuksessaan, että kysymyksen sisältäneet avausviestit saivat todennäköisemmin vastauksia. Tutkimusten mukaan vastausviestit myös jäljittelevät usein tyyliltään ja muodoltaan avausviestiä, esimerkiksi

negatiiviselta kuulostavat avausviestit saavat enemmän negatiivisia vastauksia ja pitkät avausviestit houkuttelevat pitkiä vastauksia.

4.5.2 Spesifit ja yleiset pyynnot

Spesifit pyynnot ovat pyyntöjä, jotka vaativat niin kutsuttuja räätälöityjä vastauksia. Pyynnön spesifiys näkyy siinä, että viestissä on mukana kontekstuaalista eli tilannesidonnaista tietoa. Jos pyyntö on spesifi, vastaajan täytyy vastauksessaan ottaa huomioon kirjoittajan ainutkertainen tilanne, joka vaikuttaa siihen, minkälaisia neuvoja tilanteessa kannattaa antaa. Esimerkissä 75 kirjoittaja kuvailee piha-alueensa ominaisuuksia liittyen hänen kysymykseensä maalämmön keruupiirin asennuksesta. Kysymykseen ei voi vastata ottamatta huomioon kyseistä kontekstuaalista tietoa, sillä kysymys koskee sitä, soveltuuko juuri kyseinen tietty maa-alue maalämmön keruupiirille viestissä mainittua tiettyä asuntoa varten.

- (75) Tämä lienee väärä foorumi kysellä maalämpöön liittyvistä asioista. Täältä kun on kuitenkin löytynyt asialliset vastaukset lähes kaikelle maan ja taivaan välillä liikkuvalla, niin en malta olla kysymättä seuraavaa.
Uudiskohteessa täytetään vapaata piha-aluetta 375 m2 alalta n. 0,5 metrillä. Täytettävä maa-alue on savea ja täyttöaineksena on kivi-murske.
Riittäisikö tämä 375 m2 (25 m * 15 m) pinta-ala maalämmön keruupiirille 160 m2 uudisasuntoa varten ja jos riittää, niin kuinka keruuputkiston asennus kannattaisi toteuttaa?
 Vai porataanko reikä? (LP: Maalämmön keruupiiriin tarvittava pinta-ala)

Toinen esimerkki spesifistä pyynnöstä on 76, jossa kirjoittaja kuvailee hyvin tarkasti omaa erityislaatuista tilannettaan tarkoituksenaan saada vastaajilta mielipiteitä siitä, kumpi kirjoittajan kuvailemista sijoituspaikoista olisi parempi sisäyksikölle.

- (76) Päivää foorumille,
 Paritalohuoneistoon pitäisi löytää sisäyksikön paikka. Kahlasin edellisiä viestejä mutta pienehköjä 2-kerroksisia nykyaikaisia taloja on vähemmän käsitelty. Kyseessä on uudehko (2004) suorasähkölämmittimen puutalo, yhtiön energialuokka on issarin mukaan A. Kämpässä on koneellinen ilmastointi lämmöntalteenotolla. Edellisen omistajan mukaan sähkön vuosikulutus on ollut viime vuosina noin 16 000 kWh sisältäen taloussähkön. Varaavaa takkaa (paikka kuvassa alakerrassa katkoviivalla) on lämmitetty talvella joka toinen ilta. Meillä ei ole ilmaisia takkapuita, joten ihan niin usein ei kannata lämmittää. Pumppu tulee avustamaan ensisijaisesti lämmityksessä, viilennys helteillä on bonus. Multispilttiä ei kannata laittaa. Portaat on mallia avoimet puuportaat. Pohjapiirroksen alakerran harmaa alue on kivilaattaa, jonka alla

on lämmitysvastus, jota saattaisi olla pieni kiusaus pitää lämpimänä. Muissa huoneissa on seinäpatterit.

Alustavasti olen kaavaillut sisäyksikön paikaksi portaikon naapurin puoleista seinää (A) mutta portaikko on kuulemma aina kompromissi. Lisäksi asennus on hankala. Putkitus pitäisi vetää yläpohjan kautta, koska ulkoyksikön paikkaan ei voida hirveesti vaikuttaa. Matkaa tulisi noin 15 metriä. Lisäksi tarvittaisiin kondenssivesipumppu. Eli perusasennuksen päälle tulisi noin 500€ lisäkustannus.

Toinen mahdollinen paikka olisi perinteinen tuulikaapin oven yläpuolelle (B), joka menisi perusasennuksen piiriin. Alakerta lämpenee/viihenee varmasti mutta mietin, nouseeko yläkertaan riittävästi lämpöä, että tarkenee nukkua.

Olisin erittäin kiitollinen perustelluista vastauksista, kumpi on järkempi sijoituspaikka? (LP: 2 krs. paritalo 95m2)

Esimerkkien 77 ja 78 viestit ovat *yleisiä pyyntöjä*. Yleisissä pyynnöissä ei tavallisesti ole mukana kontekstuaalista tietoa, kuten esimerkissä 77, jossa viesti koostuu pelkästä kysymyksestä. Esimerkissä 78 kirjoittaja pyytää tietoa tietyn laitemallin teknisistä (pakkas)ominaisuuksista, jotka eivät ole millään tavoin riippuvaisia kirjoittajan omasta tilanteesta. Kirjoittaja tosin perustelee kysymystään hänen henkilökohtaiseen tilanteeseensa liittyvällä tiedolla ("Tämä on tärkeä ominaisuus pumppua valitessani, koska suorasähkö lämmitteisessä asunnossa kovilla pakkasilla (-15...-25) pumpun tuottamasta lisälämmöstä olisi hyötyä!"), joka ei ole kuitenkaan välttämätöntä taustatietoa kysymykseen vastaamiseksi.

- (77) MITÄ olette maksaneet valmiista lämpökaivosta eli sisältää porauksen, putkiston ja nesteet asennettuna. (S24: LÄMPÖKAIVO)
- (78) Vertailtuani eri merkkejä on Panasonic CE9-JKE noussut vahvaksi vaihtoehdoksi lähinnä edullisuuden (asennettuna n. 1500€) ja "siron" sisäyksikön ansiosta.
Pumpun pakkasominaisuudet vaan mietityttävät; joissain esitteissä lukee alin toimintalämpötila -15C. Eikö pumppu tosiaan tuota lämpöä [sic] alhaisemmissa lämpötiloissa? Tämä on tärkeä ominaisuus pumppua valitessani, koska suorasähkö lämmitteisessä asunnossa kovilla pakkasilla (-15...-25) pumpun tuottamasta lisälämmöstä olisi hyötyä!
(LP: Panasonic CE9 Nordic (CE9-JKE) toiminta kovalla pakkasella)

Kontekstuaalisen tiedon mukanaolo osana viestiä ei vielä tee pyynnöstä spesifiä, mikäli kysymykseen vastaaminen ei ole kuitenkaan sidoksissa tähän kontekstuaaliseen tietoon. Esimerkki 79 on luokiteltu yleiseksi tiedonpyynnöksi, vaikka se sisältääkin kontekstuaalista tietoa kirjoittajan omasta tilanteesta viestin lopussa ("Kyseessä on tilanne, jossa ulkoyksikkö lähes luonnostaan sijoittuisi [...]") Tieto ei ole kuitenkaan olennaista itse kysymykseen vastaamisen kannalta, vaan se tarjoaa ainoastaan taustatietoa, jonka tavoitteena on osaltaan perustella kirjoittajan kysymystä.

- (79) Onko kellään kokemuksia asennuksesta, jossa rakennuksen ilmanvaihdon poistoilma ohjataan ILPin ulkoyksikölle? Poistoilma johdettaisiin siis ulkoyksikön taakse, sen imuilman sekaan.
Kyseessä on tilanne, jossa ulkoyksikkö lähes luonnostaan sijoittuisi kel-larin saunatiloista seinän läpi ulos tulevan tuuletusaukon eteen. Ilmaa saunatiloista ulos puhaltaa PAX passad multi puhallin ja se on käytän-nössä päällä lähes jatkuvasti. (LP: Ilmanvaihdon poistoilma ILPille ?)

4.5.3 Tunteiden ilmaiseminen tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä

Verkkoyhteisöjen jäsenet voivat ilmaista avoimesti osaamattomuuttaan, riittämättömiä tietojaan tai avuttomuuttaan. Yksi mahdollinen selitys tälle on, että ratkaisujen tarve tietyissä tilanteissa syrjäyttää kirjoittajan huolen positiivisesta minäkuvastaan ja vertaisasemastaan. Neuvojen pyyntöä, joka on oikeutettu avuttomuudella ja turhautumisella, voidaan myös käyttää emotionaalisen tuen saamiseen. (Kouper 2010: 15.)

Tunteiden ilmaisemiseen voidaan käyttää tunneikoneita, mutta ne eivät kuitenkaan aina toimi nimenomaan tunteiden ilmaisijoina, vaan niillä on viestinnässä myös muita tehtäviä (Derks ym. 2008: 386; Dresner & Herring 2010: 250; 263). Tunteita voidaan ilmaista viestissä myös ilman tunneikoneita kuvaamalla tunteita sanallisesti, kuten esimerkissä 80 ilmauksella ”Nyt alkaa mennä hermo”.

- (80) Morjesta taas foorumi
Nyt alkaa mennä hermo. Höyrystin jäässä jälleen ja sähkövastuksella taloa lämmitetään.
 Viittaaan aikaisemmin aloittamaani viestiketjuun:
 [linkki] (LP: 310P:n höyrystin jäätyy jatkuvasti! Niben huoltoja pk-seudulla?)

Turhautuneisuus ja ”hermojen menetys” on tyypillinen teknologian toimimattomuuteen ja teknisiin ongelmiin liittyvä tunne, joten ilmaisemalla omaa hermojen menetystään kirjoittaja samalla vetoaa yhteiseen kokemukseen hermojen menettämisestä aihepiiriin liittyvien ongelmien suhteen. Tunteen ilmaus toimii vetoamisena avun saamiseksi.

4.5.4 Yhteenveto ja pohdinta

Suurin osa avausviesteistä (75 %) sisälsi suoria pyyntöjä tai kysymyksiä. Avoimella palstalla suorien pyyntöjen osuus oli vielä suurempi (80 %) kuin kontrolloidulla palstalla (71 %). Spesifejä oli hieman alle puolet avausviestien pyynnöistä (45 %). Kontrolloidulla palstalla oli enemmän spesifejä pyyntöjä (53 % viesteistä) kuin avoimella palstalla (36 % viesteistä). Tunteiden ilmaisemista oli tiedon saamiseen

tähtäävissä avausviesteissä hyvin vähän: ainoastaan 8 %:ssa viesteistä ilmaistiin tunteita, kontrolloidulla palstalla yleisemmin (12 % viesteistä) kuin avoimella palstalla (4 %). Tulokset on koottu taulukkoon 10.

Taulukko 10. Tiedonpyyntöjen suoruus, spesifiys ja tunnepitoisuus

	<i>Suorat pyynnot</i>		<i>Spesifit</i>		<i>Tunnepitoiset</i>	
	kpl	%	kpl	%	kpl	%
Kontrolloitu palsta (N=99)	70	71	52	53	12	12
Avoim palsta (N=96)	77	80	35	36	4	4
<i>Yht.</i>	147	75	87	45	16	8

Suorien tiedonpyyntöjen osuus aineistoissa on suuri, vaikka suoria pyyntöjä pidetään suurempana uhkana kasvoille kuin epäsuoria pyyntöjä. Tulos on mahdollisesti yhteydessä keskustelujen erikoisalaan ja tekniseen viestintään liittyvään aihepiiriin. Erikoisalaviestinnälle ja etenkin tekniselle viestinnälle on tyypillistä tiivis, selkeä ja suora ilmaisutapa, jossa viestinnän tehokkuus ja käytännön toimivuus ohittavat jossain määrin kohteliaisuuden tarpeen. Avoimella palstalla suorien pyyntöjen osuus oli vielä suurempi kuin kontrolloidulla palstalla. Tämä liittyy mahdollisesti pienempään kohteliaisuuden tarpeeseen, kun pysyvän nimimerkin puuttuessa kirjoittajan ei tarvitse miettiä sitä, millainen mielikuva hänen verkkoidentiteetistään rakentuu.

Sitä, miksi kontrolloidulla palstalla oli enemmän spesifejä pyyntöjä kuin avoimella palstalla, saattaa selittää se, että kontrolloitu palsta on erikoistuneempi ja sen käyttäjäkunnalla on todennäköisesti enemmän asiantuntemusta vastaamaan spesifeihin ja yksityiskohtaisiin sekä samalla myös usein enemmän asiantuntemusta vaativiin tiedonpyyntöihin.

Tunteiden ilmaisemisen vähäisyys tiedonpyynnöissä on linjassa sen kanssa, että erikoiskielten piirteisiin kuuluvat sekä emotionaalinen neutraalius että tunteita herättävien konnotaatioiden puuttuminen (Hoffmann 1984; Gotti 2011: 26). Jos pragmaattinen tarkoitus on persuasiivinen eli suostutteleva tai vakuuttamiseen pyrkivä, tunteiden korostaminen nousee pinnalle myös erikoistuneissa teksteissä (Gotti 2011: 27). Tämä selittää osin sitä, että tunteiden ilmaisemista esiintyi jonkin verran avausviesteissä, joihin sisältyy tavoite saada vastaanottajat vastaamaan viestiin ja tarjoamaan avausviestissä pyydettyjä neuvoja tai tietoa.

4.6 Multimodaalisten viestintäkeinojen käyttö

Multimodaalisia viestintäkeinoja voidaan käyttää verkossa relationaalisen viestinnän apuna ja muokkaamaan vastaanottajan käsitystä viestin kirjoittajasta. Multimodaalisiin viestintäkeinoihin kuuluvat tunneikonit, kuvien, värien ja piirrosten käyttö sekä tekstin muotoilu erilaisilla fonteilla, lihavoinnilla ja muuttamalla tekstin kokoa ja väriä. Erittelen näiden esiintymistä aineistossa tarkemmin seuraavassa alaluvussa.

4.6.1 Tunneikonien käyttö

Tunneikonit ovat visuaalisia vihjeitä, joita käytetään yleisesti verkkoviestinnässä tekstin tukena. Tunneikonit voivat tarjota samanlaisia vihjeitä sanallisten viestien hienovaraisista merkityksistä kuin kehonkieli, ilmeet, katsekontakti ja asento kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa (Rezabek & Cochenour 1998: 202). Dresner ja Herring (2010: 250; 263) erottavat tunneikoneiden käyttötavoiksi tunteiden ilmaisemisen, tunteisiin liittymättömien merkitysten ilmaisemisen sekä puhujan aikkeen eli intention osoittamisen. Tunneikoneita voidaan käyttää myös positiivisen asenteen ilmaisemiseen, huumorin tai ironian käytön osoittamiseen sekä positiivisten puheaktien (esim. kiitokset, tervehdykset) voimistamiseen tai kasvoja uhkaavien puheaktien pehmentämiseen (esim. pyynnöt) (Skovholt ym. 2014: 780).

Esimerkeissä 81–82 tunneikoneita on käytetty *tunteiden ilmaisijoina*. Esimerkissä 81 kirjoittaja ilmaisee surullisella tunneikonilla harmituksen tai mielipahan tunnettaan jatkuvaa laitteen resetoimista (*reset*) ja siitä seuraavaa kellon nollautumista kohtaan. Esimerkissä 82 kirjoittaja toteaa kompressorin (kompura) pitävän kovaa meteliä, mihin hän on liittänyt epäilevä/pelokas/harmissaan²⁴ -tunneikonin. Lisäksi kirjoittaja viittaa kokemaansa mielipahaan myös ilmauksella ”ikävä käydä suihkussa”, mikä johtuu pesuhuoneen lattian viileydestä.

- (81) [...] Reset auttaa ongelmaan, mutta eipä tuota viitsisi joka välissä olla tekemässä. Kellokin tuolloin nollaantuu. :(
- (82) [...] nyt huonelämpötila on suht hyvä 19-21, mutta lattiat ovat aivan kylmät pesuhuoneen jakotukit ovat niin auki kuin saa ja siellä lattiat tosi viileet ikävä käydä suihkussa. [...]
- kompura pitää melkoista meteliä 😞 [...]

Esimerkeissä 81 ja 82 tunneikoneiden käyttö indikoi teknisten ongelmien kirjoittajassa aiheuttamaa mielipahaa, minkä funktiona saattaa olla myötätunnon ja si-

²⁴ <http://www.airteg.com/tekstiviestit/hymio-sanakirja/>

ten runsaamman vastausmotivaation herättäminen lukijoissa. Toisaalta tunneikonit myös vahvistavat viestien tarkoitettua tulkintatapaa tekemällä selväksi, että kellon nollautuminen ja kompressorin meteli ovat nimenomaan negatiivisia ja ei-toivottuja asioita. Esimerkissä 83 puolestaan kirjoittaja pyytää kokemuksia aurinkokennoista, ja hän on liittännyt viestinsä loppuun hämmentyneen/ihmettelevän tunneikonin. Tunneikoni tuo esiin hänen hämmentyneen ja epätietoisien tunnetilansa, joka liittyy todennäköisesti hämmennykseen ja epätietoon siitä, ovatko aurinkopaneelit kannattava hankinta maalämpöjärjestelmän rinnalle.

(83) Ei ainakaan ihan halpa lisäys MLP systeemiin, kokemuksia ^{???} 😞

Esimerkeissä 84–86 tunneikoneita on käytetty *pehmentämään* vastaanottajien kasvoja uhkaavaa puheaktia eli (neuvojen) pyyntöä. Skovholtin ym. (2014: 788–789) mukaan tunneikoneilla voidaan tällaisessa tilanteessa pienentää vastaanottajan negatiivisiin kasvoihin kohdistuvaa uhkaa. Hymyileviä kasvoja esittävällä tunneikonilla voidaan pehmentää pyynnön illokutionaarista voimaa (emt.). Esimerkeissä 84–86 kirjoittaja esittää suoran, imperatiivimuotoisen pyynnön verbeillä ”valaiskaa”, ”laittakaa” ja ”kertokaa”.

(84) [...] Valaiskaa minua miten toimin pumpun kanssa :) [...]

(85) [...] Laittakaa vähän vinkkiä, nyt tää kyselijä on aika pihalla. 😊

(86) [...] Viisaammat kertokaa 😊

Esimerkissä 84 hymyilevän tunneikonin käyttö on ainut ilmausta pehmentävä keino. Esimerkissä 85 kirjoittaja käyttää itseään vähättelevää ilmausta ”nyt tää kyselijä on aika pihalla” ja on yhdistänyt siihen leikillisyyteen viittaavan silmäniskutunneikonin, mikä tekee ilmauksen yleissävystä leppoisan ja ei-uhkaavan. Näillä keinoilla kirjoittaja vähentää omaa arvovaltaansa vastaanottajien edessä ja siten myös samalla heidän kasvojensa uhkaamista. Esimerkissä 86 käytetään vastaanottajien positiivisiin kasvoihin vetoavaa ilmausta ”viisaammat”, jolla vähennetään pyynnön aiheuttamaa negatiivisiin kasvoihin kohdistuvaa uhkaa.

Derksin ym. (2008: 385) mukaan tunneikoneita voidaan käyttää *viestin intensiteetin vahvistamisessa* siten, että esimerkiksi positiivinen viesti, jossa on hymy, arvioidaan positiivisemmaksi kuin sama viesti ilman tunneikonia. Esimerkissä 87 hymyilevää tunneikonia käytetään positiivisen puheaktin eli kiitoksen voimistamiseen.

(87) [...] Kiitoksia jos joku viitsii hiukan auttaa tyhmää... :)

Tunneikoneita voidaan käyttää myös kontekstuaalisina vihjeinä osoittamaan sitä, millä tavoin kirjoitettu ilmaus olisi tarkoitus tulkita ja mitä kirjoittaja sillä tarkoittaa (Dresner & Herring 2010: 255–256; Rezabek & Cochenour 1998: 202; Skovholt ym. 2014: 780). Esimerkissä 88 kirjoittaja esittää kysymyksen siitä, miten puhallin on kiinni moottorin päässä. Sen jälkeen hän toteaa ”Kuvat kertovat enemmän kuin tuhat sanaa”, jonka jälkeen seuraa silmänisku-hymiö. Jälkimmäinen lause toimii epäsuorana toiveen ilmauksena, että mahdolliset vastaajat liittäisivät vastaukseensa kuvan, josta käy ilmi, miten puhallin on kiinni moottorin päässä. Silmänisku-hymiö korostaa tätä epäsuoraa tulkintaa vihjaamalla, että ilmaus on tarkoitettu tulkittavaksi jotenkin muuten kuin kirjaimellisesti.

- (88) [...] Miten puhallin on kiinni moottorin päässä? Kuvat kertovat enemmän kuin tuhat sanaa 😊

Tunneikonit herättävät mielle yhtymiä leikkisyydestä ja epämuodollisuudesta (Dresner & Herring 2010: 261). Yhtenä tunneikoneiden käytön funktiona onkin *huumorin tai ironian käytön osoittaminen*. Esimerkeissä 89 ja 90 tunneikoneita käytetään tunnelman keventämiseen sekä vihjeenä huumorin tai ironian käytöstä. Esimerkissä 89 kirjoittaja pyytää muita kertomaan omia kokemuksiaan lämpöpumpun hankinnasta. Pyynnön keskelle, heti ilmauksen ”omia kokemuksia” maininnan jälkeen hän on kirjoittanut sulkujen sisään, ikään kuin perusteluksi ”yleensä niillä on sanottava kellä ei ole kokemusta edes”, jonka perässä on hymyileviä kasvoja esittävä tunneikoni.

- (89) [...] Olisko kellää kertoa omia kokemuksia (yleensä niillä on sanottava kellä ei ole kokemusta edes :) lämpöpumpun hankinnasta? [...]

Ilmauksen perässä oleva hymyilevä tunneikoni muuttaa ilmauksen sävyä ystävällisemmäksi ja välittää kirjoittajan positiivista asennetta. Ilman tunneikonia ilmaus voitaisiin tulkita syyttävänä tai negatiivissävytteisenä, mutta tunneikoni luo siihen humoristista sävyä. Samaan tapaan esimerkissä 90 on ilmauksen ”ilmainen raha kelpaa kaikille” perässä virnistävä tunneikoni, mikä muuttaa ilmauksen sävyn humoristiseksi ja välittää positiivisempaa asennetta kuin sama ilmaus ilman tunneikonia tekisi.

- (90) Kohta 8.4.2011 tulee/menee ja tämän vuoden energia-avustusten hakuaika umpeutuu. Lehdet kirjoittelee että kunnat ovat vastaanottaneet hakemuksia isot kasat. Tämähän merkitsee osittain sitä että suomalaiset ovat saamassa mittansa täyteen alati nouseville energiamaksuille ja lisäksi ilmainen raha kelpaa kaikille 😊 [...]

Tunneikonin kanssa ilmaus voidaan tulkita hyväntahtoiseksi huumoriksi, joka perustuu kirjoittajan ja lukijoiden yhteiseen tietoon siitä, että valtion tarjoama rahallinen avustus eli ”ilmainen raha” houkuttelee yleensä ihmisiä (”kelpaa kaikille”).

Huumorin käyttöä tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä käsitellään enemmän luvussa 4.7.

4.6.2 Isojen kirjainten, fonttitehosteiden ja kuvien käyttö

Verkkoviestinnässä tekstitehosteet toimivat ikään kuin ”tekstin prosodiana”. *Isoilla kirjaimilla* kirjoittamista voidaan käyttää esimerkiksi korostamiseen, ja näin vahvistaa tai korostaa ilmauksen voimaa tai painoarvoa (Locher 2006: 213). Esimerkeissä 91–94 on käytetty isoja kirjaimia korostamaan tiettyjä sanoja tai osia tekstissä sekä vahvistamaan ja korostamaan ilmauksen voimaa tai painoarvoa. Esimerkissä 91 on korostettu sana ”vai” kirjoittamalla se isoilla kirjaimilla. Kyseistä sanaa korostamalla kirjoittaja painottaa sitä, että viestissä on mainittu kaksi eri vaihtoehtoa, joista kirjoittaja haluaa tietää, kumpi on oikea. Esimerkissä 92 puolestaan on korostettu kirjoittamalla isoilla kirjaimilla sana ”ja”, millä kirjoittaja korostaa, että hän haluaa kytkeä ilmalämpöpumpun lämmittämään sekä vettä että talon sisäilmaa.

- (91) [...] Eli onko kaikki muut osatehopumppuja ja nuo kaksi viimeistä täys-tehopumppuja. VAI tapahtuuko mitoitus niin, että jos esim. talomme tarvitsisi 6kW pumpun tuottaakseen 50-60% tarpeesta niin kyse on osamitoituksesta?
- (92) [...] Siis asentaisin vesivaraajan (millainen varaaaja ?) n. 5 hengen käyttövesitarpeita ajatellen, siihen kytkettäisiin ilmalämpöpumppu lämmittämään vettä JA talon sisäilmaa tarvittaessa. Muuten talo lämpiää varaavalla takalla

Esimerkissä 93 kirjoittaja on korostanut isoilla kirjaimilla sanan ”uuden”. Korostuksella painotetaan sitä, että kirjoittajaa kiinnostaa, paljonko maalämpöjärjestelmä nostaa nimenomaan uuden talon arvoa, ja hän haluaa korostaa tätä, ettei keskustelu ohjautuisi esimerkiksi pohtimaan vanhojen talojen arvonnousua maalämpöjärjestelmän asennuksen jälkeen.

- (93) Unohdetaan hetkeksi sähkönsäästö ja spekuloidaan paljon nostaa maalämpö UUDEN talon arvoa. Onko täällä yhtään asunnonvälittäjää, joka osaisi heittää tähän jotain.

Esimerkissä 94 puolestaan on korostettu kokonainen virke isoilla kirjaimilla. Koko virkkeen korostaminen isoilla kirjaimilla ei ole aineistossa yleistä, sillä sitä ei yleisesti pidetä hyvien tapojen mukaisena kirjoittamistapana, vaan se tulkitaan ”huutamisena”. Viestissä kirjoittaja pohtii ja pyytää lukijoilta mielipiteitä, kannattaako hänen vaihtaa uusi maalämpölaitteisto vanhan tilalle vai korjata vanha. Viesti alkaa pitkäköllä kuvauksella kirjoittajan omasta tilanteesta sekä hänen pohdin-

noistaan aiheeseen liittyen, ja viestin viimeinen virke on korostettu isoilla kirjaimilla. Tämä keino korostaa viestin viimeisen virkkeen painoarvoa ja vetää lukijan huomion viestin loppuun, jossa kirjoittaja ilmaisee sen, mitä hän toivoo lukijoilta ja millaisia vastauksia hän haluaa heiltä.

- (94) [...] SIIS AUTTAKAAPI, NYT AJATTELISIN OSTAA LÄMPÖÄSSÄN NIBEN SIJAAN JOS YLEENSÄ OSTAN MITTÄÄN.....

Tietokonevälitteisessä viestinnässä välittömyyttä voidaan ilmaista kielenulkoisesti käyttämällä kuvia, värejä ja piirroksia sekä muotoilemalla tekstiä erilaisilla fontteilla, lihavoinnilla ja muuttamalla tekstin kokoa ja väriä (O'Sullivan ym. 2004: 475–477). Esimerkissä 95 on käytetty tehokeinona *lihavointia*. Kirjoittaja on lihavoanut viestin keskimmäisen virkkeen, joka on myös erotettu rivinvaihdoilla ympäröivistä virkkeistä.

- (95) Nyt kun lämmitystarve alkaa kasvamaan on tullut aika pohtia ilmalämpöpumpun termostaatin sijoituspaikkaa jotta lämpöpumpusta saadaan maksimaalinen hyöty talvikäytössä.
Minkälaisia kokemuksia tai kommentteja muilla palstalaisilla on ilmalämpöpumpun imuilman anturin sijoituspaikalle 😞
 Alustavissa hahmitelmissa [sic] olen löytänyt viisi vaihtoehtoa mutta kaikissa niissä on hyvät ja huonot puolensa... [...]
 (LP: Ilmalämpöpumpun termostaatin sijoituspaikka ilmalämmitystalossa ?)

Lihavoitu virke on viestin tavoitteen kannalta sen keskeisin osa eli tiedonpyyntö, jossa kirjoittaja pyytää muilta palstalaisilta kokemuksia tai kommentteja imuilman anturin sijoituspaikalle. Siten lihavoinnilla ohjataan lukijan huomio viestin keskeisimpään ja tavoitteen kannalta tärkeimpään osaan eli tiedonpyyntöön. Esimerkissä 96 on käytetty lihavointia korostamaan kahta sanaa (”kylmäasentajan ammattitutkinnon”) ja kursiivia korostamaan pitkäkö osa tekstistä:

- (96) Mitä mieltä olet tänä vuonna uusitun **kylmäasentajan ammattitutkinnon** sisällöstä ja suuntautumisvaihtoehdoista?

KYLMÄASENTAJAN AMMATTITUTKINTO

Pakolliset osat:

3.1 Kylmäaineiden käsittely

3.2 Kylmälaitoksen sähköasennus, -huolto ja -vikojen korjaus

3.3 Kovajuottaminen

Osaamisalan tutkinnon osat, valittava yksi alla olevista:

3.4 Kaupan kylmälaitteiden asennus ja huolto

3.5 Ilmastoinnin jäähdytyslaitteiden ja suurien lämpöpumppujen asennus ja huolto

- 3.6 Liikkuvan kaluston kylmälaitteiden asennus ja huolto
 3.7 Teollisten kylmälaitteiden asennus ja huolto
 3.8 Hiilidioksidikylmälaitoksen asennus ja huolto

Sisältökuvaus löytyy kokonaisuudessaan täältä: [linkki/url]
 (LP: Mitä mieltä olet uusitun kylmäasentajan ammattitutkinnon sisäl-
 löstä?)

Lihavoinnin funktiona on nostaa tekstistä esiin sen keskeinen aihe eli kylmäasen-
 tajan ammattitutkinto. Kursiivin funktiona puolestaan on osoittaa, mikä kohta
 tekstistä on kylmäasentajan ammattitutkinnon sisältöä, josta kirjoittaja pyytää lu-
 kijoiden mielipiteitä. Teksti on lainattu *Kylmäasentajan ammattitutkinto 2011* -
 dokumentin sisällysluettelosta. Kirjoittaja tarjoaa linkin kyseiseen dokumenttiin
 viestin lopussa ("Sisältökuvaus löytyy kokonaisuudessaan täältä:"). Myös esimer-
 kissä 97 on muotoiltu viestin fonttia kursiivilla ja lisäksi muuttamalla fontin väri
 siniseksi.

- (97) *Tutkin testiä löydän paremmuusjärjestyksen, mutta?*
KERTOKAA:
1. miksi on todella vaikea ymmärtää esitystapaa Ilmalämpöpumpulla
saavutetusta säästöstä eri vyöhykkeillä (esimerkiksi Jyväskylä) [...]
Vastatkaa pliis 😊
 (LP: TM Rakennusmaailma 11/11, Vaikeasti esitetty...kertokaa faktat
 kysymyksiini:)

Viesti on lampopumput.info-palstalta, ja se on ainut aineistossa oleva avausviesti,
 jossa on käytetty palstalla olevasta oletusfontin väristä poikkeavaa väriä. Suomi24-
 palstalla fontin värin muuttaminen ei ole mahdollista. Myöskään lampopum-
 put.info-aineistossa fontin värin muuttaminen ei ole tyypillistä, vaan hyvin har-
 voin käytetty tehokeino. Esimerkissä 97 koko viesti on korostettu samalla tehokei-
 nolla, joten tehokeinoa ei käytetä yksittäisen sanan, ilmauksen tai laajemman vies-
 tin osan korostamiseen, kuten aiemmissa esimerkeissä 91–96. Luultavasti kirjoit-
 taja käyttää kyseisiä tehokeinoja siten joko erottautumiseen ja huomion saami-
 seen, persoonallisuuden esiin tuomiseen tai välittömyyden ilmaisemiseen (ks.
 O'Sullivan ym. 2004: 475–477).

4.6.3 Kuvien ja linkkien käyttö

Tässä alaluvussa tarkastelen kuvien ja linkkien käyttöä aineiston viesteissä. Esi-
 merkissä 98 on käytetty kuvaa. Se on talon pohjapiirros, jonka tavoitteena on tar-
 jota avausviestin kirjoittajan spesifistä tilanteesta kontekstuaalista tietoa luki-
 joille, jotta he pystyisivät vastaamaan viestiin.

- (98) Kyllä kai se pitäis laittaa. Rivari ja 2 krs. Liitteenä kummatkin kerrokset. Olisko pöljä paikka laittaa tuohon kohtaan mihin piirsin sen? Olisin kiitollinen vinkeistä sijoittamisen suhteen. Kuvaan olen merkinnyt oman MUTU-paikkani jossa pumppun [sic] olisi "piilossa" sekä ulkona että sisällä. Alla kaaviokuva yllä kuvatuista vaihtoehtoista. Esimerkkilämpötilat vastaavat viimeaikojen syyskelejä.
[kuva]

Hyperlinkit (ts. linkit) ovat tekstistä korostettuja sanoja, joita klikkaamalla käyttäjä päätyy toiselle verkkosivulle tai toisessa osoitteessa sijaitsevaan dokumenttiin (Stommel, Paulus & Atkins 2017: 56). Tiedon pyytämiseen ja jakamiseen keskittyvässä verkkovuorovaikutuksessa linkkejä käytetään pääasiassa viittaamaan relevantteihin tietolähteisiin, joista tiedon tarvitsija löytää tarvitsemansa tiedon (emt. 59–61). Linkin jakaminen verkossa on käytännöllisempää kuin suuren tietomäärän kirjoittaminen suoraan viestiin (emt. 65).

Esimerkeissä 99 ja 100 linkkejä on käytetty viittaamaan samalla keskustelupalstalla oleviin aiempiin keskusteluihin. Esimerkissä 99 kirjoittaja viittaa itse aikaisemmin aloittamaansa viestiketjuun, jonka hän myös tuo tekstissä metakommentin avulla eksplisiittisesti ilmi ("Viittaan aikaisemmin aloittamaani [sic] viestiketjuun:"). Esimerkissä 100 puolestaan kirjoittaja viittaa aiempaan samalla palstalla olevaan keskusteluun samasta aiheesta.

- (99) Morjesta taas foorumi
Nyt alkaa mennä hermo. Höyrystin jäässä jälleen ja sähkövastuksella taloa lämmitetään.
Viittaan aikaisemmin aloittamaani viestiketjuun:
<http://lampopumput.info/foorumi/index.php?topic=11805.0>
- (100) Alotin uuden ketjun täällä toisessa osiossa. Tuossa linkin takana samasta aiheesta.
<http://lampopumput.info/foorumi/index.php?topic=13433.0>

Linkeillä viitattiin myös keskustelupalstan ulkopuolisille verkkosivulle, kuten esimerkeissä 101–104. Esimerkeissä 101 ja 102 tuodaan linkin avulla keskusteluun tietty laitemalli (ks. myös Salmela 2017). Linkki tuodaan viestiin sellaisenaan ja ankkurina on linkin URL-osoite. Linkkiin viitataan deiktisillä ilmauksilla "ko. laitteesta" ja "tästä hybridilaitteesta", joilla viitataan linkin kautta keskusteluun mukaan tuotuun laitteeseen (linkki johtaa verkkokaupassa olevaan tuotekuvaukseen). Esimerkissä 103 linkki sen sijaan on tekstin keskellä sijoitettuna osaksi lausetta yhdeksi lauseenjäseneksi.

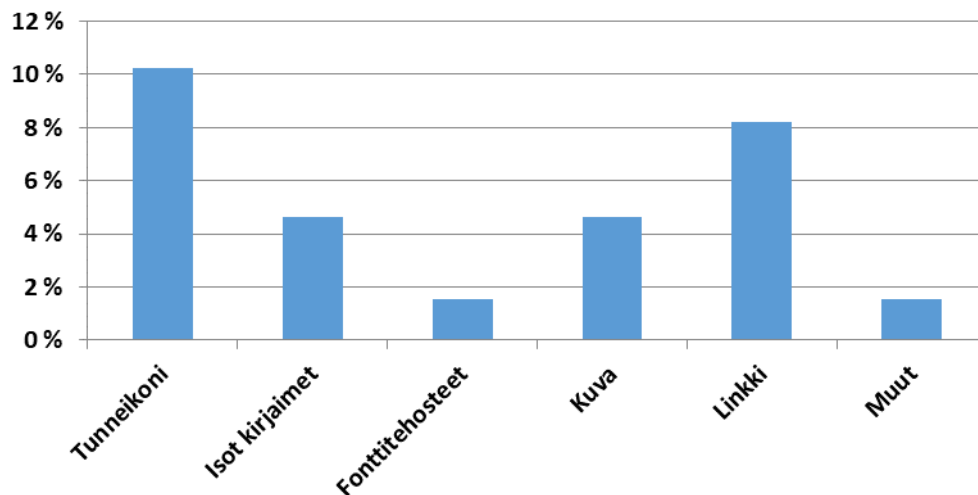
- (101) [linkki/url]
Onko kenelläkään tietoa ko. laitteesta? Olisi itseäni kiinnosta ratkaisu ja olisi mukava saada vähän mielipiteitä.

- (102) Onko kellään vielä kokemusta tästä hybridilaitteesta?
[linkki/url]
- (103) Onko [linkki/url] Midean vaiko green valmistama? Tekeekö tuolla mitään talvikäytössä? Tulisi lähinnä lisälämmönlähteeksi. Takan lämpö kun ei tahdo levitä koko taloon.
- (104) 2. Nilan EC ilmanvaihtolaite, lämpöpumppu ja vesivaraaja jäähdytyksellä, [linkki/url],
yht. 5856 E
paljonkohan asennus maksaa?

Linkkien käyttöä vastausviesteissä käsitellään lisää luvussa 4.8.4 vastausviestien argumentaation yhteydessä.

4.6.4 Yhteys vastausten määrään ja pohdinta

Kuvioon 27 on koottu avausviesteissä käytettyjen viestintäkeinojen yleisyys aineiston avausviesteissä. Yleisimpiä multimodaalisia viestintäkeinoja aineistossa olivat tunneikonit sekä linkit. Vähiten oli käytetty fonttitehosteita. Myös isoja kirjaimia ja kuvia oli käytetty aineistossa melko vähäisesti.



Kuvio 27. Multimodaalisten viestintäkeinojen yleisyys avausviesteissä (N=195)

Tunneikoneita oli käytetty hieman yli 10 %:ssa avausviesteistä. Rezabekin ja Cochenourin (1998: 203; 213) tutkimuksessa 6,1 % aineistona olleiden sähköpostilistojen ja 25 % Usenet-keskusteluryhmien viesteistä sisälsi tunneikoneita. Usenet-ryhmät olivat luonteeltaan epämuodollisempia kuin sähköpostilistat, joten epämuodollisemmassa aineistossa tunneikoneiden käyttö oli yleisempää (emt. 213). Oma keskustelupalsta-aineistoni sijoittunee muodollisuuden asteeltaan Re-

zabekin ja Cochenourin (1998) tutkimien aineistojen välimaastoon, ja myös tunneikoneiden esiintymistiheys on jotakuinkin heidän aineistojensa esiintymistiheyksien välillä. Tunneikoneita voidaan käyttää muun muassa positiivisten puheaktien voimistamiseen tai kasvoja uhkaavien puheaktien (esimerkiksi pyyntöjen) pehmentämiseen (Derks ym. 2008: 386; Skovholt ym. 2014: 780), joten on ymmärrettävää, että niitä on käytetty kohtalaisen usein tiedon pyyntöjen yhteydessä.

Seuraavaksi yleisimpiä multimodaalisia viestintäkeinoja aineistossa olivat linkit, joita oli käytetty hieman yli 8 %:ssa avausviesteistä. Linkkien käytön kohtalaista yleisyyttä selittää se, että tiedon pyytämiseen ja jakamiseen keskittyvässä verkkovuorovaikutuksessa linkkien käyttö on käytännöllistä, sillä niillä viitataan usein aiheen kannalta relevantteihin tietolähteisiin (Stommel ym. 2017: 59–61).

Muita multimodaalisia keinoja ei ollut käytetty aineiston avausviesteissä kovinkaan paljoa. Harvinaisimpia olivat fonttitehosteet, joita oli käytetty alle 2 %:ssa avausviesteistä. Fonttitehosteiden harvinaisuutta selittää osaltaan se, että niiden käyttö oli teknisesti mahdollista ainoastaan Lampopumput.info-palstalla. Myös kuvia on mahdollista käyttää viesteissä ainoastaan Lampopumput.infossa. Kuvia oli käytetty hieman yli 4 %:ssa avausviesteistä. Isoja kirjaimia oli käytetty niin ikään vain hieman yli 4 %:ssa aineiston avausviesteistä, vaikka tämä keino on käytössä molemmilla palstoilla. Selityksenä saattaa olla se, että isoilla kirjaimilla kirjoittamista ei yleisesti ottaen pidetä kovin hyvänä käytöksenä verkkokokontekstissa. Isoilla kirjaimilla kirjoittaminen voi indikoida myös huutamista, jolloin sitä voidaan pitää osoituksena kärsimättömyydestä, turhautumisesta tai suuttumuksesta (Arendholz 2013: 26–27).

Tiedon saamiseen tähtäävät avausviestit, joissa oli käytetty multimodaalisia viestintäkeinoja, saivat keskimäärin enemmän vastauksia (19,3) kuin avausviestit, joissa ei ollut käytetty multimodaalisia viestintäkeinoja (16,9).

- Kaikki tiedon saamiseen tähtäävät viestit: keskimäärin **16,9** vastausta
 - Neuvojen pyynnöt 19,6
 - Faktiset kysymykset 9,7
 - Mielipiteiden pyytäminen 19,1
 - Ehdotusten pyytäminen 35,1
 - Kokemusten pyytäminen 15,7
- Viestit, joissa oli käytetty kielenulkoisia viestintäkeinoja **19,3** vastausta

Multimodaalisten viestintäkeinojen yhteys suurempaan vastausmäärään on aieman tutkimuksen valossa ymmärrettävää, sillä kyseisiä keinoja käytetään positiivisen relationaalisen viestinnän vahvistamiseen ja niiden avulla käyttäjä voi luoda

positiivista vaikutelmaa itsestään, mikä taas johtaa positiivisten reaktioiden, kuten vastausten saamisen todennäköisyyden lisääntymiseen (esim. O'Sullivan ym. 2004: 464–465).

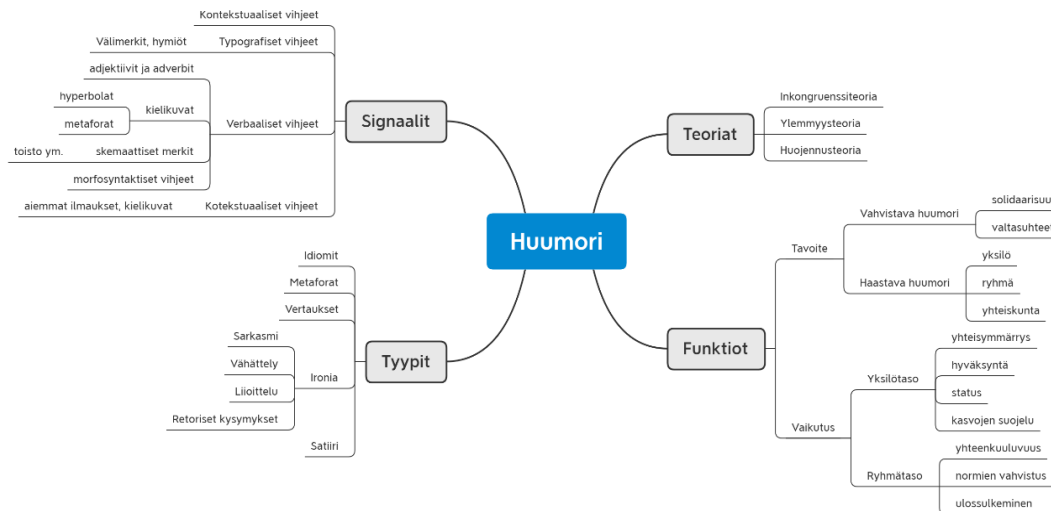
Multimodaaliset viestintäkeinot kertovat panostamisesta viestin kirjoittamiseen, kohteliaisuudesta sekä halusta miellyttää lukijoita. Ne antavat lukijasta välittömän kuvan, mikä voi lisätä lukijoiden positiivisia asenteita sekä motivaatiota viestiin vastaamiseen (O'Sullivan ym. 2004: 475–476). Muita vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi viestin kirjoittaja tai aihe. Aktiivikäyttäjät voivat käyttää enemmän multimodaalisia keinoja, ja toisaalta niitä voidaan käyttää enemmän myös tiettyjen aiheiden yhteydessä.

4.7 Huumorin käyttö tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä

Tässä alaluvussa tarkastelen, kuinka huumoria käytettiin tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen avausviesteissä ja millainen funktio huumorilla oli näissä viesteissä. Tarkastelen huumorin ja erikoisalan tiedon yhdistämistä. Tässä tutkimuksessa huumori määritellään ristiriitaiseksi kommentiksi, jonka vastaanottaja tunnistaa yritykseksi huvittaa (ks. Morkes ym. 1999: 403). Myös kielellinen leikitely on laskettu huumoriksi. Huumori edellyttää jaettua tietoa huumorin käyttäjän ja yleisön välillä. On aina mahdollista, että huumoria ei ymmärretä, sillä vastaanottaja ei ole tietoinen viestin perustana olevista olettamuksista. Etenkin hienovaraisten ironian kohdalla vastaanottaja ei välttämättä aina ymmärrä, onko viesti tarkoitettu vakavaksi vai ei. (Nash 1985: 4; 153.)²⁵

Analyysimenetelmänä yhdistän teorialähtöistä ja aineistolähtöistä lähestymistapaa. Aineisto analysoitiin lukemalla huolellisesti läpi kaikki aineiston avausviestit. Käytin analyysin työkaluna kuviossa 28 esitettyä luokittelua. Luokat on muodostettu teorian ja kirjallisuuden pohjalta, joka on kuvattu luvussa 3.2.5.

²⁵ Siten myös analyysin tekijälle on aina vaikeaa tunnistaa joitakin huumorin esiintymiä, ja tulos riippuu viime kädessä analysoijan tulkinnasta.



Kuvio 28. Huumorin luokittelu

Aluksi tunnistin aineistosta viestit, joissa oli käytetty huumoria. Huumorin tunnistamisen apuna käytin erilaisia kirjallisuudessa mainittuja huumorin signaaleja (ks. kuvio 28). Seuraavaksi analysoin huumoria sisältävät viestit tunnistakseni käytetyn huumorin tyypin sekä huumorin funktion viestissä. Sovelsin huumorin eri teorioita huumorin tyyppien ja funktioiden tunnistamisessa. Luokittelin viestit niiden sisältämän huumorin funktion perusteella *vahvistavaan* ja *haastavaan* huumoriin. Tunnistin myös huumorin funktiot yksilö- ja ryhmätasolla.

Koko aineistossa (N=300) yhteensä 61 eli noin viidesosassa (20 %) avausviesteistä oli käytetty huumoria. Palstojen välillä ei ollut eroa huumorin käytön määrässä (Lampopumput.info: 30, Suomi24: 31). Tässä luvussa keskityn tarkastelemaan tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä käytettyä huumoria.²⁶

Tiedon saamiseen tähtäävissä viesteistä (N=195) huumoria oli käytetty 34 viestissä (17 %). Näistä kontrolloidulla palstalla (N=99) huumoria oli käytetty 20 viestissä (34 %) ja avoimella palstalla (N=96) 14 viestissä (15 %). Kontrolloidulla palstalla huumorin käyttö tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä oli siten yleisempää kuin avoimella palstalla.

Suurin osa tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä käytetystä huumorista oli *vahvistavaa huumoria* (29 kpl / 85 %). Eniten käytettiin hauskoja ilmauksia, kielellä leikittelyä ja kielikuvia (21 kpl / 72 %). Itsen vähättelyä tai itseironiaa oli käytetty

²⁶ Huumorin käyttöä muihin tavoitteisiin tähtäävissä avausviesteissä olen tarkastellut aiemmassa artikkelissani (Salmela 2014).

tetty neljässä viestissä ja muunlaista ironiaa niin ikään neljässä viestissä. *Haastavaa huumoria* käytettiin ainoastaan viidessä avausviestissä, ja muita ryhmiä vastaan suunnattua huumoria ei esiintynyt lainkaan (vrt. Salmela 2014).

Taulukkoon 11 on koottu huumorin käytön esiintymisfrekvenssit eri avausviestityyppien osalta. Taulukosta voidaan havaita, että huumorin käyttö oli hieman yleisempää neuvojen pyynnöissä kuin muiden tyyppien kohdalla (ehdotusten pyytäminen -kategoria on niin pieni, että korkea prosenttiluku saattaa olla sattumaa, eikä siitä siten voida vetää johtopäätöksiä).

Taulukko 11. Huumorin käyttö eri avausviestityypeissä

Avasviestityyppi	Viestejä yht.	Huumoria käytetty
<i>Neuvojen pyyntö</i>	59	11 (19 %)
<i>Faktinen kysymys</i>	47	7 (15 %)
<i>Mielipiteiden pyytäminen</i>	47	7 (15 %)
<i>Kokemusten pyytäminen</i>	35	6 (17 %)
<i>Ehdotusten pyytäminen</i>	7	3 (43 %)

Tarkastelen seuraavissa alaluvuissa viesteissä esiintynyttä huumoria sen suhteen, mikä on huumorin funktio. Käsittelen ensin vahvistavaa huumoria (4.7.1) ja sen jälkeen haastavaa huumoria (4.7.2). Lopuksi koostan yhteenvedon tehdyistä havainnoista ja pohdin niitä (4.7.3).

4.7.1 Vahvistava huumori

Vahvistava huumori tähtää yhteisymmärryksen rakentamiseen, ystävällisen kuvan antamiseen kirjoittajasta sekä hyvien suhteiden saavuttamiseen muihin osallistujiin. Vahvistavalla huumorilla pyritään ylläpitämään ja vahvistamaan vallitsevaa tilannetta eikä haastamaan sitä. Esimerkeissä 105 ja 106 huumoria luodaan kielellä leikittelyn avulla. Esimerkissä 105 käytetään metaforaa ”kahlata edellisiä viestejä”, mikä viittaa edellisten viestien runsaaseen määrään.

- (105) Päivää foorumille,
Paritalohuoneistoon pitäisi löytää sisäyksikön paikka. Kahlasin edellisiä viestejä mutta pienehköjä 2-kerroksisia nykyaikaisia taloja on vähemmän käsitelty. [...] (LP: 2 krs. paritalo 95m2. Tulokas, Viestejä: 8)

27

²⁷ Lampopumput.info-palstalla jokaisesta rekisteröityneestä käyttäjästä on saatavilla tieto hänen lähettämiensä viestien kokonaismäärästä sekä käyttäjän aktiivisuuden perusteella automaattisesti muodostuva *kategoria* (esim. Tulokas). Suomi24-palstalla vastaavaa informaatiota käyttäjistä ei ole saatavilla.

Ilmauksen huvittavuus syntyy inkongruenssista eli kahden ajatuksen yhteensopimattomuudesta. Huumori perustuu yhteiseen tietoon siitä, että viestejä on palstalla todella runsaasti, jolloin niiden läpi käyminen muistuttaa kahlaamista. Samalla kirjoittaja myös osoittaa, että on nähnyt vaivaa lukemalla läpi runsaasti aiempia viestejä tarkistaakseen, löytyisikö hänen kaipaamansa tieto sieltä ennen avausviestin kirjoittamista. Käyttäjän tiedoista voidaan nähdä hänen olevan palstalla uusi ”tulokas”, joka on ehtinyt kuitenkin jo kirjoittaa 8 viestiä, joten hänellä on jo hieman kokemusta ja käsitystä palstan toimintakulttuurista eikä hän ole tullut sinne ainoastaan kysymään yhtä kysymystä poistuaakseen sen jälkeen. Siten voidaan ajatella hänen mahdollisesti haluavan myös rakentaa positiivista kuvaa itsestään palstalla. Esimerkissä 106 puolestaan käytetään humoristista kielikuvaa lämmitysmuodon miettimisestä ”ohimot sykkien”.

- (106) Noin 110m2:n omakotitalo tarkoitus rakennuttaa avaimet käteen periaatteella ja lämmitysmuotoa ollaan mietitty ohimot sykkien. [...] (S24: Miettimisen tuskaa, ~110m2 omakotitalon lämmitys?)

Huumori perustuu yhteiseen tietoon siitä, että lämmitysmuodon valinta omakotitaloon ei ole yksinkertainen tehtävä ja vaatii paljon mietintää. Ilmauksen huvittavuus syntyy mielikuvasta, että intensiivinen mietintä aiheuttaa ohimoiden sykkimistä, kun verenkierto aivoissa mietinnän seurauksena lisääntyy.

Esimerkeissä 107 ja 108 käytetään huumorin keinona personifikaatiota. Personifikaatiolla tarkoitetaan elottoman kappaleen, tässä tapauksessa lämpöpumpun esittämistä elollisena ja persoonallisena (Tieteen termipankki 2021b). Esimerkissä 107 kirjoittaja toteaa, että pumppu on ”palvellut” vuodesta 2004 asti ja ”alkanut kiukutella”. Esimerkissä 108 puolestaan kirjoittaja puhuu maalämpöpumpusta ”hyvänä kaverina”. Edellä mainittuja ilmauksia käytetään yleensä ihmisistä, joten esimerkeissä elollistetaan ja inhimillistetään elottomia lämpöpumppuja, ikään kuin niillä olisi oma tahto ja persoonallisuus. Huumori perustuu huvittavien ja yllättävien mielikuvien lisäksi yhteiseen tietoon siitä, että joskus ”suhde” lämpöpumpun kanssa muodostuu niin tiiviiksi, että sitä voidaan verrata palvelussuhteeseen tai kavaruussuhteeseen ihmisen kanssa.

- (107) 2004 vuodesta asti palvellut E12 pumppu on alkanut kiukutella lämmityksellä. Tänäpä tehty seuraavat testit/havainnot :
[...] Olisiko kellään antaa ohjeita mitä kokeilla seuraavaksi? (LP: E12CKP lämmitysohjelma ja H99 häiriö. Jäsen, Viestejä: 11)
- (108) NIBE F1245 maalämpöpumpun ajattelin asentaa lämpöä tuomaan pirttiin. Olen kuullut olevan hyvä kaveri ja lämmin sellainen, pitääkö jutut paikkansa? (S24: NIBE F1245 meinaan laittaa)

Etenkin lukijoilta neuvoa pyydettyäessä kirjoittajat saattoivat vitsailla omalla kustannuksellaan, mikä osoittaa hyvántahtoisuutta lukijoita kohtaan. Itsensä ja omien taitojensa väheksyminen esimerkissä 109 luo kirjoittajasta kuvan kohteliaana avunpyytäjänä, joka kunnioittaa palstalla olevia asiantuntijoita ja heidän osaamistaan myöntämällä itse olevansa hierarkiassa (tiedon suhteen) heidän alapuolellaan.

- (109) Hei, kirjoittelen tänne ensimmäistä kertaa eikä ole oikein tietoa näistä laitteista sen tarkemmin. [...] Olen yrittänyt hiukan asiasta lueskella mutta kaikenlaiset kaasusilmukat yms. eivät mahdu päähän 😊 (LP: Ultime 5500 + Böro 320 riittävyys? Tulokas, Viestejä: 2)

Kirjoittajan profiilista käy ilmi hänen olevan uusi tulokas palstalla (viestejä 2), mikä korostaa hänen tarvettaan päästä osaksi yhteisöä, missä oikeaoppinen huumorin käyttö ja kohteliaisuus ovat apuna. Kielenulkoisena vihjeenä huumorin käytöstä on silmää iskevä tunneikoni, jonka usein tulkitaan viittaavan vitsailuun. Viestin huumori syntyy sen yhteisesti tunnetun tiedon pohjalta, että lämpöpumpuihin liittyvä teknologia on monimutkaista eikä sen ymmärtäminen ole tavalliselle ihmiselle suinkaan itsestäänselvyys. Viestissä on käytetty erikoistermiä *kaasusilmukat*, mutta muuten viesti on kirjoitettu yleiskielellä. Esimerkissä 110, joka on niin ikään tulokkaan (viestejä 2) kirjoittama, kirjoittaja vähättelee itseään ilmauksella ”olen melko osaamaton pökiö” viitaten siihen, ettei hän ymmärrä lämpöpumpunsa vieraskielistä manuaalia.

- (110) Heippa vaan. Sain tällaisen pumpun jokusia vuosia sitten lahjaksi, ja sen paremmin en ole perehtynyt toimintaan... Kysymys kuuluu: mikä on kaukosäätimessä olevan Ventilation-napin idea? [...] Ja on mulla siihen vieraskieliset manuaalit, mutta olen melko osaamaton pökiö. (LP: cs-xe12eke ventilation? Tulokas, Viestejä: 2)

Myös esimerkki 111 on uuden tulokkaan (viestejä 1) kirjoittama. Viestissä kirjoittaja vitsailee niin ikään omalla kustannuksellaan. Huumori perustuu yhteiseen kulttuuriseen tietoon, jonka mukaan ihmisille (kirjoittajan mukaan erityisesti suomalaisille) on tyypillistä ryhtyä liian kärsimättömästi toimeen, mikä saattaa kostautua virheinä, kun työtä ei ole suunniteltu riittävästi etukäteen.

- (111) [...] Pumppu asennettiin seinään jossa kattorajassa kulkee eräänlainen kotelo, jonka syvyys on n. 15cm ja korkeus n. 20cm. [...] Aloin tuossa eilen perinteiseen suomalaiseen tyyliin tekemään ensin ja sitten vasta miettimään...[...] Itse kysymykseen..pitäisikö tuota koteloa nyt repiä vielä auki ja leventää noita rakoja, vai onko tuosta käytännössä yhtään haittaa. [...] (LP: Sisäyksikön vieressä oleva verhotangon kotelo. Tulokas, Viestejä: 1)

Huumorin keinona aineiston avausviesteissä oli käytetty jonkin verran myös ironiaa. Esimerkissä 112 kirjoittaja viittaa itseensä ironisesti ilmauksella ”tekniikan ihmelapsi”. Ilmauksen ironinen merkitys paljastuu viimeistään viestin lopussa, jossa kirjoittaja viittaa itseensä sanalla ”tyhmä”. Tämän kontekstuaalisen vihjeen (kaksi keskenään ristiriidassa olevaa luonnehdintaa) lisäksi vihjeenä huumorin käytöstä on lopussa oleva hymiö eli hymyileviä kasvoja esittävä tunneikoni.

- (112) Elikkä joku jolla on kokemuksia niben f470 mallista, kertokaapa tälle tekniikan ihmelapselle muutama asia: [...] Kiitoksia jos joku viitsii hiukan auttaa tyhmää... :) (S24: Nibe f470 säätö??)

Esimerkissä 113 kirjoittaja kuvaa ostamaansa taloa ja toteaa haluavansa saada lämmityskustannuksia alennettua lisäeristyksen ja ilmalämpöpumpun avulla. Huumorin keinona on ironinen lausahdus ”Ai että tulen nauttimaan sähkölaskuista”. Kirjoittaja selkeästi tarkoittaa juuri päinvastaista kuin sanoo, sillä muun viestin perusteella käy selväksi, että talon sähkölasku tulee olemaan iso, mikä taas aiheuttaa maksajalle todennäköisemmin harmia kuin nautintoa. Huumori perustuu siihen erikoisalan piirissä tunnettuun tietoon, että viestissä kuvatun kaltaiset rakennukset kuluttavat paljon sähköä ja toisaalta myös yhteisesti jaettuun kokemukseen suurten sähkölaskujen aiheuttamasta mielipahasta.

- (113) Tervehdys, eli tuli juuri ostettua noin 192 neliöisen sähkölämmiteinen rinnetalo vuodelta -90.. Ai että tulen nauttimaan sähkölaskuista, mutta anyways, lämmityskustannuksia haluaisin nyt saada jo muuton yhteydessä (2 kk sisällä) alas, eli lisäeristyksen lisäksi ajattelin ilmanlämpöpumppua, mistä saa ajankohtaista tietoa siitä mikä ILP sopisi mun taloon? [...] (S24: Ilmanlämpöpumppu rinnetaloon)

Esimerkissä 114 puolestaan huumori perustuu siihen yhteiseen tietoon, että naapurista kantautuva kova meteli voi häiritä naapureita, mikä voi joissain tapauksissa johtaa hyvinkin suuriin selkkauksiin naapureiden välillä.

- (114) Kiinnostaisi tietää kuinka kauan kompura on vilpissä kestänyt? Minulla 3,5 vuotias Ulti 9000E (Copeland kompura?) korisee siihen malliin että se piti pysäyttää naapurisodan estämiseksi. [...] (LP: Kuinka kauan kompura on kestänyt? Tulokas, Viestejä: 8)

Huumorin keinona on käytetty liioittelua, sillä rikkinäisen kompressorin aiheuttama ääni tuskin todellisessa tilanteessa aiheuttaisi tilanteen kärjistymistä ”naapurisodaksi”. Esimerkissä 115 kirjoittaja käyttää ilmausta ”sähköjumala”, jolla viitataan potentiaalisen vastaanottajaan. Ilmaus on sekä humoristinen (hyperbola) että kohtelias, sillä se tunnustaa vastaanottajan suuremman tietotason ja siten tiedon asymmetrian kirjoittajan ja mahdollisen vastaajan välillä. Kohteliaisuuden (imartelu) mukanaolo vähentää pyynnön aiheuttamaa kasvojen uhkaa. Vinkkinä huumorista on myös hymiö viestin lopussa.

- (115) [...] 50 hertsillä pumppu ottaa maksimissaan 700w. Nouseeko hertsiluku tarvittaessa esim. liki sataa, ja näin ollen pumppu nappaisikin maksimissaan jopa 1400w? Tuttu sähkömies väitti näin, mutta epäileviä tuomaitakin on ollut liikenteessä. Että jos joku sähköjumala lukee, niin kertokoon! :) (S24: Lämpöpumpun kulutus/hertsiä?)

Avausviesteissä esiintyi myös huumoria, jossa kirjoittaja vitsaili muiden kuin itsensä kustannuksella. Esimerkissä 116 huumori kohdistuu yleisesti ihmisten käytökseen ja yhteiseen tietoon siitä, että ihmisillä on usein vahvoja mielipiteitä aiheista, joista heillä ei ole omaa kokemusta. Typografisena vihjeenä huumorin käytöstä toimii hymiö.

- (116) Olisko kellää kertoa omia kokemuksia (yleensä niillä on sanottava kellä ei ole kokemusta edes :) lämpöpumpun hankinnasta? Olen kiertänyt keskustan myymälät jne. Ja myyjät ei oikein osaa sanoa mitään (yks syy voi olla kun olen naispuolinen niin toteavat jo etten ymmärrä). [...] (S24: Kokemuksia lämpöpumpuista?)

4.7.2 Haastava huumori

Haastavan huumorin tavoitteena on haastaa vallitsevaa tilannetta eli osoittaa jonkin asian kyseenalaisuus tai kritisoida sitä. Huumoria käytettäessä ei kuitenkaan selkeästi hyökätä toista ihmistä tai ryhmää vastaan, vaan kritisointi on hienovaraisempaa.

Esimerkissä 117 vihjeenä huumorista on kolme peräkkäistä ”vирnistävää” tunteikonaa. Huumori perustuu palstan jäsenille yhteiseen tietoon siitä, että tietyn tyyppiset viestit saatetaan siirtää niin sanotulle ”kuumapääosastolle”. Tällä kirjoittaja viittaa palstalla olevaan erityiseen keskustelualueeseen, joka on tehty riitoja aiheuttavaa keskustelua varten, jotta muu palstalla oleva keskustelu pysyisi asiallisena. Kirjoittaja vihjaa siten huumorin keinoin, että hänen avausviestinsä on jollain tavalla kiistanalainen ja saattaa näin ärsyttää joitain lukijoita aiheuttaen kiivaan väittelyn. Huumori toimii myös ilmapiiriä keventäen ja tehden siten kiistanalaisen aiheen esille ottamisen hyväksyttävämmäksi ja turvallisemmaksi. Esimerkin 117 kirjoittaja on profiilinsa mukaan ”Lämpöpumppuaktiivinen” (viestejä 1127), joten hänen voi olettaa olevan vahvasti sisällä keskustelupalstan keskustelukulttuurissa sekä tuntevan palstan käytännöt ja siten myös esimerkin kaltaisten sisäpiirihuumorin käyttö on hänelle mahdollista.

- (117) Kokeillaan täällä ensin mutta ei haittaa jos menee kuumapääosastolle, tärkeintä että puhutaan 🗣️🗣️🗣️ [...] (LP: kerrostalon maalämpö, järkeäkö?)

Esimerkeissä 118–120 asetetaan huumorin keinoin jollain tavalla kyseenalaiseksi yleisesti lämpöpumput tai jokin niihin liittyvä asia. Esimerkissä 118 *kontekstuaalisena vihjeenä* huumorista toimii sana ”ennustaja”. Ajatus ennustajan käyttämisestä ilmalämpöpumpun taloudellisen takaisinmaksun arviointiin on huvittava, sillä siinä yhdistyy kaksi asiaa, joita ei yleensä ole tapana käyttää yhdessä. Huvittavuus perustuu myös yhteisesti jaettuun tietoon siitä, miten vaikeaa ilmalämpöpumpun takaisinmaksuaikaa voi olla laskea, ja samalla myös kyseisen seikan kritisointiin.

- (118) [...] Osaisiko joku merkonomi laskea talouden takaisinmaksua vai tarvitaanko mukaan myös ennustaja tai onko muita parempia tapoja? (S24: Ilmalämpöpumppu ennustajia apuun?)

Esimerkissä 119 kirjoittaja esittää, että on ensin sanovina ”ongelman” (”ong..”), mutta muuttaa sitten sanan muotoon ”ominaisuuden” viitatessaan höyrystimen jäätymiseen. Huumori perustuu siihen yhteiseen tietoon, että lämpöpumpun höyrystimen jäätyminen on luonnehdittu olevan pumpun ominaisuus eikä varsinaisesti vika. Tällä tavoin on ehkä pyritty välttämään pumpun takuuseen kuuluvia korjauksia. Viestin 119 kirjoittaja siten mitä luultavimmin kritisoi huumorin keinoin viestinsä ”rivien välissä” tätä käytäntöä sekä laitetoimittajien ja asennusfirmojen toimintatapaa asiassa. Mahdollisesti hän kritisoi myös itse lämpöpumppua.

- (119) [...] 5) Mistä löytää pätevä asennu/korjaus/huolto, joka voisi korjata ong.. ominaisuuden, miel pk-seudulla..? [...] (LP: 310P:n höyrystin jäätyy jatkuvasti! Niben huoltoja pk-seudulla? Jäsen, Viestejä: 11)

Esimerkissä 120 huumorin keinona toimii kielikuva ”maalämpöreikään emme aio sortua”. Kielikuvassa *maalämpöreikä* toimii metonymiana²⁸ kuvastamaan maalämpöjärjestelmää, sillä maalämpöreikä, jolla viitataan maalämpökaivoon, on maalämpöjärjestelmään kuuluva olennainen osa. ”Maalämpöreikään sortuminen” viittaa siten maalämpöjärjestelmän hankkimiseen kiinteistölle. Huumori syntyy siitä yhteisestä kontekstuaalisesta tiedosta, että Suomi24-keskustelupalstalla maalämpö jakaa voimakkaasti mielipiteitä ja osa kirjoittajista vastustaa maalämpöä pitäen sitä huonona vaihtoehtona, vaikka laajemmassa yhteiskunnallisessa kontekstissa maalämpöä pyritään edistämään muun muassa valtion rahallisilla tuilla ja maalämpö onkin kirjoitusajankohtana ollut vahvasti kasvattamassa suosiotaan Suomessa. Siten ”maalämpöreikään sortuminen” on ikään kuin periksi antamista, luovuttamista ja ”antautumista virran vietäväksi”, jossa omaan elämään liittyvä päätösvalta ja hallinta luovutetaan pois.

²⁸ Metonymiassa esinettä tai ideaa kuvaava sana korvataan joko konkreettisesti tai abstraktisti sukua olevalla sanalla. Toisin kuin metafora, metonymia edellyttää rinnastettujen asioiden yhteyden tunnetuksi ja jo olemassa olevaksi. (Tieteen termipankki 2021a)

- (120) Onko kellään kokemusta vesi-ilmalämpöpumpusta ja sen hyödyistä. [...] Mietitään vaan tätä, että saisiko tällä säätöjä aikaiseksi. Maalämpöreikään emme aio sortua kyllä ja puukattilaan tarvitaan taas ihan himmeitä palosuojauksia, jos sellaisen laittaisi tuonne varastoon. [...] (S24: Vesi ilppi)

Esimerkissä 121 käytetään idiomia ”pissa sukassa”, joka on muunnos sanonnasta ”kusi sukassa”. Ilmauksella voidaan tarkoittaa ”hiljaa, ääneti, toisten huomaamatta”²⁹ olemista/tekemistä tai jonkin jännittämistä todella paljon. Todennäköisesti kirjoittaja viittaa ilmauksella siihen, että nykyiset maalämpötoimittajat ovat peloissaan ja jännittyneitä, koska viestin aiheena oleva maalämpöpumppumerkki on luvannut tuotteilleen paremman takuun kuin nykyiset maalämpötoimittajat, jolloin he luultavimmin pelkäävät menettävänsä potentiaaliset asiakkaansa tämän uuden merkin toimittajille. Huumori perustuu palstan käyttäjien yhteisesti jaettuun tietoon siitä, että takuiden kanssa on usein ongelmia ja että laitteet hajoavat usein juuri takuuajan päätyttyä, mikä on maalämpöpumppujen käyttöä ajatellen usein melko lyhyt. Samalla huumoriin kätkeytyy myös kritiikkiä kyseistä asiantilaa kohtaan.

- (121) Onko jollain tarkempaa tietoa näistä maalämpöpumpuista??
10 vuoden takuu?? Taitaapi olla nykyisillä toimittajilla pissasukassa, ainakin omalla kohdallani tuo nousi juuri ykkösvaihtoehdoksi. On vielä saksalainenkin, joten ei pitäisi olla mikään sekundavärkkikään.. (S24: Vaillant maalämpöpumput)

Muita ryhmiä vastaan suunnattua, aggressiivista huumoria ei ollut käytetty lainkaan tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä (vrt. Salmela 2014).

4.7.3 Yhteenvedo ja pohdinta

Tiedon saamiseen tähtäävissä viesteissä oli käytetty pääasiassa yhteisymmärrystä rakentavaa ja kohteliasta huumoria ja vain muutamassa viestissä haastavaa, kyseenalaistavaa huumoria. Muita ryhmiä vastaan hyökkäävää huumoria ei ollut käytetty. Kontrolloidulla palstalla huumorin käyttö tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä oli yleisempää kuin avoimella palstalla.

Vahvistavassa huumorissa käytettyjä huumorityyppejä ja keinoja olivat hauskat kielikuvat, idiomit ja tekniikan elollistaminen (personifikaatio). Myös itseironiaa ja itsensä vähättelyä käytettiin. Tekniikan elollistamisella voidaan tehdä monimutkaisten teknisten asioiden kuvaamisesta helpompaa, kun laitteiden toiminta voidaan rinnastaa ihmisen toimintaan, joka on kaikille tuttua. Vihjeinä huumorista käytettiin tunneikoneita, välimerkkejä, typografisia keinoja, toistoa ja liioittelua.

²⁹ <https://urbanisanakirja.com/word/kusi-sukassa/>

Huumori perustui usein yhteisesti jaettuun tietoon tai kokemuksiin. Perustana saattoi olla yleinen kulttuurinen tieto, erikoisalan tuntemukseen liittyvä tieto tai palstan aiemman toiminnan tuntemiseen liittyvä tieto. Yhteiseen, jaettuun tietoon ja kokemuksiin viittaaminen vahvistivat yhteistä pohjaa ja rakensivat yhteisymmärrystä kirjoittajan sekä lukijoiden ja mahdollisten vastaajien välillä.

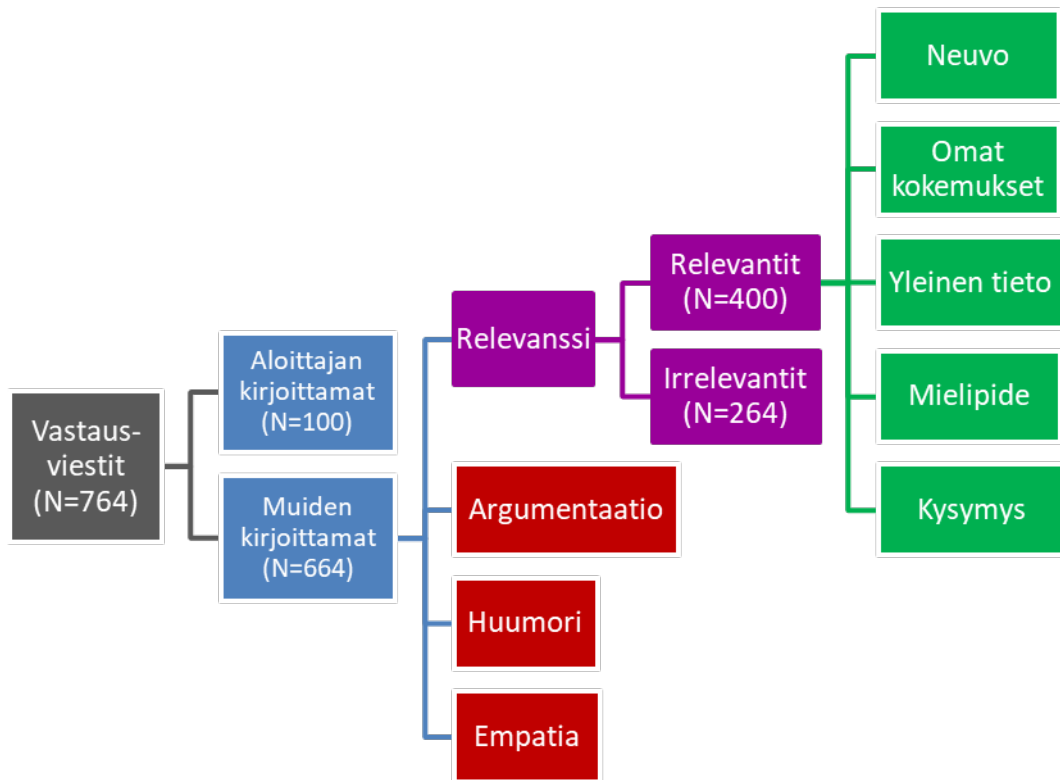
Vahvistavan huumorin käyttäminen hyvántahtoisuuden ja kohteliaisuuden osoittamiseen viestin lukijoita kohtaan, yhteisen pohjan luomiseen ja yhteisymmärryksen luomiseen on ymmärrettävää, kun tavoitteena on avun tai tiedon saaminen, jolloin miellyttävän, sympaattisen kuvan antaminen itsestä on tärkeää. Kirjoittajien motivaatio vastata saattaa lisääntyä, mikäli he kokevat avausviestien kirjoittajan helposti samaistuttavaksi ja kohteliaaksi.

Huumoria käytettiin jonkin verran myös oman näkemyksen korostamiseen. Haastavaa huumoria käytettiin asioiden kyseenalaistamiseen ja kritisointiin. Huumorin avulla negatiivinen tai kriittinen viesti voitiin välittää hyväksyttävämmässä muodossa. Haastavan huumorin tyyppinä käytettiin esimerkiksi vertauksia ja ironiaa. Huumori oli vahvasti sidoksissa keskustelun aiheena olevaan erikoisalaan ja kietoutunut yhteen erikoisalan tiedon kanssa, jolloin sen ymmärtäminen vaati jonkin verran tietämystä käsiteltävästä aiheesta, ja myös huumorin tavoitteet nousivat keskustelun aiheesta.

4.8 Tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen vastausviestit

Tässä luvussa tarkastelen tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen vastausviestejä. Aloitan kertomalla, miten vastausviestin analyysi eteni. Seuraavaksi tarkastelen, millaisia olivat kirjoittajan itsensä kirjoittamat viestit viestiketjuissa (4.8.1), millä perusteella luokittelin vastausviestit relevanteiksi tai irrelevantiksi ja millaisia olivat irrelevantit (4.8.2) ja relevantit vastaukset (4.8.3) sekä millaista argumentaatiota käytettiin (4.8.4), miten huumoria käytettiin (4.8.5) ja miten empatiaa ilmaistiin vastausviesteissä (4.8.6).

Vastausviestien analyysin aineistona oli pienempi satunnaisotos, joka koostui 40 viestiketjusta, joiden avausviestin tavoitteena oli tiedon saaminen. Näissä viestiketjuissa oli yhteensä 764 vastausta (382 kummaltakin palstalta). Olen havainnollistanut kuviossa 29, miten vastausviestien analyysi eteni.



Kuvio 29. Vastausviestien analyysi

Luokittelin vastausviestit (N=764) ensin sen mukaan, oliko ne kirjoittanut avausviestin kirjoittaja itse vai joku muu. Viestit, jotka oli kirjoittanut joku muu kuin aloittaja itse (N=664) luokittelin sen perusteella, olivatko ne avausviestin ja sen aiheen ja tavoitteen kannalta relevantteja vai irrelevantteja. Relevantit vastausviestit (N=400) luokittelin viiteen kategoriaan: neuvoihin, omien kokemusten kertomiseen, yleisen tiedon antamiseen, mielipiteisiin ja kysymyksiin. Tarkastelin myös, millaista argumentaatiota vastauksissa käytettiin sekä huumorin ja empatian käyttöä vastausviesteissä.

4.8.1 Avausviestin kirjoittajan omat viestit

Luokittelin kaikki aineistossa olevat tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen vastausviestit (N=764) ensin sen mukaan, oliko ne kirjoittanut avausviestin kirjoittaja itse (tästä lähtien *aloittaja*) vai joku muu. Luokittelun perusteena käytin Lampopumput.info-palstalta kerätyn aineiston osalta kirjoittajan rekisteröityä nimimerkkiä, jonka avulla kirjoittajan omat viestit olivat selkeästi tunnistettavissa. Suomi24-palstalla sen sijaan harva kirjoittaja käytti rekisteröityä nimimerkkiä. Jos vastausviestin kirjoittajan nimimerkki oli sama kuin avausviestin kirjoittajan, niin luokittelin vastausviestin aloittajan omaksi viestiksi. Luokittelin aloittajan

omiksi viesteiksi myös ne, joissa nimimerkkinä oli esimerkiksi ”aloittaja” tai muu avausviestin kirjoittajaan viittaava ilmaus.

Aloittajan omissa viesteissä oli tyypillistä, että niissä esiintyi enemmän kuin yksi funktio, minkä vuoksi päädyin käyttämään analyysiyksikkönä makrosegmenttiä enkä yksittäistä viestiä. Tyypillistä oli esimerkiksi yhdistää viestissä sekä tiedon tarjoamista että tiedon pyytämistä. Esimerkissä 122 kirjoittaja ensin tarjoaa tietoa siitä, mitä on yrittänyt tehdä ja mitä vaikutusta sillä on ollut tilanteeseen, ja sitten pyytää tietoa kylmäaineen määrän mahdollisesta vaikutuksesta laitteen ääneen sekä kompressorin vaihdon hinnasta.

- (122) <tt>Laitoin kevytpeitteen käärittynä taka- ja sivukennojen esteeksi, mutta tuuletin pyörä edelleen. No, kuulostelemalla rähisevämpi ääni tulee kyllä sieltä kompuran puolelta.</tt> <tp>Onkohan kylmäaineen määrällä vaikutusta laitteen ääntelyyn? Onko kompuran vaihto niin kallis operaatio että annattaa ennemmin koko loota uusia?</tp>

Seuraavaksi käyn läpi aineistossa havaitsemani viestien makrosegmentit eli funktionaaliset rakenneosat. Ensimmäinen aineistossa yleisesti esiintyvä rakenneosa oli tilanteeseen liittyvän *tiedon tarjoaminen*. Tiedon tarjoamisen funktiona oli ensinnäkin tarjota lukijoille aloitusviestissä olevaan ongelmaan liittyvää täydentävää tai uutta tietoa, esimerkiksi tilanpäivityksiä tilanteen kehittymisestä, kuten esimerkissä 123. Rakenneosan toisena funktiona oli vastata muiden osallistujien aloittajalle lähettämiin kysymyksiin, kuten esimerkissä 124 (tarkentavia kysymyksiä aloittajalle käsitellään enemmän alaluvussa 4.8.3).

- (123) Kysäisin Ultilta meneekö anturit takuuseen, vuoden takuu oli jo mennyt vanhaksi mutta sain anturisetin (3 kpl samassa liittimessä) ilmaiseksi.
- (124) nyt kun sanoit, niin illalla kun tarkkaan kuuntelee niin tuntuu että ulkoyksikkö käy kovempaa kuin aikaisemmin.
Sisäyksikön puhallinmoottorin vaidoin tarkalleen vuosi sitten.

Esimerkissä 124 tiedon tarjoaminen tapahtuu vastauksena aiemmassa viestissä esitettyyn kysymykseen (”Onko kompressorin ääni voimistunut aikaisempaan verrattuna, kun laittaa kierroksia vähän enemmän?”), johon viitataan ilmauksella ”nyt kun sanoit”. Esimerkissä 125 tiedon tarjoaminen tapahtuu heti avausviestiä seuraavassa viestissä, ja tarkoituksena on täydentää vielä avausviestissä kuvattuja taustatietoja. Deiktisellä ilmauksella ”lisäys äskeiseen” viitataan avausviestiin ja sen sisältöön.

- (125) lisäys äskeiseen. pidän siis huoneilman 20 astetta,mutta puhallin siis puhaltaa pienimmällä eli ykkösellä,kun siinähan saa ainakin 4-5 puhaltamaan sen.

Aloittaja voi tehdä myös itse tarkentavia kysymyksiä tai lisäkysymyksiä muille osallistujille. Tällaiset kysymykset luokittelevin kategoriaan *tiedon pyytäminen*. Yleensä aloittajan myöhemmissä viesteissä esittämät kysymykset koskevat jotain keskustelussa myöhemmin esiin tullutta asiaa tai tietoa, kuten esimerkissä 126, jossa viitataan viestiketjussa esiin nousseisiin kumitossuihin deiktisellä ilmauksella ”tällaisia” (parempia kumitossuja), ja esimerkissä 127, jossa viitataan viestiketjussa esiin nousseeseen kompressorin vaihtoon deiktisellä ilmauksella ”tuollainen” (kompuran vaihto).

- (126) Onko tällaisia parempia kumitossuja vaikea asentaa jälkikäteen? Mistä niitä saa hankittua?
- (127) Onko kelläkään kokemusta paljonko tuollainen kompuran vaihto osineen ja töineen maksaa?

Osassa viesteissä kirjoittaja *ilmaisee mielipiteensä* jostain asiasta. Mielipide eroaa tiedon tarjoamisesta siten, että se on selkeästi subjektiivinen näkemys jostain aiheesta. Mielipiteen ilmaiseminen voi liittyä johonkin esimerkiksi aloitusviestissä esiin tuotuun ongelmaan liittyvään asiaan tai esineeseen, kuten esimerkissä 128 ohjauspaneelin suunnitteluun (”tyhmästi suunniteltu”) tai esimerkissä 129 suoräsäkölämmitykseen. Jälkimmäisessä esimerkissä mielipide tulee eksplisiittisesti esiin ilmauksen ”mun mielestä” kautta. Esimerkissä 130 kirjoittaja ilmaisee mielipiteensä aiemmassa viestissä annetusta neuvosta (”Kannattaa ostaa aina samasta paikasta pumppu ja asennus”) ja arvioi sitä.

- (128) On se vaan tyhmästi suunniteltu tuo mitä näkyy ohjainpaneelistä, tärkein nappi piilossa....
- (129) Mun mielestä öljykin on parempi kuin kaikki sähköllä
- (130) en mä tiedä onko helpompaa ottaa asennus ja pumppu samasta liikkeestä, koska harvoilla liikkeillä on omat asentajat, aliurakkaa tekevät... Ja mitä takuihin tulee niin samat ehdot ne on mistä ne ostais!

Viesteissä ilmoitettiin jonkin verran myös *suunnitelmia tai ratkaisuehdotuksia*. Suunnitelma on yleensä konkreettinen toimintasuunnitelma avausviestissä esiin tuodun ongelman ratkaisemiseksi tai asian edistämiseksi jollakin tavalla. Tarkoituksena voi olla halu saada muilta mielipiteitä suunnitelman toimivuudesta ja toisaalta kertoa tilanteen etenemisestä. Esimerkissä 131 ilmaus ”ajattelinkin muuttaa” (kytkentää) kertoo, että kyseessä on suunnitelma. Esimerkissä 132 kirjoittaja ilmoittaa ostoaikeistaan sillä varauksella, että toteuttaa suunnitelmansa, jos ei löydä halvempaa muualta.

- (131) Ajattelinkin muuttaa kytkentää niin, että kytkimen painaminen kytkee ilmanvaihdon esim. C-nopeudelle,

jolloin potikat voi käänellä niin että saadaan riittävä ylipaine

- (132) Jos en nyt tampereen suunnalta löydä halvempaa kuin tuo nettipumpussa oleva mitsu niin ostan kyllä sieltä :)

Tyypillinen viesteistä löytyvä funktionaalinen rakenneosia oli myös *ratkaisun* löytymisen ilmoittaminen avausviestissä olevaan ongelmaan. Ratkaisun löytymisestä kertominen hyödyttää yhteisöä siten, että se vapauttaa vastaajat aloittajan ongelman pohtimisesta, jolloin he voivat suunnata huomionsa muihin palstalla esiin tuotuihin vielä ratkaisemattomana oleviin ongelmiin. Lisäksi ratkaisun löytymisestä kertominen tarjoaa tietoa ja mahdollisen ratkaisun myös muille osallistujille, joilla on samankaltainen ongelma kuin aloittajalla. Esimerkissä 133 kirjoittaja tuo eksplisiittisesti esiin, että ongelma on ratkennut viestin alussa olevalla ilmauksella ”No niin, päivitys ja lopullinen ratkaisu!”

- (133) No niin, päivitys ja lopullinen ratkaisu!
Kylmäaineasentaja kävi (loppujen lopuksi) tsekkaamassa tilanteen ja totesi kylmäaineen kadonneen, oletettavasti täyttökorkin kautta. Lisäsi ~1kg(!!!) R22-ainetta ja vaihtoi korkin alkuperäisestä tiivisteellisestä messinkiseen, jossa ei ollut tiivistettä. Sanoi, että yleisin vuoto-paikka on juurikin tuo korkki.
Jännä ettei laite ilmoittanut sitä ”Ao3”-vikaa missään vaiheessa...

Esimerkissä 134 ratkaisun löytyminen tuodaan esiin ilmauksella ”taisi homma korjaantua” ja esimerkissä 135 ilmauksella ”nyt ei ole enää minkäänlaista meluongelmaa”. Esimerkissä 136 puolestaan ei ole eksplisiittistä ilmausta ratkaisun löytymisestä, mutta asia on implisiittisesti pääteltävissä viestistä ja sen myönteisestä sävystä (kone ”puhaltelee iloisesti” ja ”clean-valo palaa”-ilmauksen jälkeen on sijoitettu hymyilevä tunneikoni). Esimerkistä käy myös ilmi, että ongelman ratkominen on ollut yhden vastaajan antamien neuvojen ansiota (”Tein kuten neuvoit”).

- (134) anturisetin vaihdolla taisi homma korjaantua, ainakin nyt näyttää siltä.
- (135) Mulle asennettiin muutama viikko sitten uudet luonnonkumieristeet. Sisään kuuluva ääni laski noin puoleen entisestä ja nyt ei ole enää minkäänlaista meluongelmaa. Asennettuna maksoi 35 €. [...]
- (136) Tein kuten neuvoit ja nyt se kone tuolla puhaltelee iloisesti ja clean-valo palaa:)

Tyypillinen elementti aloittajan omissa myöhemmissä viesteissä oli myös *tyytyväisyyden osoittaminen*, joka ilmeni yleensä vastaajien kiittämisenä. Esimerkissä 137 kiitetään vastauksista ja todetaan niillä olleen positiivinen vaikutus (”niitä lukiessa alkoi kummasti näkyä valoa tunnelinpäässä”). Esimerkissä 138 puolestaan kiitetään kaikkia keskusteluun osallistuneita.

- (137) Kiitos vastauksista, niitä lukiessa alkoi kummasti näkyä valoa tunnelinpäässä ja samalla tämä alla olevan linkin kuvakin aukesi ;-)
[linkki/url]
- (138) Kiitos kaikille keskusteluun osallistuneille.

Lisäksi viestien osina oli *tervehdyksiä* viestin alussa, (manuaalisia) *allekirjoituksia* viestin lopussa, *metakommentteja* sekä sekalaisia yksittäisiä elementtejä, jotka luokittelin kategoriaan *muut*. Metakommentit kommentoivat jollain tavalla keskustelua itseään. Metakommentti voi liittyä itse keskustelupalstaan (esimerkki 139), kirjoittajan omaan viestiin (esimerkki 140) tai muiden kirjoittajien kirjoittamiin viesteihin (esimerkki 141).

- (139) Siis kyllähän moni (kuten myös minä itse) on arvaillut oikeaa kylmäainemäärää, aiheesta oli pitkät keskusteluketjut pari vuotta sitten kun näitä ultimaattoreita alettiin joukolla asentamaan...
- (140) Ohessa liitteenä pohjakuva ja punaisella merkattu sisäyksikön sijainti.
- (141) joo kauhea läankyttäminen alkaa heti jos kysyy neuvoja, ja vielä keskellä kirkasta päivää notkuvat foorumilla kun pitäis olla töissä, vai tekeekö se naapurin kale kaikki duunit :o

Kategoriaan *muut* kuuluivat esimerkiksi samanmielisyyden osoittaminen (esimerkki 142), esipuhe³⁰ (esimerkki 143) ja huumori (esimerkit 144 ja 145) sekä pettymyksen osoittaminen. Esimerkissä 146 kirjoittaja ilmaisee pettymystään siihen, ettei kukaan ole vielä vastannut hänen viestiinsä.

- (142) Jep, tähän kai on se ainoa keino.
- (143) Nyt on taas pakkasta, joten voi opiskella tappin asti täytetyn pumpun oikkuja...
- (144) "mukava" kuulla että kohtalotovereitakin on.
- (145) Mutta, nyt saa pakkaset tulla kun PILPikin toimii, *KOP* *KOP*
- (146) No höh, onpas pölyttömiä koteja jos ei kukaan vielä ole tuommoista putsannut..

Omia viestejä oli aineistossa yhteensä sata eli kaikkiaan 13 % kaikista vastauksista. Kontrolloidulla palstalla aloittajan omia viestejä oli 76 eli yhteensä lähes viidesosa kaikista vastauksista. Avoimella palstalla sen sijaan aloittajan omia viestejä oli vain 24 eli 6,3 % kaikista vastauksista. Kontrolloidulla palstalla aloittajan omia viestejä oli siis selvästi enemmän kuin avoimella palstalla. Havainnot ovat linjassa sen kanssa, että aiemmassa tutkimuksessa on todettu pysyvien nimimerkkien edistävän kommentoijien keskinäistä vuoropuhelua verrattuna täysin nimettömänä kirjoitettuihin kommentteihin (ks. Kangaspunta 2016: 43).

³⁰ ks. luku 4.4.1

4.8.2 Irrelevantit vastausviestit

Irrelevanttien vastausviestien analyysissä tarkastelun kohteena olivat ne vastausviestit, jotka oli kirjoittanut joku muu kuin aloittaja itse (N=664). Luokittelin nämä viestit sen mukaan, olivatko ne avausviestin ja sen aiheen ja tavoitteen kannalta relevantteja vai irrelevantteja. Viestien relevanssin tarkastelun taustalla on aiemmassa tutkimuksessa (esim. Constant ym. 1996) havaittu huomio siitä, että vastausten suuri määrä verkkokeskustelussa ei välttämättä lisää avausviestin kannalta hyödyllisten vastausten saamisen todennäköisyyttä, sillä vastausten määrän lisääntyessä myös huonojen vastausten määrä lisääntyy. Viestiketjun avausviesti määrittelee – ainakin periaatteessa – viestiketjun aiheen. Kutenkin verkkokeskusteluille on tyypillistä, että keskustelu viestiketjussa hajoaa ja osa viesteistä ajautuu alkuperäisen aiheen ulkopuolelle (Haataja & Perttula 2004: 364). Näissä tapauksissa kyseiset vastaukset eivät ole enää relevantteja sen kannalta, että ne edistäisivät oikean tiedon tai neuvojen saamista avausviestissä määritellyn ongelman tai kysymyksen ratkaisemiseksi.

Relevantin viestin määrittelyn lähtökohtana käytän Gricen (1989) *yhteistyön periaatetta* (*Cooperative Principle*). Kuulija olettaa puhujan olevan yhteistyössä kuulijan kanssa. Yhteistyön periaatteen mukaan puheenvuorosta on tehtävä “sellainen kuin keskustelun tavoitteet ja tarkoitus edellyttävät juuri siinä keskustelun vaiheessa”. Tästä seuraavat informaation määrää, laatua, relevanssia ja selvyyttä koskevat alamaksiimit. (Leiwo, Luukka & Nikula 1992: 30.) Etenkin, kun tilanne on tehtäväsuuntautunut ja viestinnän tavoitteena on informatiivisuus, yhteistyön periaatteen noudattaminen on tärkeää (Herring 2013).

Suhdemaksiimi (*The element of Relation*) sisältää relevanssin maksiimin “ole relevantti” tai “pysy asiassa” (Leiwo ym. 1992: 30). Relevanssi vaatii viestinnän osapuolilta tietoisuutta kontekstista ja diskurssia ympäröivistä olosuhteista, yleisöstä ja sen tietotasosta, viestinnän osapuolten ominaisuuksista sekä viestin lähettäjän viestinnällisestä tavoitteesta tai tarkoituksesta (Herring 2013).

Ho ja Swan (2007) ovat soveltaneet relevanssin maksiimia verkkoympäristöön, ja käytän heidän mukauttamaansa maksiimia myös omassa analyysissäni. Hon ja Swanin (2007: 5) määritelmää mukaillen luokittelin vastausviestin relevantiksi, mikäli se liittyi samaan aiheeseen kuin avausviesti ja seurasi luonnollista keskustelun kulkua joko avausviestissä määritellystä aiheesta tai muusta aiemmasta viestistä tilanteesta riippuen sovellettuna. Luokittelin vastausviestin irrelevantiksi, mikäli se ei käsitellyt avausviestissä määriteltyä aihetta (tai muissa ketjun aiemmissa viesteissä nostettua aihetta, mikäli se liittyi olennaisesti avausviestiin). Luokittelin vastausviestin irrelevantiksi myös, jos se ei sopinut yhteen avausviestin ta-

voitteen tai tarkoitukseen kanssa – eli esimerkiksi siinä ilmaistiin henkilökohtaisia, subjektiivisia näkemyksiä ja mielipiteitä aiheesta, mikäli niitä ei oltu pyydetty, hyökättiin toisia keskustelijoita vastaan, tuotiin keskusteluun jokin oma kysymys tai ongelma, joka ohjasi keskustelun pois alkuperäisestä aiheesta tai jollain muulla tavalla, esimerkiksi vitsailemalla, ohjattiin keskustelu pois alkuperäisestä aiheesta.

Vastausviestien relevanssin määrittelyssä vihjeinä toimivat myös osallistujien viestiketjuun kirjoittamat *metakommentit*, jotka viittasivat siihen, että vastausviestit eivät olleet sitä, mitä avausviestissä haettiin. Esimerkit 147 ja 148 ovat vastauksia viestiketjuun, jonka avausviestissä pyydettiin kokemuksia vesi-ilmalämpöpumpun käytöstä lattian lämmittämiseen. Esimerkkien viestit ovat reaktioita aiemmalle vastaajalle, joka tuo vastauksissaan esiin voimakkaita mielipiteitä lämpöpumpputekniikan huonoudesta.

- (147) Et tainnut oikein vastata [ketjun aloittajan] asialliseen kysymykseen. (S24: Vesi-ilmalämpöpumppu lattian lämmittämiseen, V5)
- (148) [...] Onko X:llä oikeasti jotain ehdotusta vai pelkkää leukojen louskutusta? (S24: Vesi-ilmalämpöpumppu lattian lämmittämiseen, V7, aloittajan oma viesti)

Esimerkissä 147 yksi vastaajista kommentoi, että aiempi vastaaja (X) ei vastannut aloittajan kysymykseen. Esimerkissä 148 puolestaan ketjun aloittaja kommentoi itse saman vastaajan viestejä. Ketjun aloittajan kommentti tuo esiin, että vastauksessa ei ole ”oikeaa ehdotusta”, vaan ”pelkkää leukojen louskutusta”, mistä voidaan päätellä, että hän ei ole kokenut kyseisen kirjoittajan vastauksia itselleen hyödyllisiksi. Myös esimerkissä 149 ketjun aloittaja kommentoi keskustelua, joka on harhautunut avausviestin aiheesta huumoripainotteiseen keskusteluun saunomisesta. Esimerkissä 150 puolestaan keskustelupalstan moderaattori kommentoi viestiketjun harhautumista avausviestin aiheesta toiseen aiheeseen kommentillaan ”pysytäämpä [sic] aiheessa”.

- (149) saunominen suomalaisen elämänmenoon, mut pysyttäiskö otsikon aiheessa.... (?) [...] (LP: Nibe F1245 / Danfoss DHP-H / Oilon Geopro GS, V18, aloittajan oma viesti)
- (150) Pysytäämpä aiheessa /[moderaattori] (LP: Panasonic CE9 Nordic (CE9-JKE) toiminta kovalla pakkasella, V13)

Irrelevantteja vastauksia oli yhteensä 264 kpl (35 eri viestiketjusta) eli lähes 40 % aineistosta. Suomi24-palstalta kerätyistä vastauksista suurempi osuus, hieman yli puolet (54,5 %) oli irrelevantteja, kun taas Lampopumput.info-palstalla vastauksista vain 22,5 % oli irrelevantteja. Suomi24-aineiston irrelevanttien vastausten osuus saattaa tuntua suurelta, mutta toisaalta palstan huonona pidetyn maineen

johdosta voidaan asiaan tarkastella myös siitä näkökulmasta, että lähes puolet vastauksista oli kuitenkin relevantteja.

Seuraavaksi käyn läpi erilaiset kategoriat, joihin aineiston irrelevantit viestit jakautuivat. Luokittelun pohjana ovat relevanssin viestin määritelmä (Hon & Swan 2007: 5; Herring 2013) sekä aineistosta nousevat havainnot. Näiden pohjalta irrelevantit vastausviestit voitiin jakaa seuraaviin luokkiin:

1. Uuden keskustelunaiheen esiintuominen
2. Subjektiivisten näkemysten ilmaiseminen
3. Toisten kirjoittajien kritisointi tai kyseenalaistaminen
4. Metakeskustelu
5. Huumori
6. Muut (sekalaiset)

Uuden keskustelunaiheen esiintuominen oli yleisin irrelevantteista vastausviestityypeistä koko aineistossa (32,2 %). Varsinaisen avausviestissä esitetyn tiedontarpeen lisäksi keskustelupalstan viestiketjuissa syntyy usein uusia tiedontarpeita, joita ryhdytään kommentoimaan. Nämä kommentit saattavat johtaa keskusteluun, joka ei enää suoranaisesti vastaa alkuperäiseen avausviestissä esitettyyn kysymykseen. (Haasio 2015: 230.) Kontrolloidulta palstalta kerätyssä otoksessa suurin osa irrelevantteista vastausviesteistä (72,5 %) edusti tätä viestityyppiä. Viestityypissä kirjoittaja tuo esiin oman ongelmansa, tilanteensa tai jonkin muun asian, joka ei suoraan liity avausviestin kirjoittajan tavoitteeseen tai edistä sitä. Myös viestit, jotka on kirjoitettu vastauksiksi tällaisiin viesteihin tai jatkavat alkuperäisen aiheen kannalta sivuun ohjautunutta keskustelua, kuuluvat tähän kategoriaan. Olen luokitellut ne irrelevantteiksi, vaikka ne olisivatkin relevantteja uuden keskustelunaiheen kannalta, sillä vastausviestien relevanttiutta arvioidaan aina suhteessa viestiketjun avausviestiin ja sen tavoitteeseen.

Esimerkissä 151 avausviestissä pyydetään kokemuksia lämpöpumppujen asennusfirmoista ja lämpöpumppumalleista. Vastauksessa 18 kuitenkin tuodaan esiin avausviestin tavoitteesta poikkeava uusi aihe ja esitetään kysymys lämpöpumpun käyttöön ja asetuksiin liittyen, joissa vastauksen kirjoittaja on kohdannut ongelmia. Vastaus ei siten edistä lainkaan avausviestin tavoitetta, vaan nostaa esiin uuden tavoitteen ja ohjaa siten keskustelua sivuun alkuperäisestä aiheesta.

- (151) Positiivisiä kokemuksia asennusfirmoista ?
 tietääkö kukaan mitään positiivista asiaa esim. yhtiöistä
 - Lämpöyköset
 - Kylmäviisikko
 Entäs onko kellään esim.

- Toshiba Super Daisei 6 tai 7
- Mitsubishi MSZ, MUZ jne. (S24: Ilmalämpöpumppu PKS)

Vastaus 18:

kertokaa hyvät ihmiset miten teillä pumpun asetukset että saatte hyöty suhteen irti??? itsellä menee nyt ihan räpeltämiseksi kun ei oikei löydy sopivia asetuksia??? paljonko teillä lämpötila?? onko uunia samassa tilassa??? ja muutenkin miten asetukset laitettu??

eilen lämmitin taas uunia ja jotenkin tuntuu että kun pumppu samassa huoneessa, uunin lämpö häviää johonkin, yläkerta oli ainakin aamuyöllä jo todella viileä??? lämpötila siis 20 ja puhallusnopeus automaatti. pumppuna mitsubishi FD25

Esimerkissä 152 avausviestissä pyydetään vastaajia listaamaan testituloksia tietystä pumppumallista. Vastauksessa 11 kuitenkin kirjoittaja aloittaa uuden aiheen toteamalla ensin tilanneensa itse avausviestissä mainitun pumppumallin ja kysymällä sen jälkeen, millaisia ”modauksia”³¹ vastaajat suosittelevat kyseiselle pumppulle. Aihe ohjautuu siis avausviestissä esitetyistä testituloksista uuteen aiheeseen eli modauksiin.

- (152) Tänne kootusti Ultimate Premier Inverter 13 testituloksia. (LP: Ultimate Premier Inverter 13 - testituloksia)

Vastaus 11:

Tällanen Premier 13 pumppu nyt tilattu, millasiin modauksiin nyt pitäis valmistausta? Kennoanturin rinnalle joku 15kOhm potikka ymmärsin mutta mitäs muuta? Verkkoja irti jostain, eristettä jonnekin, sulatuskaapelille kytkentämuutos, ??? ?

Subjektiiivisten näkemysten ilmaiseminen oli toiseksi yleisin irrelevanttien vastausviestien tyyppi koko aineistossa (29,2 %) ja erityisen yleinen se oli avoimella keskustelupalstalla (36,4 %). Tässä viestityypissä kirjoittaja tuo esiin subjektiivisen näkemyksensä tai mielipiteensä jostain asiasta, josta avausviestissä ei ole pyydetty näkemystä tai mielipidettä. Esimerkissä 153 avausviestissä kysytään, mitä muut ovat maksaneet lämpökaivon asennuksesta. Vastauksessa 5 kirjoittaja ei kerro hintatietoja omasta lämpökaivostaan, vaan ottaa kantaa yleisesti lämpökai-vojen porausten omasta mielestään liian kalliiseen hintaan. Siten hän ei vastauksellaan edistä avausviestin tavoitetta saada kokemuksia toteutuneiden lämpökai-vojen asennusten hinnoista.

- (153) MITÄ olette maksaneet valmiista lämpökaivosta eli sisältää porauksen, putkiston ja nesteet asennettuna. (S24: LÄMPÖKAIVO)

³¹ *Modaus* (engl. modding, lyhennetty sanasta modifying) on laitteistojen tai ohjelmistojen muokkaamista siten, että saavutetaan ominaisuuksia tai toimintoja, joita alkuperäinen valmistaja ei ole suunnitellut (Lähde: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Modaus>).

Vastaus 5:

Poraus alalla tuntuu olevan katteet kohdallaan, jos päivän hommasta tipahtaa tilille rahaa 7000,00€ eli lämpökaivonporaus ja putkitus/nesteet reikää 200metriä

Esimerkissä 154 kirjoittaja pyytää lukijoilta tietoja tietystä maalämpöpumppumerkistä ja sen takuusta. Vastauksessa 14 kirjoittaja kuitenkin esittää yleisen näkemyksensä koko maalämpötekniikan huonoudesta kritisoiden etenkin valtion maalämmön tuotantoon ja käyttöönottoon antamia tukia. Vastaus on siten täysin irrelevantti avausviestin kannalta, sillä siinä ei käsitellä millään tavalla avausviestissä esiin nostettua tiettyä maalämpöpumppumerkkiä tai laitteille myönnettäviä takuita.

- (154) Onko jollain tarkempaa tietoa näistä maalämpöpumpuista??
10 vuoden takuu??

Taitaapi olla nykyisillä toimittajilla pissa sukassa, ainakin omalla kohdallani tuo nousi juuri ykkösvaihtoehdoksi. On vielä saksalainenkin, joten ei pitäisi olla mikään sekundavärkkikään.. (S24: Vaillant maalämpöpumput)

Vastaus 14:

Markkinamiesten huuhaa hommia koko maalämpö. Suuri kupru valtiolle maalämpöön laitettu raha. Teollisuuteen työnnettiin rahaa ja yksityisille jaetaan avokätisesti verohelpotuksia sekä annetaan riihikuivaa rahaa (saneeraus kohteet). Maalämpöön siirtyvät ovat yleensä varakasta väkeä eivät siten tarvitsisi näitä avustuksia mutta ahneita kun ovat, onhan ilmainen raha otettava vastaa.

Kaiken tämän tieteenkin maksaa kansalaiset .Valtio velkantuu ja kansa maksaa rikkaitten maalämpökaivot ja pumput.

Esimerkissä 155 avausviestin kirjoittaja esittää faktapohjaisen kysymyksen maalämpökaivon syvyydestä. Vastauksessa 1 kuitenkin tartutaan täysin epäolennaiseen yksityiskohtaan eli avausviestissä esimerkkinä mainittuun talon pinta-alaan (300 m²). Vastauksen 1 kirjoittaja kohdistaa kritiikkinsä mainittuun talon pinta-alaan, jota hän pitää tarpeettoman suurena. Hän neuvoa hankkimaan pienemmän talon, jotta ”ei tarvitse ryhtyä pumppuuskovaiseksi” [sic]. Siten hän epäsuorasti tuo esiin oman näkemyksensä lämpöpumppujen huonoudesta lämmitystekniikana, eikä vastaus palvele avausviestissä eksplikoitua tiedon tarvetta maalämpökaivon syvyydestä.

- (155) Tervehdys,
Jotkut sanoavat, että reikien metrimäärä vastaa usein porauksen metrimäärää, eli esim 300 m² talo vaatisi 2 kpl 150 metrisiä kaivoja ? Kuinka hyvin nyrkkisääntö pitää paikkansa ? [...] (S24: Maalämpöreijän optimaalinen syvyys ja vedentulo)

Vastaus 1:

Mitä kukaan täysinpäinen tekee 300m² talolla, ei mitään, ellei kyseessä ole joku lestadiolaisperhe. Myy talo pois ja homma pienempi matalaenrgiatalo, niin ei tarvitse ryhtyä pumppuuskovaiseksi.

Edellisissä esimerkeissä 153–155 vastauksissa tuotiin esiin mielipiteitä kritisoiden samalla tiettyä lämmitystekniikkaa tai muuta palstan ulkopuolella olevaa asiaa. Irrelevanttien vastausviestien joukossa melko yleinen viestityyppi (15,9 %) oli myös *toisten kirjoittajien kritisointi tai kyseenalaistaminen*. Tällaisissa viesteissä kritisointi tai kyseenalaistaminen kohdistuu suoraan johonkin toiseen viestiketjun osallistajaan. Esimerkin 156 vastauksessa 2 oleva kritisointi kohdistuu aiemman vastauksen 1 kirjoittajaan. Vastauksessa 1 vihjataan, että ketjun aiheena olevan lämpöpumppumerkin takuussa on ongelmia. Vastauksessa 2 hyökätään vastauksen 1 kirjoittajaa vastaan epäilemällä hänen tarkoituksperiään (oman myyntinsä edistäminen) ja syyttämällä häntä valehtelijaksi. Esimerkissä keskustelu siirtyy pois aiheesta siirryttäessä kritisoimaan yksittäistä keskustelun osallistujaa, joten vastaus on luokiteltu irrelevantiksi.

(156) *Vastaus 1:*

Turkulaisella j:myyjällä on ollut ongelmia takuissa.....
Kantsii hieman kysellä!

Vastaus 2:

Voi voi eikö kauppa käy
Eikö kauppa käy kun pistät näitä viestejä. Olet paskan puhuja

Esimerkin 157 avausviestissä kirjoittaja kertoo ongelmallisesta ja traagisesta tilanteestaan, jossa hänen talonsa sisällä on tapahtunut yöllä lämmitysjärjestelmään liittyvä räjähdys ja vesivahinko ja pyytää lukijoilta neuvoja tilanteeseensa. Vastauksen 19 kirjoittaja kuitenkin kyseenalaistaa koko avausviestin paikkansapitävyyden syyttämällä avausviestiä ”provoksi”. Lisäksi hän vihjaa, että avausviestiä ei ole kirjoitettu oikeasti neuvojen pyytämistarkoituksessa, vaan oikea tavoite on luoda negatiivista kuvaa maalämpöpumpuista keksimällä seipitteellinen tarina maalämpölaitteiston rikkoutumisen aiheuttamasta onnettomuudesta. Vastauksessa 77 kritiikki kohdistuu niin ikään avausviestien kirjoittajaan. Avausviestiä kritisoidaan puutteelliseksi ja epäuskottavaksi ja lopussa vihjataan, että jos avausviestin tarina kuitenkin on totta, avausviestin kirjoittajassa ja hänen toiminnassaan on vikaa (”Toivottavasti et ole johtavissa tehtävissä noilla asenteille [sic].”)

- (157) Koko perhe heräsi hirveään jysäykseen. Alakerrassa tajusin käveleväni lämpimässä vesilammikossa. Parketit paukkuivat, kun vesi levisi koko alakertaan. Lämpöhuoneesta nousi savua ja tyhjensin jauhesammuttimen sinne ja napsuttelin sulakkeet alas.

Myyjä ja valmistaja pesivät kätensä, takuu loppui kuulemma 2 kk sitten. Kuluttajaneuvoja vain voivotteli.

Piti kuitenkin lähteä aamulla töihin, että saisi maksettua tuota varten otettua isoa lainaa. Perhe evakossa sukulaisissa ja talo jo hyvässä jäässä.

Mitä tehdä? (S24: MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ)

Vastaus 19:

Yritä keksiä joku uskottavampi provo niitä maalämpöpumppuja vastaan jotta saisit sähkömiehenä enemmän duunia ;)

Miks kukaan ääliö edes yrittää haukkua jotain lämmitysjärjestelmää noin läpinäkyvällä provolla?

Vastaus 77:

Kovasti puutteellinen aloitus

Mikä siellä räjähti. kattilako. eihan se ole sama kuin Maalämpöpumppu. Eikä sulakkeet olleet jo lauenneet?

siis ei ole sähkövika. mistä se vesi tuli? Eikö sulla ole lämpöhuoneessa lattiakaivoa kun sun talos lainehtii nyt vettä?

Naksuttelit sulakkeet ja jätit veden juoksemaan.. ja lähdit töihin??? Toivottavasti et ole johtavissa tehtävissä noilla asenteille.

Aiemmissa avoimia keskustelupalstoja koskevissa tutkimuksissa on havaittu, että keskustelu voi joskus muuttua nopeasti aggressiiviseksi pelkästä aloitusviestistä. Muiden keskustelijoiden mielestä ”tyhmiä kysymyksiä” kyselevä voi silloin saada tulyjä tai aggressiivisia vastauksia tai hänet voidaan leimata trolliksi, vaikka keskusteluaihe itsessään olisi asiallinen, kuten esimerkissä 157. Trolliksi kutsuminen voi olla käyttäjien taholta myös sen määrittämistä, kuka keskusteluissa saa puhua tai ketä tulisi kuunnella, kuka kuuluu keskustelupalstan sisäpiiriin ja kuka on ulkopuolinen (Harju 2018: 64). Citizen Mindscapesin tekemän Suomi24-käyttäjäkyselyn yhdessä avovastauksista todetaan:

"Toisten ihmisten tahallinen loukkaaminen tilanteissa, joissa joku ihminen on selvästi hakemassa tukea vaikeassa tilanteessa, on inhottavaa. Sellainen kuitenkin valitettavasti kuuluu kaikkien suosittujen verkkofoorumien luonteeseen" (Harju 2018: 66).

Analyysin perusteella on mahdotonta olla varma, onko avausviestissä kuvattu tilanne seipiteellinen ja onko avausviesti siten provo tai trolli. Sepitteellisyyteen viittaavia tekijöitä ovat runsaat trollisyytökset ja -epäilyt vastausten joukossa (yhteensä 25 kpl 126 vastauksesta) sekä se, että avausviestin kirjoittaja ei palaa viestiketjussa enää uudelleen kommentoimaan tilannetta, kuten vastaamaan hänelle esitettyihin kysymyksiin tai antamaan tietoja tilanteen kehittymisestä. Koska avausviesti on kuitenkin pintatasonsa perusteella asiallinen eikä sen seipiteellisyy-

destä voida päästä varmuuteen, kyseinen avausviesti on luokiteltu neuvojen pyynnöksi. Vastausviestien relevanssia arvioidaan siten myös suhteessa tähän avausviestin tavoitteeseen eikä suhteessa siihen, että avausviesti voisi olla trolli. Jälkimmäisessä tapauksissa keskustelupalstan näkökulmasta tarkasteltuna sepitteellisen avausviestin paljastaminen voitaisiin nähdä myös relevanttina toimintana.

Osassa irrelevantteista vastauksista kommentoitiin keskustelua itseään (5,3 % vastauksista). Tällaisessa *metakeskustelussa* voi olla myös hyvin kriittinen sävy, mutta kritiikki ei kohdistu kehenkään yksittäiseen keskustelijaan henkilöä, vaan keskustelun laatuun tai sen piirteisiin yleisesti. Esimerkkien 158 ja 159 vastaukset on lähetetty viestiketjuun, jonka avausviesti oli edellisessä esimerkissä 157 (”MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ”). Esimerkissä 158 kommentoidaan keskusteluja yleisellä tasolla (”yleensä nämä viestiketjut poikivat [...]”), millä viitataan todennäköisesti keskustelupalstaan, jolla keskustelu tapahtuu, sillä myöhemmin viestissä viitataan ”näillä palstoilla kirjoittelevien ihmisten” ajatusmaailmaan. Kommentilla voidaan viitata myös yleisemmin internetin (avoimiin) keskustelupalstoihin. Kritiikki kohdistuu siis keskustelun tasoon ja laatuun sekä keskustelupalstoilla kirjoitteleviin ihmisiin.

- (158) Taisit tehdä ennätyksen. Yleensä nämä viestiketjut poikivat tuon haista ***** homo aspektin viidennen tai kuudennen vastauksen jälkeen, mikä myös osaltaan kertoo nailla palstoilla kirjoittelevien ihmisten ajatusmaailmasta.

Citizen Mindscapesin tekemän Suomi24-käyttäjäkyselyn monissa vastauksissa viitattiin toisten keskustelijoiden oletettuun ”tyhmyyteen ja huonotapaisuuteen, heidän tuottamaansa vihapuheeseen, törkeyksiin ja yleiseen keskustelun häirintään” (Harju 2018: 63). Verkkokeskusteluista puhuminen roskana tai käyttäjien Suomi24-palstasta käyttämä nimitys ”Suoli24” liittyvät tähän ilmiöön, vaikka toisaalta Suoli24-puhe on myös palstan käyttäjiä yhdistävää sisäpiirihuumoria (emt. 61). Myös edellä käsitellystä viestiketjusta löytyy vastauksia (esimerkit 159 ja 160), joissa palsta viitataan nimityksillä ”suoli palsta” ja ”suoli24”.

- (159) "***** putki sulla jäänyt,kaiken maaliman provoja,joku voi vielä uskoakin tähän,mutta eihän tämä muuten olisi suoli palsta."
- (160) "TÄMMÖISTÄ ***** EI KYLLÄ USKOISI EDES SUOLI24 PALS-TALLA OLEVAN."

Näissä esimerkeissä, kuten myös esimerkin 161 vastauksessa, kritiikki kohdistuu selkeämmin kyseiseen viestiketjuun. Esimerkin 161 vastauksessa kirjoittaja pyytää toisia kirjoittajia pysymään asiassa viitaten viestiketjussa olevaan erityisen runsaaseen irrelevanttien vastausten määrään (126 vastauksesta yhteensä 86 oli irre-

levantteja). Kirjoittajan kritiikki kohdistuu runsaaseen asiattomien viestien määrään, minkä johdosta asialliset aiheen kannalta relevantit viestit häviävät epäasiallisten viestien sekaan, mistä niitä on hidasta ja työlästä etsiä.

- (161) Voisitteko pysyä asiassa ja lopettaa jonninjoutavat sivusta vedettävät paskan puhumiset, niin ei tarvitsisi kahlata niin kauheasti niiden yli. Olisin kiinnostunut itse asiasta, jos vaikka omalle kohdalle sattuu niin tietäisin mitä tehdä.
 Nämä jonninjoutavat hölöttäjät siinä välissä painukoon sinne luolaan takaisin tai niihin takametsiin heiluttelemaan niitä kirveitä ja jättäkööt aiheen, kun eivät siitä mitään tiedä.
Asiallisille keskusteluille on tilaa ja pikkupojat isottelemasta pois.
Minulla ei ole aikaa lukea jonninjoutavaa, kun on kotiakin hoidettava joten turvat pikkupojat kiinni.
Täällä on ihan asiallisia viestejä, mutta en kerkiä niitä lukemaan, kun kävi vi... niin pahasti, että oli pakko panna noottia.
 Luojan kiitos en ole mies! Ääliöitä suurin osa!

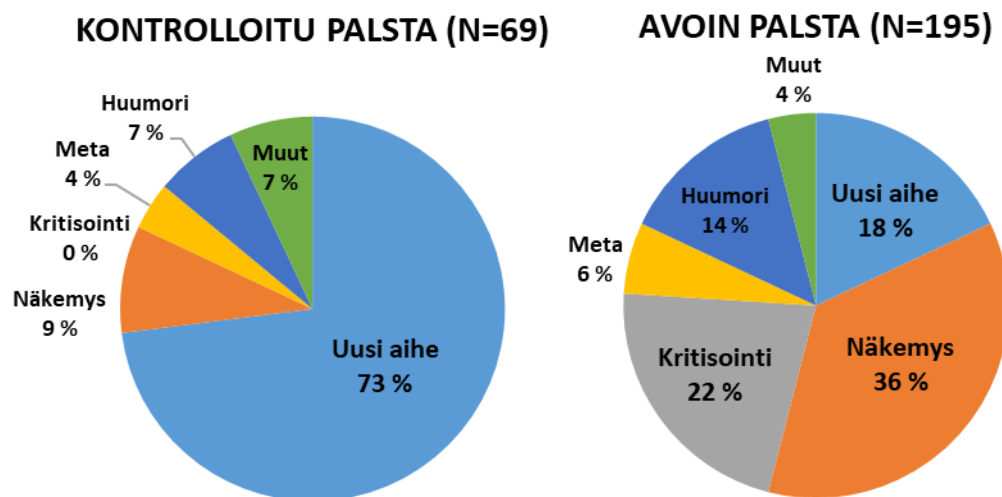
Aiemmassa tutkimuksessa (Harju 2018: 64) on havaittu, että Suomi24-palstalla keskusteluja tahallaan häiriköivät trollit voivat ottaa keskustelutilan hallintaansa viemällä huomion pois varsinaisesta aiheesta tai estämällä keskustelun jopa kokonaan. Esimerkin 161 viestin kritiikki kohdistuu juuri tähän ilmiöön. Tyyliään ja kieleltään viesti on karkea ja töykeä. Esimerkin 161 viesti voitaisiin toisaalta tulkita myös relevantiksi, jos asiaa tarkastellaan suhteessa avausviestin tavoitteen edistämiseen, sillä epärelevanttiin keskusteluun puuttumisen ja sen suitsimisen voidaan nähdä ohjaavan myös keskustelua takaisin alkuperäiseen aiheeseen. Tässä tutkimuksessa kuitenkin tämän tyyppiset metakommentit, jotka eivät suoraan kontribuoi avausviestissä pyydetyn tiedon rakentumiseen, on luokiteltu irrelevanteiksi vastauksiksi.

Osa irrelevanteista vastausviesteistä (12,5 %) voitiin luokitella *huumoriksi*. Huumoriksi luokiteltavissa vastauksissa viestin päätarkoitus on vitsailu ja hauskuutus, eivätkä ne kontribuoi siten avausviestin tavoitteeseen edistämällä tiedon saamista. Esimerkin 162 viesti on vastaus edellä käsitellyyn MLP RÄJÄHTI VIIMEYÖNÄ -viestiketjuun. Viestin alku (”Perhe evakossa sukulaisissa ja talo jo hyvässä jäässä. Mitä tehdä?”) on lainaus avausviestistä. Kirjoittaja vastaa avausviestin kirjoittajan neuvojen pyyntöön tavalla, joka voidaan tulkita huumoriksi, sillä annetut neuvot ovat voimakkaasti ristiriidassa ja yhteen sopimattomia avausviestissä esiin tuotujen arvojen ja kulttuuristen normien kanssa. Avausviestin kirjoittaja näyttäytyy avausviestissä tunnollisena kansalaisena, työntekijänä ja perheenpäänä (”Piti kuitenkin lähteä aamulla töihin, että saisi maksettua tuota varten otettua isoa lainaa. Perhe evakossa sukulaisissa ja talo jo hyvässä jäässä.”), joka huolehtii kodistaan ja perheestään ja on tunnollinen työntekijä.

- (162) Sulla kävi flaksi!
 Perhe evakossa sukulaisissa ja talo jo hyvässä jäässä.
 Mitä tehdä?
 Lomaa ja alkoon kautta kotio, illalla baariin! Sano perheelle että remon-
 tissa voi mennä viikkoja, jopa kuukausia.
 Myös vuorotteluvapaa on vaihto-ehto!

Esimerkin 162 vastaus on jyrkässä ristiriidassa avausviestin arvomaailman kanssa, sillä vastauksessa neuvotaan avausviestin kirjoittajaa käyttämään tilannetta hyväksi tilaisuutena hauskanpitoon ja velvollisuuksien (työn, perheen ja talon) laiminlyöntiin. Huvittavuus syntyy ajatusten yhteensopimattomuudesta (ks. Attardo 1994: 48) sekä yllättävistä ja odottamattomista elementeistä ja tunteista (Shelley 2003: 352; Perks 2012: 120). Esimerkin 162 vastaus on luokiteltu irrelevantiksi, koska kulttuuristen normien ja avausviestin vihjaaman arvomaailman pohjalta voidaan päätellä, että neuvoja ei ole tarkoitettu vakavasti otettaviksi, vaan viestin tarkoituksena on ainoastaan hauskuttaa ja saada avausviestin kirjoittaja vaikuttamaan naurettavalta.

Kuviossa 30 on esitetty, miten irrelevantit vastausviestit jakautuivat erilaisiin tyyppisiin kahdella tutkitulla palstalla. Irrelevantit vastausviestit olivat selkeästi erilaisia kahdella eri palstalla: kontrolloidulla palstalla suurimmassa osassa irrelevantteista vastauksista (73 %) tuotiin uusi aihe keskusteluun, kun taas avoimella palstalla suurimmassa osassa irrelevantteista vastauksista ilmaistiin subjektiivisia näkemyksiä (36 %). Kontrolloidulla palstalla ei esiintynyt lainkaan toisten kirjoittajien kritisointia tai kyseenalaistamista, kun taas avoimella palstalla 22 % irrelevantteista vastauksista kuului tähän luokkaan.



Kuvio 30. Irrelevanttien vastausviestien tyyppien jakautuminen

Erot selittyvät osittain palstojen erilaisilla moderointikäytännöillä ja normeilla: Lampopumpput.infossa (kontrolloitu palsta) painotetaan asiallista keskustelua, ja

epäasiallisiksi koetut keskustelut, kuten toisia keskustelijoita kohtaan hyökkääminen, saatetaan poistaa moderaattorien toimesta ja voimakkaat subjektiivisten näkemysten ilmaisemiset siirtää *Kuumarinki*-alueelle (ks. luku 1.3.2.). Osittain eroja irrelevanttien viestien määrissä ja tyypeissä selittävät myös palstojen luonne-erot. Suomi24-keskusteluiden muodostama *kontaktivyöhyke* tuo ”toisina” pidetyt osallistujat verkon välityksellä hyvin lähelle (Harju 2018: 63).

Joillekin Suomi24:n käyttäjistä palsta edustaa keskustelutilaa, jossa voi purkaa mieltään ja ”sallitusti” hyökätä muita ihmisiä vastaan. Jotkut Suomi24-käyttäjäkyselyn vastaajista kuvasivat palstaa ”helpoksi ja nopeaksi trollauspaikaksi”. Anonyymiyys lienee yksi trollaamisen helppoutta selittävä tekijä, mutta käyttäjäkyselyn vastukset vihjaavat myös siihen, että Suomi24:ssa saadaan helposti muita keskustelijoita provosoitumaan. (Harju 2018: 65.) Keskustelujen trollausta ja häiriköintiä voidaan pitää myös keskustelukulttuuriin kuuluvana huvitteluna ja ajanvietteenä (Nikunen & Pantti 2017).

4.8.3 Relevanttien vastausviestin tyypit

Tässä alaluvussa käyn läpi *relevanttien vastausviestien* analyysin. Relevanttien vastausviestien analyysissä tarkastelun kohteena olivat ne vastausviestit, jotka oli kirjoittanut joku muu kuin aloittaja itse (N=664). Relevantteja vastauksia oli näistä yhteensä 400 kpl eli hieman yli 60 %. Kontrolloidulta Lampopumpput.info-palstalta kerätyistä vastauksista 77,5 % (N=306) oli relevantteja. Avoimelta Suomi24-palstalta kerätyistä vastauksista relevantteja oli alle puolet (45,5 %; N=358). Luokittelin vastausviestit viiteen kategoriaan: neuvoihin, omien kokemusten kertomiseen, yleisen tiedon antamiseen, mielipiteisiin ja kysymyksiin. Seuraavassa käyn läpi erilaiset vastausviestityypit ja niiden luokitteluperusteet aineistosta poimittujen esimerkkien avulla havainnollistaen.

Olen luokitellut vastauksen *suoraksi neuvomiseksi*, mikäli viesti sisältää imperatiivimuotoja tai modaaliapuverbin ”pitäisi” (ks. Kouper 2010: 7). Esimerkissä 163 kirjoittaja antaa neuvoja imperatiivimuotoja ”avaa” ja ”säädä” käyttämällä.

- (163) Mulla oli vähän samanlaisia ongelmia ja ratkaisu löytyi vastuksen termostaatista. Avaa se Pilpin keskimmäinen suojapelti ja säädä siitä termostaattia (sininen vipu) vastapäivään sopivaan sopivaan kohtaan. Mulla ".." asetus anto noilla sun asetuksilla suunnilleen 59 astetta ja volsat lounaassa 66 astetta. Voisivat speksata tonkin manuskiaan....

Esimerkissä kirjoittaja kertoo myös omia kokemuksiaan (”Mulla oli vähän samanlaisia ongelmia ja ratkaisu löytyi vastuksen termostaatista”). Olen kuitenkin luokitellut viestin suoraksi neuvomiseksi, sillä siinä on käytetty suoraa neuvomista ja se

voidaan nähdä ”vahvempana” toimintona kuin varauksellinen tai epäsuora neuvo-
minen tai omien kokemusten kuvailu. Olen siten luokitellut viestit, joissa esiintyy
useampaa erilaista neuvomisen tyyppiä, niiden *vahvimman funktion* perusteella
(ts. jossa kirjoittaja pyrkii ohjaamaan lukijan toimintaa eksplisiittisimmin ja ohje-
maisimmin). Suora neuvominen on Kouperin (2010: 16) mukaan yleisintä suora-
viivaisissa tilanteissa, joihin on saatavilla suhteellisen yksinkertainen ratkaisu, to-
della kiireellisissä tilanteissa, tehokkuuden vuoksi tai kun kuulijan kasvoihin koh-
distuva uhka on hyvin vähäinen.

Varauksellisuus (hedging) tähtää kasvoja uhkaavan teon lieventämiseen (Locher
2006: 121). Varauksellisissa neuvoissa voidaan esimerkiksi käyttää ilmauksia, ku-
ten ”luulen, että”, ”mielestäni sinun pitäisi” tai ”voisi”. (Kouper 2010: 14.) Epäsu-
oriksi neuvoiksi Kouper (2010: 7) luokittelee viestit joissa, ei ole eksplisiittistä tai
varauksellista neuvoa, mutta kuitenkin riittävästi tietoa, jotta sen pohjalta voidaan
toimia. Olen luokitellut *epäsuoriksi neuvoiksi* kuitenkin sekä varaukselliset että
epäsuorat neuvot. Esimerkissä 164 kirjoittaja antaa epäsuoria neuvoja käyttäen
imperatiivin eli käskymuodon sijaan konditionaalia ikään kuin kertoen pintata-
solla, mitä itse tekisi vastaavassa tilanteessa kuin neuvojen pyytäjä (”Itse upottai-
sin”, ”pienentäisin”, ”tekisin”).

- (164) Itse upottaisin tuolle alueelle 400m lenkin. Tarvittaessa hieman pie-
nentäisin välejä, ettei tule liian lähelle taloa.
Upotussyvyys 50cm, jos päälle tulee se 50cm mursketta. Parempi olisi
piirin kannalta että täyttö tehtäisiin normi maa-aineksella.
Upotussyvyys vaihtelee paikkakunnan mukaan, etelässä piiri pintaan,
pohjoisessa hieman syvemmälle. Routarajan alapuolelle, mutta ei liikaa
että aurinko sulattaa kesällä.
Jos tarkoitus on myös viilentää niin tekisin aikaisemmin esittämälläni
tavalla, jossa on kaksi lenkkiä, toinen syvemmälle ja toinen nor-
misyyteen. Putki kun on halpaa niin 2x300m lenkit. [...]

Neuvoissa saatetaan myös painottaa, että kirjoittajat kertovat vain mielipiteensä
tai että kyseinen neuvo saattaa olla vain yksi monista mahdollisuuksista ratkaista
asia (Kouper 2010: 14). Varauksellisuus saattaa lieventää negatiivisen ilmauksen
vaikutusta. Lieventämisellä neuvojen antaja myöntää, että neuvot ovat mahdolli-
sesti kasvoja uhkaavia, sillä neuvoja kertoo neuvottavalle, mitä tämän pitäisi tehdä
(Locher 2006: 121).

Kokemusten jakaminen on kokemuseräiseen tietoon maailmasta perustuvaa ha-
vaintotietoa. Kysyjän päätöksenteon tukena käytetään siis muiden kokemuksia.
(Haasio 2015: 177-179.) Omien henkilökohtaisen *kokemusten* kuvauksiksi olen
laskenut viestit, joissa ei ole eksplisiittistä, varauksellista neuvoa tai epäsuoraa
neuvoa, mutta niissä selostetaan, kuinka kirjoittaja on itse toiminut samanlaisessa
tilanteessa, jonka neuvojen pyytäjä on kuvannut (ks. Kouper 2010: 7). Esimerkissä

165 kirjoittaja kuvaa kokemuksiaan ilmalämpöpumpun ostamisesta. Se, että kyseessä on omien kokemusten kuvaaminen, tulee ilmi muun muassa yksikön ensimmäisen persoonan käytöstä sekä imperfektin käytöstä aikamuotona tapahtumista kertomiseen ("Ostin", "meni niin kuin pitikin" jne.).

- (165) Ostin ilmalämpöpumpun yritykseltä X. Kaikiltaosin meni niinkuin pitikin todella siisti työn jälki eikä veloitettu ylimääräistä vaan hintaa oli juuri se mikä on sovittu. Asiallinen käyttöopastus tuli vielä kaupan päälle! Kokonaisuutena olen tyytyväinen.

Yleisen tiedon tarjoamisen kategoriaan olen luokitellut viestit (esimerkki 166 vastaukset 17 ja 22), joissa raportoidaan neutraalisti faktoja ja välitetään informaatiota. Suoraa yhteyttä neuvojen pyytäjän yksilölliseen, henkilökohtaiseen tilanteeseen ei ole, mutta aihe on kuitenkin relevantti käsillä olevan ongelman kannalta. (ks. Locher 2006: 66.)

- (166) Minkälaisista meteliä teidän ulkoyksikköne pitää? Itsellä on sisäyksikkönä Mitsun fa-25. Ulkoyksikkö pitää sellaista matalaa murinaa, joka hiljaisina hetkinä sisälle tiettyihin kohtiin hyvin kuuluu. Oletteko omissa laitteisiinne jotain lisäeristysä asennellut? Minkälaisia ja ovatko hiljentäneet ääntä? (LP: Ulkoyksikön "murina", Avausviesti)

Vastaus 17:

Lainaus käyttäjältä X

Onko tällaisia parempia kumitossuja vaikea asentaa jälkikäteen? Mistä niitä saa hankittua?

Autotarvikeliikkeistä löytyy jonkinlaisia pakoputken ym. kiinnityksiin tarkoitettuja ja ainakin paikallisesta kumi/hydraulialan liikkeestä löytyi vielä parempia.

Vastaus 22:

Scanofficen sivuilla on mainos erityisistä ilmastointikoneen ulkoyksikön tärinänvaimennuskumeista. Myyntierä näyttää olevan 20 kpl, mutta varmaan joku jälleenmyyjä myy pienempiäkin määriä.

En tosin yhtään tiedä ovatko hyviä, mutta luulisi, jos on juuri tähän suunniteltu.

Mielipiteiksi olen luokitellut vastaukset, joissa kirjoittaja ilmaisee oman subjektiivisen näkemyksensä aiheesta (esimerkki 167). Erona irrelevantteihin viesteihin kuuluvaan *subjektiivisten näkemysten ilmaiseminen* -kategoriaan on se, että mielipiteen esittäminen on avausviestin tavoitteen kannalta relevanttia ja sopii yhteen avausviestien tavoitteen kanssa. Esimerkin 167 avausviestissä kirjoittaja tiedustellee vastaajien näkemyksiä siitä, riittävätkö PILP ja leivinuuni 120-130m² matala-energiatalon lämmitysmuodoksi, joten esimerkin 167 vastausviesti on relevantti ja täysin linjassa avausviestin tavoitteen kanssa.

- (167) ennemmin pilppi kuin suorasähkö sillä kevät, kesä ,syksy aikaan saat edullisesti:
 - käyttövetä suihkuun
 - kosteitten tilojen lattialämmitys
 - tuloilman lämmitys + lattialämmitys (tarvittaessa)
 - astianpesukoneen käyttö pilpin lämmittämällä vedellä
 myös talvella ottaa saunasta kosteaa ilmaa muuttaen lämpöenergiaksi.
 eikä ole jäätymisongelmia kuten tavallisissa lto-koneissa.

Kysymykset-kategoriaan olen luokitellut viestin aloittajalle suunnatut tarkentavat kysymykset, jossa etsitään lisäselvitystä ongelman ratkaisemiseksi. Kyse on tällöin tarpeesta saada yksityiskohtaisempaa, täsmentävää tietoa ongelman ratkaisemiseksi (ks. myös Haasio 2015: 186). Esimerkissä 168 vastauksessa 1 esitetään useampi tarkentava lisäkysymys, joilla pyydetään avausviestin kirjoittajalta lisätietoa. Vastaus 1 on erityisen selkeä esimerkki, sillä kysymykset on pohjustettu metatekstillä ”Kysymyksiä, joiden vastaukset auttavat asian pohdinnassa:”, joka eksplikoi hyvin selvästi niiden tarkoituksen.

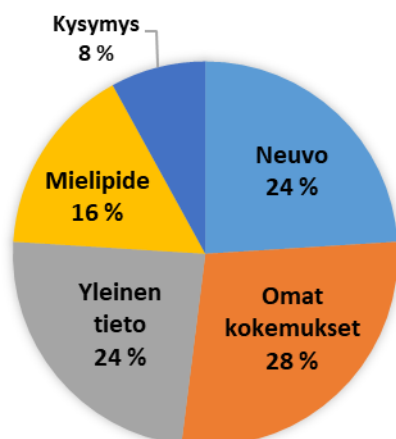
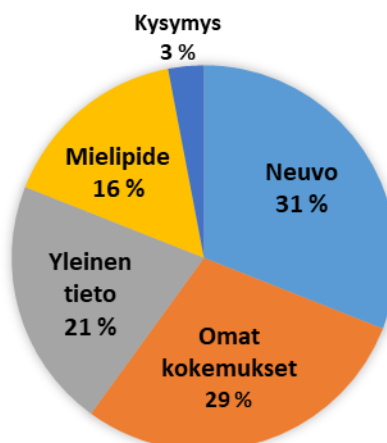
- (168) Lainausta aloittajalta:

Tämänhetkellä systeemillä vuosikulutus ~3000L öljyä, jonka olettaisi laskevan kattilanvaihdolla 2200L-2500L. Kattilan vaihdon yhteydessä pitää tehdä piipun putkitus ja pannuhuone menee kuitenkin kokonaan uusiksi, uudella kattilalla putkarin hinta-arvio 6000e. Ul-tin 5000 + varaaja maksanee vajaan 3ke jolla saa vuoden lämmitys-öljyt, öljyn ja sähkön hintakin tuntuu nousevan kokoajan. Mikä on pumpun todellinen cop, ja mikä on tuotettu lämpötila, jos se ei riitä, kannattanee pumppu unohtaa?

Kysymyksiä, joiden vastaukset auttavat asian pohdinnassa:

- talon rakennusvuosi
- paljonko talossa on neliöitä
- onko lämmönjako toteutettu vesipattereilla
- onko sinulla tonttia, johon mahtuisi vaakakeruuputkea ~400m.
 (LP: pohdiskelua ilma-vesi pumpusta, vastaus 1.)

Vastausviestityyppien yleisyys vaihteli kontrolloidulla ja avoimella palstalla (kuvio 31). Kontrolloidulla palstalla omien kokemusten kertominen oli yleisin vastausviestityyppi (28 %), kun taas avoimella palstalla yleisin tyyppi oli neuvojen antaminen (31 %). Kysymykset olivat yleisempiä kontrolloidulla (8 %) kuin avoimella (3 %) palstalla.

KONTROLLOITU PALSTA (N=237)**AVOIN PALSTA (N=163)****Kuvio 31.** Relevanttien vastausviestien tyyppien jakautuminen aineistossa

Tarkasteltaessa sitä, miten hyvin vastausten tyypit olivat linjassa avausviestien tavoitteiden kanssa, voidaan löytää taulukossa 12 esitetyt vastinparit.

Taulukko 12. Avaus- ja vastausviestien vastinparit

Avausviestityyppi	Vastausviestityyppi
Neuvojen pyyntö	Neuvojen antaminen
Faktinen kysymys	Yleisen tiedon tarjoaminen
Mieliipiteiden pyytäminen	Mieliipiteen tarjoaminen
Kokemusten pyytäminen	Omien kokemusten kuvailu
Ehdotusten pyytäminen	Neuvojen antaminen

Kun tarkastellaan, kuinka monta prosenttia kunkin avausviestityypin saamista relevanteista vastauksista oli mitään tyyppiä, voidaan kuitenkin havaita, että kaikkien avausviestityyppien osalta yleisin vastausviestityyppi ei ollut sen ilmeinen vastinpari. Avaus- ja vastausviestin yleisimpiä vastinpareja on havainnollistettu taulukossa 13.

Taulukko 13. Avaus- ja vastausviestien vastinparien esiintyminen aineistossa

	Rel. vast.	Neuvo		Yleinen tieto		Mieliipide		Omat kokemukset		Kysymys	
			%		%		%		%		%
NP	145	43	29,7	33	22,8	20	13,8	39	26,9	10	6,9
FK	38	6	15,8	20	52,6	6	15,8	6	15,8	0	0,0
MP	80	36	45,0	13	16,3	12	15,0	17	21,3	2	2,5
KOK	99	8	8,1	17	17,2	19	19,2	49	49,5	6	6,1
EP	38	16	42,1	7	18,4	7	18,4	3	7,9	5	13,2
Yht	400	109	27,3	90	22,5	64	16,0 %	114	28,5	23	5,8

Neuvojen pyynnön yleisin vastausviestityyppi oli neuvo, faktisen kysymyksen yleisin vastausviestityyppi yleinen tieto ja kokemusten pyynnön yleisin vastaustyyppi omien kokemusten kertominen. Ehdotusten pyynnön yleisin vastinpari oli neuvo. Mielipiteiden pyynnön luontainen vastinpari olisi ollut mielipiteiden kertominen, mutta yleisin relevantti vastausviestityyppi tämän kategorian kohdalla oli neuvo (45 %).

Lähes kolmasosa vastauksista molemmilla palstoilla oli omien kokemusten kuvauksia, mikä oli vastauksista melko suuri osuus. Kontrolloidulla palstalla se oli yleisin vastustyyppi. Omien henkilökohtaisten kokemusten kertomisella on verkkokeskusteluissa keskeinen rooli (esim. Arpo 2005: 296). Neuvomistilanteissa, jotka ovat arkaluontoisia tai monimutkaisia, saatetaan suosia henkilökohtaisten kokemusten kuvaamisen strategiaa (Kouper 2010: 16). Henkilökohtaisen esimerkin kautta neuvojen antajat vahvistavat auktoriteettiaan silti samalla välttäen vastuuta ja siirtäen neuvojen antamisen toimijuuden, sillä he eivät eksplisiittisesti kerro neuvojen pyytäjälle, mitä tämän pitäisi tehdä (emt.). Arkaluontoisempien asioiden kohdalla neuvojen tarjoaja saattaa oikeuttaa väitteensä omalla henkilökohtaisella kokemuksellaan. Tällainen kokemuksen tuoma auktoriteettiasema mahdollistaa sen, että neuvojen antaja voi olla hyvin suora olematta kuitenkaan liian uhkaava. Henkilökohtaisia kokemuksia voidaan jakaa myös tilanteissa, joihin ei ole yksiselitteistä tai yksinkertaista vastausta tai tilanteissa, jotka vaihtelevat suuresta määrin ja vaativat yksityiskohtaista tietoa, jota vain henkilöllä, joka on käynyt läpi samanlaisia kokemuksia, voi olla. (Kouper 2010: 13.)

4.8.4 Argumentaatio vastausviesteissä

Tässä alaluvussa käyn läpi, minkälaista argumentaatiota tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien saamisessa vastauksissa käytettiin. Vastausviestien argumentaatioanalyysin aineistona oli 40 tiedon saamiseen tähtäävää viestiketjua, joissa oli yhteensä 764 vastausta (382 molemmilta palstoilta). Tarkastelin analyysin avulla sitä, miten vastaukset oli pyritty tekemään uskottaviksi ja miten osallistujat voivat arvioida niiden uskottavuutta (ks. Savolainen 2012: 2536). Menetelmänä käytin argumentaatioanalyysia, joka pohjautuu Toulminin (2003 [1958]) argumentaatiomalliin. Aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet Toulminin argumentaatiomallin soveltuvan hyvin asynkronisen verkkokeskustelun ja keskustelupalstojen tutkimukseen (Savolainen 2012: 2538; Clark ym. 2007). Aineiston analyysissa käytin luokittelua, joka pohjautuu Toulminin (2003 [1958]) argumentaatiomalliin siten, kuin Savolainen (2012) on sitä soveltanut analysoidessaan viestiketjuja asynkronisessa verkkokeskustelussa.

Toulmin (2003 [1958]: 87–100) määrittelee viisi agumentin muodostavaa elementtiä: lähtötiedot, perustelu, taustatuki, varaukset ja johtopäätös. Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu ongelmia lähtötietojen, perusteiden ja taustatuen objektiivisessa erottelussa (Clark & Sampson 2007: 261; Clark ym. 2007: 349; Erduran, Simon & Osborne 2004). Ongelman välttämiseksi Erduran ym. (2004) yhdistivät lähtötiedot, perustelut ja taustatuen yhdeksi kategoriaksi, jonka he nimesivät *perusteiksi* (engl. grounds). Savolainen (2012) jätti omasta analyysistään pois myös tarkennukset, jolloin hänen analyysissään oli lopulta mukana seuraavat elementit: (1) johtopäätös (*claim*) (2), vastaväite (*counterclaim*), (3) varaukset (*rebuttal*) ja (4) perusteet (*grounds*).

Johtopäätös (*claim*) on väite, jonka arvoa argumentoija pyrkii näyttämään toteen ja jonka hän haluaa lukijan tai kuulijan hyväksyvän. Esimerkin 169 vastauksen 1 väitteenä on se, että aurinkokeräimet eivät ole rahallisesti erityisen kannattavia. Ilmaus ”vähän siinä ja siinä” viittaa siihen, että kirjoittajan mielestä aurinkokeräimet saattavat tuoda pientä kustannus- ja energiasäästöä, mutta eivät välttämättä lainkaan. Vastaus 2 tukee vastauksen 1 väitettä vielä vahvistamalla sitä todeten, että ”varmaan jo 20 vuoden päästä pääset pienentämään egologista jalanjälkeäsi” ja ”Rahallisesti tilanne on samaa luokkaa”, millä viitataan siihen, että sekä energian kulutuksen sekä rahallisen säästön kannalta aurinkokeräinten vaikutus on hyvin vähäinen tai jopa olematon.

- (169) Aurinkokeräinten kannattavuus on muutenkin vähän siinä ja siinä. MLP:llä saadaan käyttövesikin vähintään kakkosen COPilla, niin ei oikein taida maksaa vaivaa? (LP: MLP + aurinko kennot katolla, ko-ke-muksia???, V1.)

Joo jos haluaa olla oikein trendikkäästi eko eko ja laittaa aurinkosysteemit MLP taloon niin varmaan jo 20 vuoden päästä pääset pienentämään egologista jalanjälkeäsi. Siihen asti kennojen valmistus on todennäköisesti kuluttanut enemmän uusiutumatonta energiaa kuin mitä niillä on säästetty. Rahallisesti tilanne on samaa luokkaa. (LP: MLP + aurinko kennot katolla, ko-ke-muksia???, V2.)

Varaukset (*rebuttals*) ovat toteamuksia, joissa tunnustetaan rajoitukset, joihin johtopäätöksiä voidaan pätevästi soveltaa. Toisin sanoen varaukset myöntävät ne olosuhteet tai tilanteet, joissa johtopäätökset eivät päde. Esimerkissä 170 kirjoittaja lainaa aiemman vastaajan viestiä. Vastauksen 16 kirjoittaja myöntää, että R-22 vaikuttaa haitallisesti otsonikerrokseen ja ilmastoon. Hän lieventää viestiä kuitenkin ilmauksilla ”lievä vaikutus” ja ”paljon pienempi kuin jo kielletyillä kylmäaineilla”, kun taas kasvihuonekaasuna kirjoittaja myöntää aineen olevan ”tuhti” ja ”jopa pahempi kuin nykyisin suosituimmat autojen ja ilmalämpöpumppujen kyl-

määaineet”. Kuitenkin kirjoittaja ilmaisee R-22:n olevan tekniseltä kannalta katsottuna hyvä kylmäaine ja että käyttöä rajoitetaan *pelkästään* ympäristösyistä. Väitteen tukena on linkki Wikipedia-artikkeliin.

(170) Lainaus vastaajalta X:

*Kelpo ainetta tosiaan, kuitenkin siitä halutaan eroon ihan tosis-
saan, ihmeellistä.*

*Onkohan yhtä kelvollista kuin asbesti aikanaan, siitäkin haluttiin
eroon?*

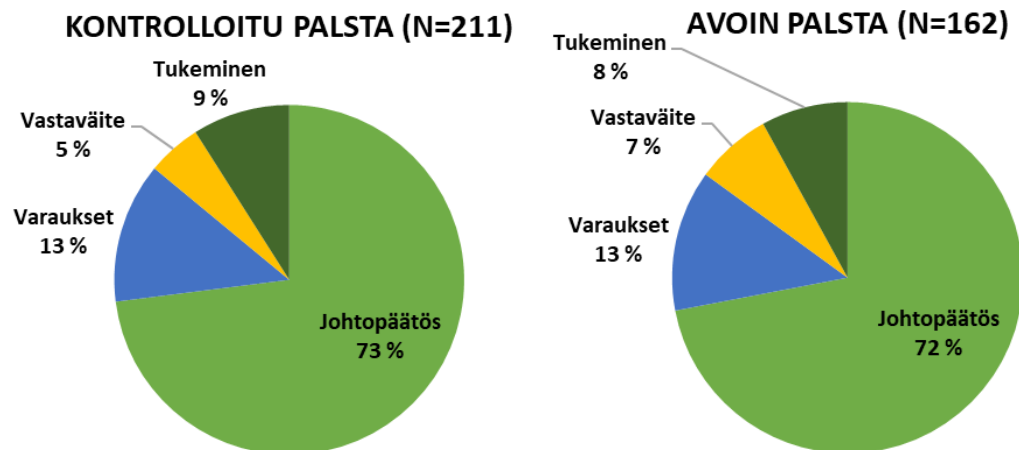
R-22:lla on lievä vaikutus otsonikerrokseen (paljon pienempi kuin jo kielletyillä kylmäaineilla) ja se on tuhti kasvihuonekaasu (jopa pahempi kuin nykyisin suosituimmat autojen ja ilmalämpöpumppujen kylmäaineet). Käyttöä rajoitetaan pelkästään noista syistä. Kylmäaineena se monin tavoin jopa parempi kuin sen tilalle tuodut korvaavat mömmöt (siis lämpöpumpun käyttäjän näkökulmasta se on hyvä ratkaisu teknisessä mielessä). Lisätietoja esim. <http://en.wikipedia.org/wiki/Chlorodifluoromethane>. (LP: 310P:n höyrystin jäätyy jatkuvasti! Niben huoltoja pk-seudulla?, V16.)

Suomi24-aineistosta poimitussa esimerkissä 171 (vastaus 1) on väite siitä, että ilmalämpöpumppua ei pysty käyttämään ilmanvaihtotarkoitukseen. Tätä väitettä ei ole perusteltu millään. Saman ketjun vastauksessa 2 on kuitenkin vastauksen 1 väitteeseen *vastaväite*, jossa todetaan, että on olemassa myös ilmalämpöpumppumalleja, jotka ottavat ilmaa ulkoa, jolloin niitä voi käyttää myös ilmanvaihtotarkoitukseen. Perusteluna tässä väitteessä on käytetty lampopumput.info-sivustoa eli tämän tutkimuksen toista aineistolähdettä, josta kirjoittaja kertoo tiedon kyseisestä mallista löytyvän.

(171) Ilpilla ei ole mitään tekemistä ilmanvaihdon kanssa. Se laite vain kiertää huoneilmaa. Halutessa se lämmittää, jäähdyttää tai vain kuivaa ilmaa. (S24: ILP ilmastointilaitteena, V1.)

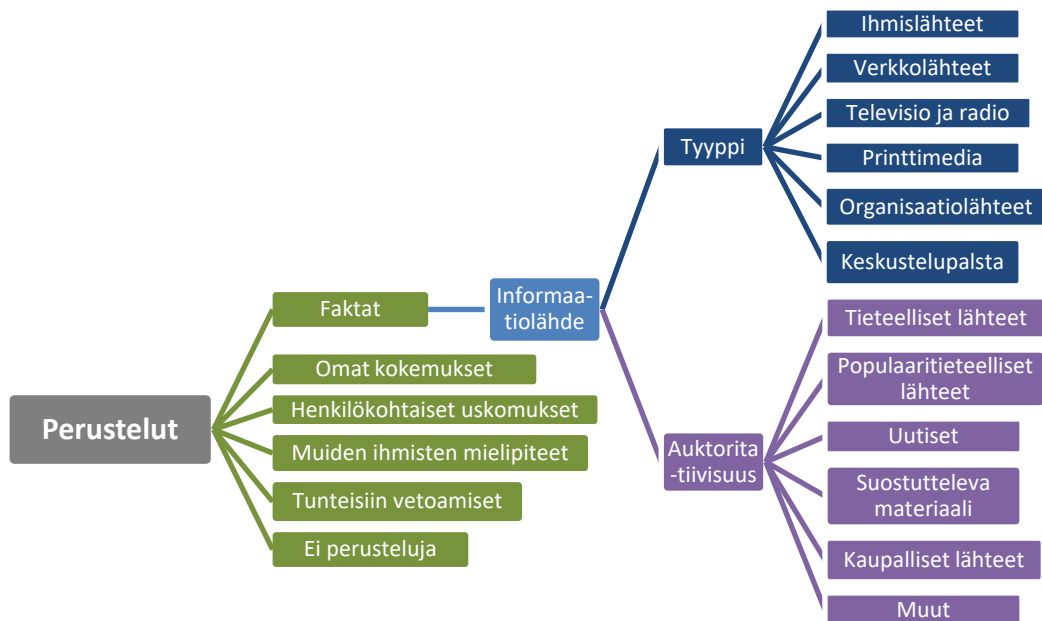
kyllä on myös ilppi joka oottaa osan ilmasta ulkoa! merkkiä en nyt juuri muista mutta löytyy tuolta lampopumput.info sivus-
tolta kyllä.. (S24: ILP ilmastointilaitteena, V2.)

Väitteet, tukemiset, varaukset ja vastaväitteet jakautuivat melko tasaisesti molemmilla palstoilla (kuvio 32). Kontrolloidulla palstalla esiintyi hieman enemmän väitteiden tukemista verrattuna vastaväitteisiin (9 % / 5 %) kuin avoimella palstalla (8 % / 7 %).



Kuvio 32. Argumentin elementtien esiintyminen aineistossa

Seuraavaksi tarkastelin, millä tavalla erilaisia väitteitä oli perusteltu aineiston viesteissä. Tarkastelin ensin, oliko väitettä perusteltu vai ei. Jos väite sisälsi perusteluja, tarkastelin, millaisia ne olivat. Jaottelin aineistosta löytyvät perustelut Savolaisen 2012 mallin pohjalta *faktoihin, omiin kokemuksiin, henkilökohtaisiin uskomuksiin, muiden ihmisten mielipiteisiin ja tunteisiin vetoamisiin* (kuvio 33). Seuraavassa käyn nämä läpi aineistosta poimittujen esimerkkien avulla.



Kuvio 33. Vastausviestien perustelut

Faktoiksi luokittelin perustelut, jotka tarjosivat eksplisiittisen todisteen asioiden tilasta viittaamalla esimerkiksi tilastoihin tai tieteellisiin raportteihin. Esimerkin

172 vastauksessa 14 viitataan tuotteeseen liittyviin teknisiin dokumentteihin, joilla perustellaan sitä, että toisin kuin edeltävässä vastauksessa 10 sanotaan, Nibe Fighter 310 -laitteessa käytetään kylmäaineena R-22:aa ja täyttömäärä on 1100g. Myös vastauksessa 10 perustellaan väitettä sillä, että ”uudemmissa 310P koneissa on [kylmäaineena] R290 (propaani) ja täytös 420g” ja viitataan Niben (laitevalmistaja) sivuilla oleviin vanhoihin ohjekirjoihin, joihin ei tosin ole viestissä suoraa linkkiä, vaan ainoastaan linkki Ruotsin Niben sivuille (www.nibe.se).

(172) Lainausta avausviestin kirjoittajalta:

Lisäsi ~1kg(!!!) R22-ainetta ja vaihtoi korkin alkuperäisestä tiivisteellisestä messinkiseen, jossa ei ollut tiivistettä. Sanoi, että yleisin vuoto-paikka on juurikin tuo korkki.

R22 ja kilo? Minä luulin että R22:a ei ole saanut käyttää enää ikuisuuksiin, aika ikävä mömmö ellen väärin muista. Ainakin uudemmissa 310P koneissa on R290 (propaani) ja täytös 420g. Ruotsin Niben sivuille (www.nibe.se) on noita vanhoja ohjekirjoja pdf-muodossa, vanhin minä löysin on vuodelta 1998. 420g, R290. (LP: 310P:n höyrystin jäätyy jatkuvasti! Niben huoltoja pk-seudulla?, V10.)

Kyllä tuossa vanhassa Nibe Fighter 310 on kylmäaineena R22 1100 g

[linkki/url pdf-tiedostoon]

310P on sitten jo käytetty R290 (propaania) 420g .

[linkki/url pdf-tiedostoon]

Tuossa juttua yhdestä 310P laitteesta ja kylmäaineseukoiluista

[linkki/url]

(LP: 310P:n höyrystin jäätyy jatkuvasti! Niben huoltoja pk-seudulla?, V14.)

Kokemuspuhe voidaan Käännän ja Lehtisen (2016) mukaan tunnistaa ilmausten, kuten ”olen tehnyt” tai ”kokemukseni mukaan” avulla. Esimerkissä 173 kirjoittaja perustelee mielipidettään siitä, että hitsauksen tulisi kuulua uusitun kylmäasentajan tutkinnon sisältöön *omilla kokemuksillaan* siitä, että hitsaustaidoista on hänelle itselleen ollut hyötyä. Esimerkissä 174 puolestaan kirjoittaja perustelee aurinkokeräinten energiantuoton riittämättömyyttä *omilla kokemuksillaan* niiden käytöstä kuluneen vuoden aikana.

(173) [...] Mielestäni hitsaus kuuluisi tähän koska siitä on etenkin itselle ollut hyötyä (LP: Mitä mieltä olet uusitun kylmäasentajan ammattitutkinnon sisällöstä?, V2.)

(174) Jep jep... Aurinkokeräimet ei kylä riitä mihinkään talvella jos nyt niistä mitää saa... ainakaan täällä ei ole tullut energiaa yhtään viimeiseen 2kk aikana. Eli ei ole mlp:n korvaajaksi. Kuluvan vuoden tuotto on kyllä reilu 2kw että kyllä sillä lämmittelee

keväällä ja alkusyksystä mutta ei juuri muuta. Itse sammutin VILP:n huhtikuun puolenvälin jälkeen ja olikos se sitten lokakuussa kun VILP käynnistettiin uudelleen. Toki jo syyskuussa tarvittiin pikkasen energiaa muualta mökin pitämiseksi lämpimänä että ei se keräin jaksanut pitää lämpöä yllä. Toisaalta mitä enemmän yrittää kuormittaa keräimiä niin sitä enemmän sillä tuottoa saa... mutta ei tee ihmeitä
Tässä omia kokemuksiani keräimistä lyhykäisesti (LP: MLP + aurinko kennot katolla, kokemuksia???, V12.)

Henkilökohtaiset uskomukset ovat kirjoittajan ilmaisemia omia subjektiivisia oletuksia asioiden luonteesta, arvosta tai merkityksestä. Esimerkissä 175 kirjoittaja ilmaisee näkemyksiään valtion myöntämiin energia-avustuksiin liittyen. Ensin kirjoittaja toteaa, että hakemuksia on ”kuulemma” paljon, kertomatta mistä tämä tieto on peräisin, ja tästä asiantilasta seurauksena olisi se, että kaikki eivät saa myöntävää päätöstä. Kirjoittaja spekuloi kuitenkin, että koska osa hakemuksista ei toteudu, se ”tarkoittaa varmaan sitä”, että rahaa jää myös uusintakierrokselle, kun kaikkia avustusrahoja ei hakemusten määrästä huolimatta kuitenkaan lopulta käytetä. Perusteluna ovat siis kirjoittajan henkilökohtaiset uskomukset siitä, että (a) energia-avustushakemuksia on paljon enemmän kuin myönnettävää rahaa, (b) kaikki hakemukset eivät toteudu ja (c) jos rahaa jää yli, järjestetään ”uusintakierros” energia-avustushakemuksille. Kohtia a–c ei ole perusteltu esimerkiksi lähteillä tai faktatiedoilla, joten ne on luokiteltu henkilökohtaisiksi uskomuksiksi.

- (175) [...] Hakemuksia on kuulemma paljon, joten kaikki ei saa myöntävää päätöstä. Mutta toisaalta on myös paljon hakemuksia jotka ei edes toteudu, joka tarkoittaa varmaan sitä että rahaa jää myös uusintakierrokselle kun niitä ei kaikkia nyt kuitenkaan käytetä (vaikka hakemuksia olisi sisässä paljon enemmän kuin rahaa). (LP: Oletko hakenut energia-avustusta 2011?, V1.)

Muiden ihmisten mielipiteet ovat muiden kuin kirjoittajan ilmaisemia subjektiivisia näkemyksiä. Esimerkin 176 viestissä väitteenä on, että maalämpöjärjestelmä on rahallisesti kannattava 150m² tai sitä suuremmissa asunnoissa. Kirjoittaja käyttää viestissä ilmaistun väitteen perusteluna *maalämpömyyjän* kertomaa näkemystä asiasta. Viestissä ei tarkemmin kerrota, kuka tai minkä yrityksen maalämpömyyjä on ollut kyseessä eikä mitään yksityiskohtia tilanteesta, jossa kirjoittaja on kyseisen tiedon vastaanottanut. Perustelu on luokiteltu (muiden ihmisten) mielipiteeksi, koska viestistä ei käy ilmi, että kyseinen maalämpömyyjä olisi perustellut näkemystään faktatiedoilla, kuten tilastoilla tai muulla vastaavalla.

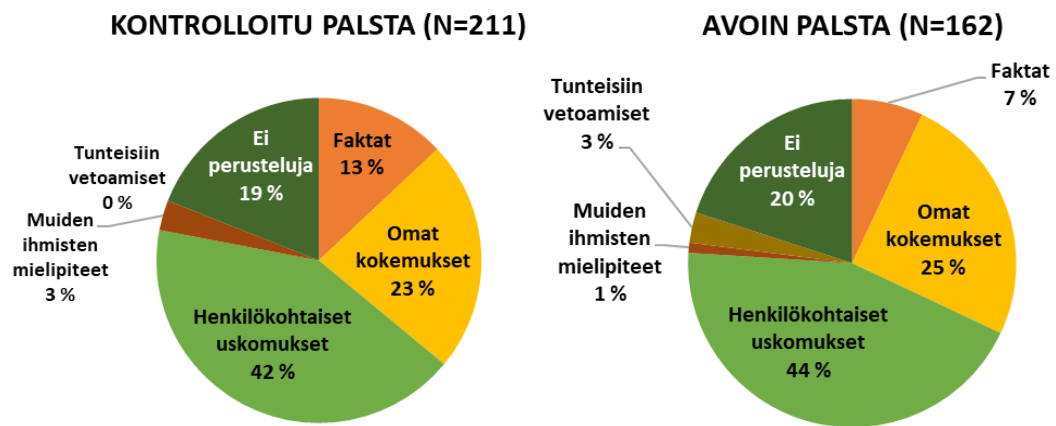
- (176) Maalämpömyyjä selvitti kannattavuuden alarajan kulkevan n. 150m².n asunnossa. [...] (S24: Miettimisen tuskaa, ~110m² omakotitalon lämmitys?, V5.)

Tunteisiin vetoamiset ovat tunteellisesti värittyneitä arvioita kanssakeskustelijoista, kuten esimerkissä 177.

- (177) Turkulaisella j:myyjällä on ollut ongelmia takuissa.....
Kantsii hieman kysellä! (S24: Vaillant maalämpöpumput, V1.)

Eikö kauppa käy kun pistät näitä viestejä. Olet paskan puhuja [V2.]

Argumenttien perustelujen jakautuminen aineistossa on esitetty kuviossa 34. Henkilökohtaiset uskomukset olivat aineistossa yleisimmin käytetty perustelu molemmilla palstoilla (42 % / 44 %). Ilman perusteluja oli molemmilla palstoilla lähes yhtä suuri osuus, noin viidesosa väitteistä. Erikoistuneella, kontrolloidulla palstalla käytettiin enemmän faktoihin pohjautuvia perusteluita, joihin oli liitetty jokin informaatiolähde (13 %), kuin avoimella palstalla (7 %).



Kuvio 34. Argumenttien perustelut viesteissä

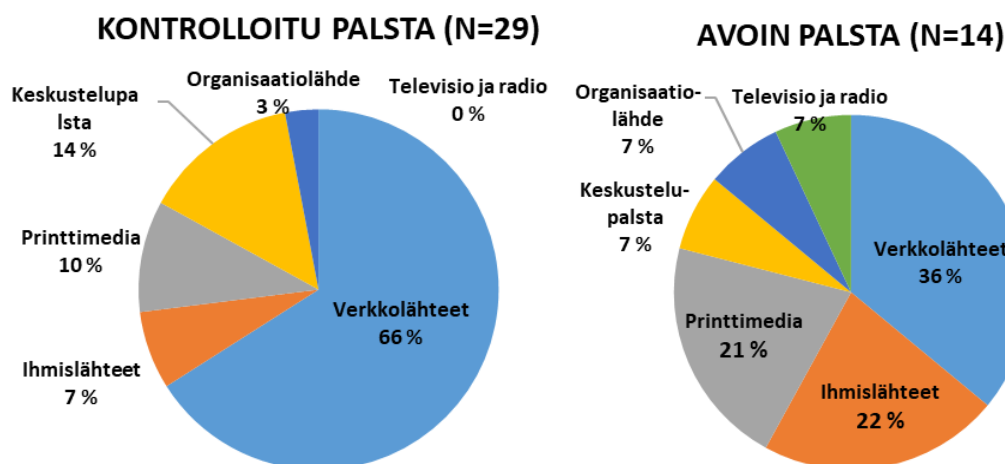
Lopuksi tarkastelin vielä faktaperusteluiden pohjana olevien *informaatiolähteiden* tyyppejä ja auktoritatiivisuutta aineistossa. Jaottelin informaatiolähteiden tyypit ihmislähteisiin, verkkolähteisiin, televisioon -ja radioon, printtimediaan (esim. sanomalehtiartikkeli), organisaatiolähteisiin (esim. tutkimuslaitos) sekä keskustelupalstaan (ks. Savolainen 2012). *Ihmislähteisiin* kuuluvat yksittäiset ihmisyksilöt, kuten esimerkiksi yksittäiset tutkijat tai asiantuntijat. Esimerkissä 178 ihmislähdettä edustaa ”virkanainen”. Esimerkissä 179 on käytetty informaatiolähteenä *verkkolähdettä*, tässä tapauksessa tieteellistä tutkimusta. Esimerkissä 180 puolestaan informaatiolähteenä on käytetty *televisiota* (mtv3:n uutiset) ja esimerkissä 181 keskustelupalstaa.

- (178) Lainaus vastaajalta X:
Ei kai se niin voi mennä, että rahojen käydessä vähiin vain osalle myönnetään avustus. Eiköhän käy pikemminkin niin, että avustusprosentti pienenee vaihtoehdosta "enintään 20%".
Noin minäkin virkanaisen kertoman ymmärsin.

Hyväksytyjen hakemusten kesken jaetaan käytettävissä oleva raha suhteessa, joten avustusprosentti voi olla pienempi. [...]
(LP: Oletko hakenut energia-avustusta 2011?, V4.)

- (179) [...] Toimii jos on alimittainen kaivo. Jos oikein mitoitettu niin minimaalinen merkitys. Tästä aiheesta on ruotsalainen tutkimus olemassa, jossa asia testattiin läpikotaisin, mutta linkki ei enää toimi. Kokeilkaa joku löytää tuo toimivana.
[linkki/url]
(LP: MLP + aurinko kennot katolla, kokemuksia???, V6.)
- (180) Joku aika sitten oli mtv3:n uutisissa juttua "pelastaja raksamiehestä", joka oli sammuttanut voimakkaan tulipalon alun rivarissa. Siellä oli jääkaapin kompressori/lauhdutin syttynyt tuleen. Periaatteessa lienee mahdollista moiset onnettomuudet, mutta harvinaista.
(S24: MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ)
- (181) Täällä varsinkin kovasti keskusteltu, tarviiko lämpöpumppuasentaja mitään juotos/hitsaustaitoa?
Puheitten mukaan ei, joten tuo kovajuotoskin on liikaa. [...]
(LP: Mitä mieltä olet uusitun kylmäasentajan ammattitutkinnon sisällöstä?, V3.)

Perusteluissa käytettyjen informaatiolähteiden jakautuminen aineistossa on esitetty kuviossa 35 ja taulukossa 14. Verkkolähteet olivat koko aineistossa eniten käytetty informaatiolähde. Erikoistuneella, kontrolloidulla palstalla käytettiin enemmän verkkolähteitä väitteiden tukena (66 %) kuin avoimella palstalla (36 %). Seuraavaksi yleisempiä olivat ihmislähteet. Avoimella yleispalstalla käytettiin argumenttien tukena enemmän ihmislähteitä (22 %) kuin kontrolloidulla palstalla (7 %). Huomioitavaa on, että prosenttiosuudet on laskettu pienistä lukumääristä (N=29 ja N=14), joten tulosten perusteella ei voida kuitenkaan tehdä yleistäyksiä.



Kuvio 35. Perusteluissa käytetyt informaatiolähteet

Taulukko 14. Perusteluissa käytetyt informaatiolähteet

Informaatiolähde	Kontrolloitu palsta	%	Avoin palsta	%	Yhteensä	%
<i>Verkkolähteet</i>	19	66	5	36	24	56
<i>Ihmislähteet</i>	2	7	3	22	5	12
<i>Printtimedia</i>	3	10	3	21	6	14
<i>Keskustelupalsta</i>	4	14	1	7	5	12
<i>Organisaatiolähde</i>	1	3	1	7	2	5
<i>Televisio ja radio</i>	0	0	1	7	1	2
Yhteensä	29	100	14	100	43	100

Yhteenvedon voidaan todeta, että väitteet, vastaväitteet, kiistäminen ja tukeminen olivat jakautuneet melko tasaisesti kontrolloidulla ja avoimella palstalla. Henkilökohtaiset uskomukset olivat molemmissa otoksissa yleisimmin käytettyjä perusteluja väitteille (42 % / 44 %). Erikoistuneella, kontrolloidulla palstalla oli käytetty avointa palstaa useammin väitteiden perusteluna johonkin informaatiolähteeseen perustuvaa faktatietoa (13 % / 7 %) sekä verkossa sijaitsevia informaatiolähteitä (66 % / 36 %). Avoimella palstalla sen sijaan oli käytetty useammin ihmisiä tietolähteenä (7 % / 22 %).

4.8.5 Huumorin käyttö vastausviesteissä

Tarkastelin myös vastausviesteissä käytettyä huumoria pienemmän aineiston (N=764) avulla. Huumoria oli käytetty yhteensä 9,8 %:ssa aineiston vastausviesteistä. Huumorin käyttö oli yleisempää avoimella keskustelupalstalla (13,6 %; N=382) kuin kontrolloidulla palstalla (6 %; N=382). Huomionarvoista kuitenkin on, että suurin osa avoimella keskustelupalstalla käytetystä huumorista (75 % eli yhteensä 39 viestiä) oli samassa viestiketjussa. Huumoria oli myös käytetty avoimella keskustelupalstalla harvemmissä viestiketjuissa (yhteensä kuudessa 20:stä viestiketjusta) kuin kontrolloidulla palstalla (yhteensä yhdessätoista 20:stä viestiketjusta). Citizen Mindscapes -hankkeen toteuttaman käyttäjäkyselyn vastausten perusteella avoimen Suomi24-keskustelupalstan keskustelukulttuuria luonnehtii nokkelien ja viihdyttävien viestiketjujen syntyminen (Harju 2018: 60). Nämä keskustelut kääntyvät helposti myös palstan omaksi sisäpiirivitsailuksi, jota ymmärtävät vain keskusteluja aktiivisesti seuraavat osallistujat (emt.).

Huumorin tyyppien (funktioiden) suhteen erot otosten välillä olivat huomattavat: kontrolloidulla keskustelupalstalla huumori oli lähes yksinomaan vahvistavaa ja yhdistävää eli hyväntahtoista ja yhteistä pohjaa luovaa (91 %; N=23). Avoimella palstalla sen sijaan vastausviestien huumori oli lähes yksinomaan haastavaa tai

aggressiivista. Seuraavassa analysoin aineistossa esiintyvää eri tyyppistä huumoria kahden eri otoksista poimitun esimerkin avulla.

Esimerkin 182 avausviestissä, joka on kirjoitettu kontrolloidulle keskustelupalstalle, pyydetään ehdotuksia pienimmästä ja halvimmasta mahdollisesta lämpöpumpusta ulkorakennuksen lämmittämiseksi. Ensimmäisessä vastauksessa ehdotetaan lämpöpumpun sijasta ilmankuivainta. Vastauksessa 10 puolestaan ehdotetaan pyykinkuivainta, jonka jälkeen kirjoittaja siirtyy humoristiseen diskurssiin implikoiden, että pyykinkuivaimessa on jotain humoristista. Huvittavuus perustuu *sukupuolistereotyypioiden* hyödyntämiseen. Tämän tyyppisen huumorin käytön taustalla on käsitys osallistujien demografisista piireistä (suurin osa käyttäjistä on puolison kanssa asuvia miehiä ³²).

- (182) Minulla on ulkorakennus, jossa yksi ainoa huone 13 m². Mikä olisi sellainen pumppu, missä olisi kaikkein pienin mitoitus eli tuollaiseen pieneen tilaan suunniteltu? Lämpöä pidän tilassa noin 7 astetta kahdella 100 watin sähköpatterilla. (LP: Pienin ja halvin pumppu)

Vastaus 10:

Laskematta asiaa ja käyttämällä pelkkää mutua tuntumaa niin ei säästä mitään.

Tai jos säästää niin se on merkityksetöntä mutta kuivaa samalla kun lämmittää ja sehän on sinänsä hyvä asia se. Tai sitten hom-
matta sinne samalla periaatteella toimivan pyykin kuivaimen
jos sellasta ei ole niin saat samalla pusuja vaimoltas jos osaat
pitää mölyt mahassas etkä kerro että ostit sen punttisalin läm-
mittämiseen ;)

Vastaus 17:

Tekaise itse alumiinitölkeistä, pleksistä / vanhasta isokokoisesta ikkunasta ja lämpöeristeestä ilma- aurinkokeräin. Jotkut sanovat kuumailmakeräimeksi. [...]

Vastaus 18:

Miksi sinne pitää laittaa noita tölkkejä ?

Vastaus 19:

No, höh. Onhan hyvä sanoo muijalle mihin ne kaljalaatikot on
menossa. Teen lämmittimen meille. Karhu onkin jo valmiiksi musta, ja varmaan joku toinenkin... [...]

Vastaus 20:

on hyvä syy käydä Viron reissulla hakemassa lämmitysjärjes-
telmän aihioita. Kotimaasta ostetut kun on paremman pantin arvoisia.

³² Suomi24-keskustelufoorumin käytöstä tehdyssä verkkokyselyssä tyypillinen käyttäjä oli kaupungissa asuva keski-ikäinen mies, joka asuu yhdessä avio- tai avopuolisonsa kanssa (Harju 2018: 54).

Aro ja Sarpavaara (2007) ovat tutkineet sähköpostihuumoriin liittyviä sukupuolistereotypioita. Miesten ja naisten välisiä suhteita käsittelevät vitsit korostavan tyypillisesti miesten ja naisten keskinäisiä eroja. Sukupuoliaiheisen huumorin yksi keskeinen teema on sukupuolten välinen ristiriita ja kamppailu vallankäytöstä heteroseksuaalisissa parisuhteissa, ja se esittää tyypillisesti naisten ja miesten maailmat keskenään erillisiksi ja vastakkaisiksi. Huvittavuus ja koomisuus syntyvät miesten ja naisten maailmojen kohtaamattomuudesta törmäyttämällä ne keskenään: vastakkain asetetaan kaksi jyrkästi erilaista ja yhteen sopimatonta orientatiota maailmaan. (Emt. 192, 195–197, 200.)

Yleinen sukupuoliaiheisen huumorin teema on seksuaalisuus. Yksi vitseissä toistuvasti käytettävä stereotypia on, että seksi on miehille erittäin tärkeä asia ja jostain, jota *saadaan*. Vitseissä toimivat naiset tietävät tämän ja käyttävät seksiä välineenä ja aseena saadakseen miehet toimimaan haluamallaan tavalla. (Aro & Sarpavaara 2007: 195, 197.) Usein sukupuoliaiheisissa vitseissä esiintyy myös teema, jossa naiset kantavat enemmän vastuuta kotona tehtävistä töistä ja moittivat miehiä näiden laiskuudesta. Naiset ovat vitseissä myös kypsempiä, itsenäisempiä ja enemmän aikuisen tavoin käyttäytyviä kuin miehet. (Emt. 200.) Stereotyyppisessä kulttuurisessa jäsennyksessä mies näkee itsensä luonnon muokkaajana ja naisen kontrolloijana, kun taas naisen näkökulmasta nainen on vastuun kantaja ja mies itsensä toteuttaja (Sulkunen 2007: 12–13). Sukupuoliaiheisessa huumorissa tämä asetelma ilmenee stereotyyppisinä vitseinä kodin siisteydestä huolta kantavista naisista, jotka seksin avulla kontrolloivat miehiä, ja sohvalla makaavista itsekäistä ja laiskoista miehistä, jotka näkevät naiset yksinomaan sukupuoliobjekteina (Aro & Sarpavaara 2007: 201).

Esimerkin 182 vastauksessa 10 on nähtävissä monia sukupuolistereotypioista nousevia elementtejä: *pyykin kuivain* mielletään osaksi naisten maailmaa, sillä stereotypian mukaan naiset kantavat enemmän vastuuta kotona tehtävistä töistä ja kantavat huolta kodin siisteydestä. Koska pyykinkuivain nähdään kuuluvaksi naisten, ei miesten maailmaan, nähdään ajatus pyykinkuivaimen hankkimisesta miehen toimesta huvittavana ajatuksena. Viestissä pyykinkuivaimen hankkimisen todellinen syy on kuitenkin täysin toinen kuin kotitöistä ja kodin siisteydestä huolehtiminen, sillä pyykinkuivain ostetaan ”punttisalin lämmittämiseen” (aiemmissa viesteissä on tullut ilmi, että avausviestin kirjoittaja käyttää aiheena olevaa varastoa punttisalina). Vastauksessa 10 mainittu punttisali edustaa miehelle itsensä toteuttamista, kun taas pyykinkuivain soveltuu naiseuteen yhdistettyyn stereotypiaan vastuun kantamisesta (kotitöistä ja kodin siisteydestä). Varaston muokkaaminen punttisaliksi muun muassa lämmityksen avulla puolestaan edustaa miehen

toteuttamaa luonnon muokkaamista, ja naisen implisiittinen paheksunta (varaston lämmittäminen ja punttisaliksi muokkaaminen täytyy ”naamioida” pyykin-kuivaimen avulla) edustaa kontrollointia.

Vastauksessa 10 käytetyssä huumorissa esiintyy myös miesten seksuaalisuuteen liittyvä stereotypia (”saat samalla pusuja vaimoltas jos osaat pitää mölyt mahassas etkä kerro että ostit sen punttisalin lämmittämiseen ;”). Kodinkoneen hankkiminen nähdään siis myös keinona saada vaimolta pusuja. Vastauksessa 10 implikoidaan, että pyykin-kuivaimen ostaminen on jotain, jota vaimo haluaa miehensä tekevän, koska se edistää hänen tavoitettaan huolehtia kodin siisteydestä. Tästä palkinnoksi nainen puolestaan *antaa* pusuja miehelleen, ja tämä palkinto on miehelle mieluinen, sillä hänen tavoitteenaan on seksin saaminen.

Vastauksessa 17 ehdotetaan aurinkokeräimen rakentamista, jonka yhtenä rakennusaineena ovat alumiinitölkit. Tämän jälkeen vastauksessa 18 kysytään, miksi aurinkokeräimen tekemiseen käytetään alumiinitölkkejä. Sitten vastauksessa 19 siirrytään jälleen humoristiseen diskurssiin, joka saa tällä kertaa alkunsa alumiinitölkeistä. Humoristiseen diskurssiin siirtymisen kynnystä madaltaa se, että samassa viestiketjussa on jo aiemmin ollut humoristista diskurssia. Voidaankin nähdä, että vastauksen 19 humoristinen diskurssi jatkaa ja laajentaa edelleen vastauksessa 10 aloitettua, sukupuolistereotypioihin pohjautuvaa humoristista diskurssia ja rakentaa sen pohjalle (”Onhan hyvä sanoo muijalle mihin ne kaljalaatikot on menossa. Teen lämmittimen meille”). Vastauksessa 20 laajennetaan samaa vitsiä (”on hyvä syy käydä Viron reissulla hakemassa lämmitysjärjestelmän aihioita. Kotimaasta ostetut kun on paremman pantin arvoisia.”).

Huumori perustuu stereotyyppiseen oletukseen miesten mieltymyksestä kaljan juomiseen sekä muuhun hauskanpitoon, kun taas naiset yrittävät kontrolloida ja hallita miehen kaljanjuontia ja hauskanpitoa. Vitsin pohjalla on kamppailu vallankäytöstä parisuhteissa, jossa vastakkain asetetaan kaksi jyrkästi erilaista ja yhteen sopimatonta orientaatiota maailmaan, ja huvittavuus syntyy tästä yhteentörmäyksestä. Vitsissä mies oikeuttaa matkansa Viroon sillä, että hän tekee lämmittimen pariskunnan kotiin (”meille”), ja että hän menee hakemaan ”lämmitysjärjestelmän aihioita”, mikä on naiselle hyväksyttävämpi ja hänen tavoitteisiinsa paremmin so-piva selitys kuin kaljan ostaminen.

Esimerkin 182 viestiketjussa esiintyvä huumori suuntautuu toista ryhmää (naiset) kohtaan ja vitsailee heidän kustannuksellaan. Tämä vahvistaa nauravan ryhmän yhteishenkeä ja identiteettiä jonkin toisen ryhmän ulos sulkemisen kautta ja kustannuksella. Huumori voidaan kuitenkin funktiona perusteella nähdä vahvistavana, koska se ylläpitää vallitsevaa tilannetta ja ryhmän normeja luoden yhteistä

pohjaa ryhmän keskustelulle. Samalla huumori vahvistaa ja uusintaa sukupuolistereotypioita.

Toisenlainen esimerkki aineistossa esiintyvistä huumorista on esimerkissä 183. Esimerkin 183 viestiketju on pitkä (126 vastausta), ja siinä esiintyy runsaasti humoristista diskurssia. Humoristisen diskurssin runsaan esiintymisen syynä on todennäköisesti ainakin osittain se, että viestiketjun aloittajaa epäillään trolliksi. Tässä luvussa tarkastelen lyhyesti yhtä esimerkkiä ketjussa esiintyvistä huumorista. Esimerkin 183 avausviestissä kirjoittaja kertoo tilanteestaan, jossa hänen talonsa sisällä on tapahtunut yöllä lämmitysjärjestelmään liittyvä räjähdys ja vesivahinko pyytäen lukijoilta neuvoja. Useampien vastausten jälkeen, jossa avausviestin todenperäisyys asetetaan kyseenalaiseksi, vastauksessa 43 lähdetään rakentamaan humoristista diskurssia. Huumori perustuu hyperbolaan eli liioitteluun sekä yhteensopimattomien asioiden liittämiseen toisiinsa. Vastauksissa 44 ja 45 kirjoittaja jatkaa ja laajentaa omaan vitsiään, kun taas vastauksessa 46 toinen kirjoittaja liittyy mukaan laajentamaan vitsiä omalla vastauksellaan.

- (183) Koko perhe heräsi hirveään jysäykseen. Alakerrassa tajusin käveleväni lämpimässä vesilammikossa. Parketit paukkuivat, kun vesi levisi koko alakertaan. Lämpöhuoneesta nousi savua ja tyhjensin jauhesammuttimen sinne ja napsuttelin sulakkeet alas. Myyjä ja valmistaja pesivät kätensä, takuu loppui kuulemma 2 kk sitten. Kuluttajaneuvoja vain voivotteli. Piti kuitenkin lähteä aamulla töihin, että saisi maksettua tuota varten otettua isoa lainaa. Perhe evakossa sukulaisissa ja talo jo hyvässä jäässä.
Mitä tehdä? (S24: MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ)

Vastaus 43:

Hyvä ettei räjähtänyt kuin ydinpommi. Melkoinen energiasäästäjä tuo pumppu on, sinnehän voi hetkessä kerääntyä satoja tuhansia megawatteja energiaa, jotka sitten räjähtää kerralla. Eli parempi tuo on kuin mikään ydinvoimalaitos. Kaikkihan kehuu tuota ilmalämpöpumppua, niin että kuola valuu.

Itse kytkin yhden kaupungin kerran yhteen ilmalämpöpumppuun ja hyvin toimi. Kuilu meni tosin 5000 km syvyyteen, sinä taidettiin porata maan ytimeen asti. Joillakin on myös laavaa takapihallaan, mutta muuten toimii ihan hyvin. Meillä on joka-viikkoiset hälytykset myös, kun maan ydin loiskauttaa liikaa kuumuutta ylöspäin, jolloin puolet kaupungista menee maan tasalle (tai meni jo). Mutta silti, lämpöä piisaa.

Vastaus 44:

Öh anteeksi, piti olla maalämpöpumppu. Ilmalämpöpumpulla voi myös lämmittää kotiaan salamoilla, jos tietää mitä tekee. Siis JOS tietää mitä tekee. Kerran vedettiin putki ihan aurin-

koon asti, ja hyvin sekin lämmittää. Tosin kustannukset pumpun rakentamiseen olivat noin biljoona kertaa enemmän kuin tavallinen kaukolämpö.

Hyvät terveiset asiantuntijalta, koettakaa pärjällä!

Vastaus 45:

Piti mainita vielä se, että kerran me kaverin kanssa leikittiin uraaninapeilla, jotka oli kupattu paikalliselta ydinlaitokselta. Heitettiin ne lyijyrasiaan, jossa oli toinen kerros tislattua vettä, että termiset neutronitkin hidastuisivat.

Voin sanoa, että lopulta se rasia räjähti muutaman kilotonnin voimalla kellarissa, minne se jätettiin, ja lattia lainehti. Unohdettiin järjestää mitään jäähdytystä rasiassa. Tosin ei ollut taloakaan jäljellä, ja no, se hävitys oli kilometrin säteellä, eli menihän siinä muitakin taloja nurin. Energialähteenä uraaninapit ovat mainioita, mutta se liiallinen energianpurku on miinusta. Ihan kuten tässä tuon maalämpöpumpun kanssa.

Vastaus 46:

oma kokemus samoista napeista

itse olen polttanut tallinnasta venäjän armeijan ylijäämähuuto-
kaupasta ostamiani ydinsukellusveneen uraaninappeja suora-
vaatoisessa takassa semmosessa pelletti polttokupissa. hyvin
pelaa, jättää vaan illalla pellin raolleen niin viimeiset säteilyn
rippeet menee harakoille. oisko asiaa asentaa takkasydän... pa-
ranisko hyötysuhde... ja muistakaa palovarottimen tilalle vaih-
dettava geiger- mittari

Liioittelun ja satiirin avulla pyritään saamaan toisaalta avausviestien kirjoittaja ja toisaalta lämpöpumput tekniikkana vaikuttamaan naurettavilta ja samalla kritisoimaan molempia. Siten huumori voidaan luokitella *haastavaksi*, sillä se kumoaa vallitsevaa tilaa. Liioittelun, vertausten sekä satiirin avulla lämpöpumpputekniikka saadaan näyttämään vaaralliselta, arvaamattomalta, kalliilta ja järjettömältä. Lämpöpumpputekniikkaa verrataan maan ytimeen asti poraamiseen, kodin lämmittämiseen salamoilla, putken vetämiseen aurinkoon asti sekä uraaninapeilla leikkimiseen. Lämmityksen seurauksena ”joillakin on myös laavaa takapihallaan”, ”puolet kaupungista menee maan tasalle”, ”kustannukset pumpun rakentamiseen olivat noin biljoona kertaa enemmän kuin tavallinen kaukolämpö”, ”rasia räjähti muutaman kilotonnin voimalla kellarissa [...] ei ollut taloakaan jäljellä, [...] hävitys oli kilometrin säteellä, eli menihän siinä muitakin taloja nurin” ja ”palovarottimen tilalle (on) vaihdettava geiger- mittari”.

Kaiken kaikkiaan yhteistä vastausviestien huumorille on, että se ja sen ymmärtäminen ovat sidoksissa erikoisalan tietoon ja myös verkkoyhteisön kontekstiin eli aiempiin keskusteluihin. Aineistossa esiintyi sekä vahvistavaa, haastavaa että aggressiivista huumoria. Kontrolloidulla keskustelupalastalla huumori oli lähes yk-

sinomaan vahvistavaa eli hyväntahtoista ja yhteistä pohjaa luovaa. Myös vahvistavassa huumorissa saattoi kuitenkin esiintyä piirteitä toista ryhmää kohtaan suunnatusta, aggressiivisesta huumorista, esimerkiksi sukupuolistereotypioiden kautta. Avoimella palstalla sen sijaan vastausviestien huumori oli lähes yksinomaan haastavaa tai aggressiivista.

4.8.6 Empatian ilmaiseminen vastausviesteissä

Yhtenä kohteliaisuuden keinona vastauksissa voidaan käyttää myös empatian osoittamista. Psykologisesta näkökulmasta tarkasteltuna empatiaa voidaan kuvata kognitiiviseksi tietoisuudeksi ja ymmärrykseksi toisen ihmisen tunteita ja mielialoja kohtaan (Jessner 1996: 89). Kommentit voidaan luokitella empaattisiksi, jos niissä osoitetaan tietoisuutta neuvojen pyytäjän erityisestä (emotionaalisesta) tilanteesta (Locher & Hoffmann 2006: 93) tai jos niissä rauhoitellaan tai tyyntytellään neuvojen pyytäjää (Locher 2006: 120).

Esimerkeissä 184 ja 185 on empatian osoittamiseksi luokittelemiani ilmauksia. Esimerkissä 184 empatiaa osoittaa ilmaus ”osanottoni voin kuvitella miltä tämä näillä pakkasilla tuntuu”, jossa kirjoittaja osoittaa ymmärtävänsä, millaisia tunteita avausviestin kirjoittajan kuvailema vaikea tilanne hänessä herättää sekä osoittaa myötätuntoa (”osanottoni”). Esimerkki 185 on samasta viestiketjusta, ja myötäelämisen lisäksi (”Kävipä ikävästi!”) siinä rauhoitellaan ja tyyntytellään neuvojen pyytäjää (”Voimia siivoamiseen, kyllä se siitä vielä kuntoon tulee!”).

(184) [...] Tuolle takuuasialle osanottoni, nykyään kauppiaat myy mitä vaan ja asentajat rahastaa huolella rakentajaa. muista että maalämpöpumpukin on suora sähkölämmitys, vaikkakin paremmalla hyötysuhteella näitähän ei kauppiaat kerro. mlp:asennus kannattaa tarkistaa ,jos vaikka asennettu väärin. OSANOTTONI VOIN KUVITELLA MILTÄ TÄMÄ NÄILLÄ PAKKASILLA TUNTUU (S24: MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ, V38.)

(185) Kävipä ikävästi! Minkä merkkinen pumppusi oli? Meidänkin perhe harkitsee pumpun ostoa mutta emme halua vesivahinkoa emmekä räjähdystä! Voimia siivoamiseen, kyllä se siitä vielä kuntoon tulee! (S24: MLP RÄJÄHTI VIIME YÖNÄ, V57.)

Empatian ilmaiseminen aineiston vastausviesteissä oli hyvin harvinaista: sitä esiintyi vain yhdessä prosentissa kontrolloidun ja kahdessa prosentissa avoimen keskustelupalstan vastausviesteistä eli kaiken kaikkiaan vain muutamassa viestissä.

4.8.7 Yhteenveto ja pohdinta

Tässä luvussa tarkastelin tiedon saamiseen tähtäävien viestiketjujen vastausviestien piirteitä. Tarkastelun kohteena olivat viestien relevanssi, tyypit, argumentaatio, huumorin käyttö sekä empatian osoittaminen. Kaikkiaan hieman yli 60 % vastausviesteistä oli relevantteja. Kontrolloidulla palstalla suurempi osuus vastauksista oli relevantteja kuin avoimella palstalla, mikä on odotettu tulos.

Irrelevanttien vastausviestit tyypit erosivat myös kahdella eri palstalla: kontrolloidulla palstalla suurimmassa osassa irrelevantteista vastauksista (73 %) tuotiin uusi aihe keskusteluun, kun taas avoimella palstalla suurimmassa osassa ilmaistiin subjektiivisia näkemyksiä. Kontrolloidulla palstalla ei esiintynyt lainkaan toisten kirjoittajien kritisointia tai kyseenalaistamista, kun taas avoimella palstalla 22 % irrelevantteista vastauksista kuului tähän luokkaan. Erot selittyvät osittain palstojen erilaisilla moderointikäytännöillä ja normeilla: kontrolloidulla palstalla painotetaan asiallista keskustelua, kun taas esimerkiksi toisia keskustelijoita kohtaan hyökkäämistä tai voimakkaan subjektiivisten näkemysten ilmaisemista ei katsota hyvällä. Avoimella palstalla sen sijaan vahvojen mielipiteiden ilmaiseminen ja näkemyseroista väittely kuuluu keskustelukulttuuriin.

Kontrolloidulla palstalla omien kokemusten kertominen oli yleisin vastausviestityyppi, kun taas avoimella palstalla yleisin tyyppi oli neuvojen antaminen. Omien kokemusten kertomisen yleisyys vastausviesteissä on odotettu havainto, sillä aiempien tutkimusten mukaan omien kokemusten esiintuonti on sosiaalista mediaa yleisesti luonnehtiva tekijä (ks. Lehti & Eronen-Valli 2018: 169). Ketjun aloittajalle esitetyt kysymykset olivat yleisempiä kontrolloidulla kuin avoimella palstalla. Tämä tukee aiemmassa tutkimuksessa tehtyjä havaintoja siitä, että pysyvien nimimerkkien käyttäminen edistää kommentoijien keskinäistä vuoropuhelua verrattuna täysin nimettömänä kirjoitettuihin kommentteihin (ks. Kangaspunta 2016: 43).

Lähes kolmasosa vastauksista molemmilla palstoilla oli omien kokemusten kuvauksia. Henkilökohtaiset uskomukset olivat aineistossa yleisimmin käytetty perustelu molemmilla palstoilla. Tulos on linjassa aiemman verkkokeskustelua koskevan tutkimuksen kanssa, jossa havaittiin väitteiden perustelun omilla tai läheistensä kokemuksilla olevan yleisintä (Lehti & Kallio 2017). Digitaalisen viestinnän ympäristöissä kansalaisten oma kokemus saattaa olla monessa tilanteissa osalle vastaanottajista asiantuntijan esittämää, tutkimukseen nojaavaa perustelua vakuuttavampi (Lehti & Eronen-Valli 2018: 165). Erikoistuneella, kontrolloidulla palstalla käytettiin enemmän faktoihin pohjautuvia perusteluita, joihin oli liitetty jokin informaatiolähde kuin avoimella palstalla.

Huumoria oli käytetty yhteensä noin kymmenesosassa aineiston vastausviesteistä. Huumorin käyttö oli yleisempää avoimella kuin kontrolloidulla keskustelupalstalla. Huomionarvoista kuitenkin on, että suurin osa avoimella keskustelupalstalla käytetystä huumorista oli samassa viestiketjussa. Tämä heijastaa avoimen Suomi24-keskustelupalstan keskustelukulttuuria, jota luonnehtii nokkelien ja viihdyttävien viestiketjujen syntyminen ja kääntyminen palstan omaksi sisäpiirivitsailuksi (Harju 2018: 60).

Kontrolloidulla keskustelupalstalla huumori oli lähes yksinomaan vahvistavaa eli hyvántahtoista ja yhteistä pohjaa luovaa. Avoimella palstalla sen sijaan vastausviestien huumori oli lähes yksinomaan haastavaa tai aggressiivista. Palstojen eroamisen toisistaan huumorin tyyppien suhteen taustalla voidaan nähdä erot niiden luonteissa ja keskustelukulttuureissa. Avoimella Suomi24-palstalla esiintyy runsaasti puhetapaa, jossa muut käyttäjät nähdään huonossa valossa ja samalla asemoidutaan itse tämän moititun kirjoittajajoukon ulkopuolelle (Harju 2018: 54.) Avoin palsta voidaan nähdä paikkana, jossa eri näkemykset törmäävät keskenään ja keskustelussa mukana olevien ryhmien ja yksilöiden välistä vastakkainasettelua tuotetaan myös huumorin avulla. Pysyvän nimimerkin puuttuessa hyvántahtoisen ja yhteishenkeä vahvistavan huumorin tuottamiseen sen sijaan lienee vähemmän motivaatiota, kun kirjoittajan ei tarvitse olla huolissaan verkkoidentiteetistään ja sille rakentamastaan kuvasta.

Empatian ilmaiseminen aineiston vastausviesteissä oli hyvin harvinaista. Tätä selittää erikoiskielten piirteenä oleva emotionaalinen neutraalius sekä se, että tunteiden puuttuminen on hallitsevaa, jos teksti on pääasiallisesti informatiivista. Tutkitut keskustelupalstat ovat luonteeltaan selvästi informaation jakamiseen keskittyviä emotionaalisen tuen jäädessä huomattavasti vähemmälle. Myös avausviesteissä tunteiden ilmaiseminen oli harvinaista, joten empatian ilmaisemisen harvinaisuus vastausviesteissä on myös tältä kannalta odotettu tulos.

5 TULOSTEN YHTEENVETO JA POHDINTA

Tässä luvussa vedän yhteen tulokset (5.1) ja pohdin menetelmän valintaa ja onnistuneisuutta sekä tutkimusasetelmaa ja sen vaikutusta ja merkitystä saatujen tulosten ja niiden validiteetin ja reliabiliteetin kannalta (5.2). Alaluvussa 5.3 luon katsauksen siihen, mitä tutkimuksen tekemisen aikana on tapahtunut internetkulttuurissa ja internetin käytössä keskustelupalstojen kannalta, mikä on niiden nykytila ja mahdollinen tulevaisuus. Lopuksi tarkastelen tulosten merkitystä tutkimukseen liittyvien tutkimusalojen kannalta ja sitä, minkälaisen kontribuution tulokset tuovat kyseisille aloille (5.4).

5.1 Mitä tulokset kertovat?

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten tiedon pyytäminen ja saaminen erikoisalaan liittyvästä aiheesta toimivat internetin keskustelupalstoilla. Tätä tavoitetta selvitin tarkastelemalla, millä tavoin tieto rakentuu keskustelupalstan viestiketjuissa, joiden avausviestin tavoitteena on tiedon saaminen. Lähestyin tavoitetta neljän tutkimuskysymyksen avulla, joihin tutkimuksessa saadut vastaukset käyn läpi seuraavissa alaluvuissa.

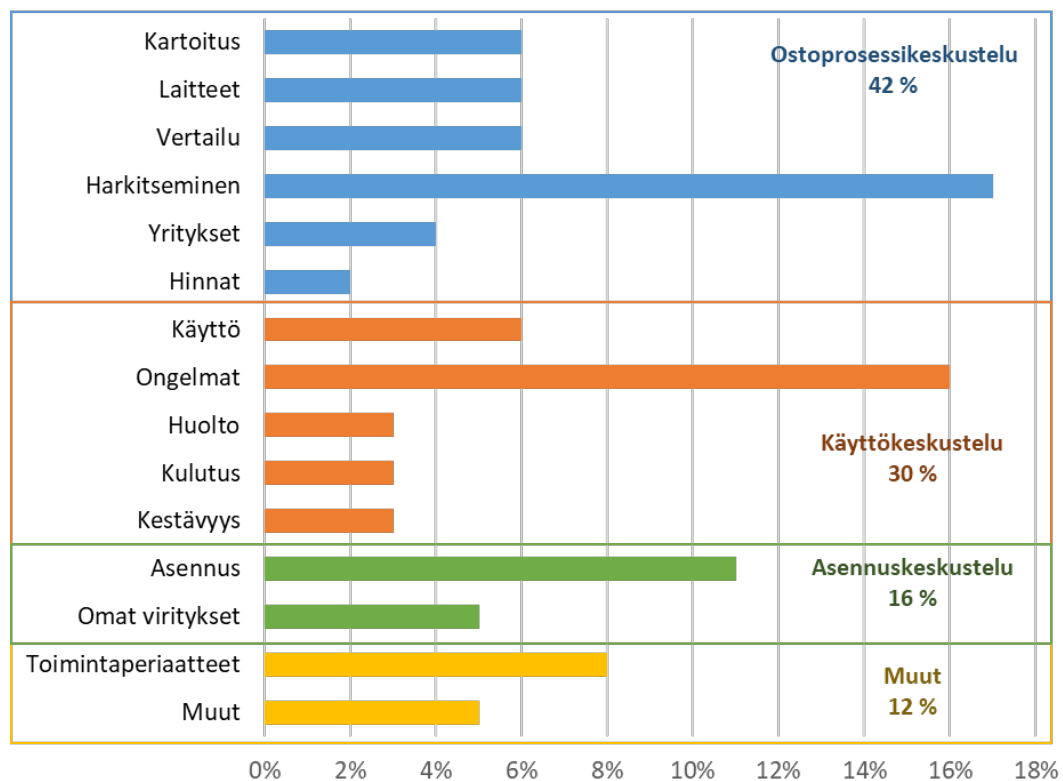
5.1.1 Tietoa pyytävien avausviestien piirteet

Ensimmäinen tutkimuskysymys oli, *millaisilla avausviesteillä tietoa pyritään saamaan keskustelupalstalla*. Tätä lähdin selvittämään kartoittamalla ensin keskustelupalstan *keskusteluteemoja* eli sitä, mistä aiheista tutkituilla keskustelupalstoilla ylipäättään puhutaan. Aineiston analyysin pohjalta pääkeskusteluteemoiksi nousivat tuotteiden ja palveluiden ostoprosessi, tuotteiden asennus, tuotteiden käyttö ja yleinen tekniikkakeskustelu. Näistä tuotteiden ja palveluiden ostoprosessi oli yleisin keskusteluteema molemmilla tutkituilla palstoilla. Seuraavaksi eniten keskusteltiin laitteiden käytöstä.

Avasviestien *pää tavoitteiksi* hahmottuivat tiedon saaminen, tiedon antaminen ja keskustelun herättäminen. Tiedon saaminen oli aineistossa avausviestien yleisin tavoite. Tämä on linjassa aiempien tutkimusten kanssa (esim. Arendholz 2013; Bakke 2019), joissa on havaittu, että yleisin syy aloittaa uusi viestiketju on kysymysten kysyminen tiedon tai neuvojen pyytämiseksi. Näin on etenkin verkkoyhteisöissä, joiden päätarkoitus on informatiivinen eli tiedon hakemiseen ja jakamiseen painottuva (Bakke 2019: 166).

Koska tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaisilla avausviesteillä tietoa pyritään saamaan keskustelupalstalla, jatkossa keskityin erityisesti näihin tiedon saamiseen tähtääviin avausviesteihin, jotka nyt oli tunnistettu ja eroteltu aineistosta, sekä niiden saamiin vastauksiin. Tiedon saaminen jakautui neuvojen pyyntöihin, faktisiin kysymyksiin, sekä mielipiteiden, ehdotusten ja kokemusten pyyntöihin. Koko aineiston yleisin viestityyppi oli *neuvojen pyyntö*, joita oli viidesosa kaikista viesteistä.

Kuvioon 36 on koottu, millaisia tiedontarpeita käyttäjillä oli tutkituilla keskustelupalstoilla eli mistä asioista he aloittivat viestiketjuja pyytääkseen tietoa. Yleisin tiedontarve oli tuotteiden *ostoprosessi*. Alateemoista *tuotteen hankkimisen harjoittaminen* oli yleisin. Seuraavaksi yleisin tiedontarve oli laitteiden käyttö, etenkin erilaiset *ongelmat* laitteiden käytössä. Kolmanneksi yleisin tiedontarve oli *laitteiden asennus*.



Kuvio 36. Tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien tiedontarpeet (N=195)

Seuraavaksi tarkastelin sitä, miten avausviestit oli muotoiltu. Aloitin tämän *otsikoiden* tarkastelulla, sillä otsikko on usein ensimmäinen osa, joka avausviestistä tai koko viestiketjusta luetaan. Luokittelin otsikot niiden syntaktissemanttisen rakenteen perusteella aiheotsikoihin, väiteotsikoihin, kysymysotsikoihin, ohje- tai huudahdusotsikoihin sekä muihin tyyppeihin, joihin kuuluivat yhdistelmäotsikot

ja osaotsikot. Aiheotsikot olivat yleisimpiä kaikissa viestityypeissä paitsi mielipidettä pyytävissä avausviesteissä, joissa kysymysotsikot olivat yleisimpiä. Yhtenä otsikoiden muotoa selittävänä tekijänä on tekstin päämäärä. Kun tarkastellaan aiempia otsikoista tehtyjä tutkimuksia eri tyyppisistä teksteistä, esimerkiksi arvosteluteksteissä kysymysotsikot eivät olleet yleisiä (Laihanen 2016: 281), mutta yleisönosastoteksteissä ne olivat väitelauseiden jälkeen toiseksi yleisin otsikointitapa (Mikkonen 2010: 80, 230). Keskustelupalstoilla tiedon saaminen sen sijaan on keskeinen funktio (65 % aineistosta, Salmela 2013a), mikä selittää kysymysotsikoiden yleisyyttä.

Aiheotsikoiden yleisyyttä selittää osaltaan myös keskustelun aihepiiri. Aineiston otsikoissa oli paljon nominalisoituja otsikoita, joissa pääsanana on teonnimi. Nominalisaatio on tyypillistä erikoisalojen kielille. Nomineja esiintyy erikoisalateksteissä verbejä enemmän, ja etenkin verbeistä johdetut substantiivit ovat keskeisessä roolissa (Cabré 1999: 75). Taustalla ovat erikoistuneelle diskurssille ominaiset selkeys, objektiivisuus, tarkkuus ja tiiviys (ks. Hoffman 1984: 31). Myös kirjoittajakunta saattaa selittää osaltaan otsikoiden muotoa. Aiemmissä otsikoista tehdyissä tutkimuksissa esimerkiksi luokanopettajaopiskelijat suosivat kirjoituksiinsa väiteotsikoita, kun taas teekkarit suosivat aiheotsikoita (Laihanen 2016: 281). Tutkimieni keskustelupalstojen aihe on tekninen, joten myös käyttäjäkunta todennäköisesti koostuu teknisesti suuntautuneista ja/tai tekniikasta kiinnostuneista ihmisistä.

Seuraavaksi tarkastelin tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien *rakennetta* ja ottelemalla viestit niiden funktion perustella rakenneosiksi eli makrosegmenteiksi. Analyysin tarkoituksena oli nähdä, millaisista funktionaalisista osista viestit rakentuivat, mitkä olivat näiden rakenneosien tavoitteet osana tiedon pyytämistä, mitkä olivat *prototyyppilliset peruserakenneosat*, ja mitkä osat olivat *vapaaehtoisia rakenneosia*. Tulosten mukaan tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien perusrakenneosia olivat *tiedon pyytäminen*, *ongelman kuvaus*, tekniset tiedot, *arviointi/perustelu* sekä *suunnitelma/ratkaisuehdotus*. Nämä kaikki ovat viestin asiasisältöön liittyviä rakenneosia, joiden pohjalla on nähtävissä informaationaalis-ekspositorinen skeema, jonka siirrot esittävät ja kehittävät ratkaisua ongelmaan (ks. Herring 1996b: 85).

Viestin asiasisältöön liittyvät rakenneosat, jotka eivät olleet minkään tiedon saamiseen tähtäävät avausviestityypin perusosana, olivat tiedon tarjoaminen ja mielipiteen ilmaiseminen. Selityksenä on todennäköisesti kyseisten rakenneosien kuuluminen tiedon *antamiseen* tähtäävien viestien perusrakenneosiin. Muut analyysin pohjana olleeseen luokitteluun kuuluvat rakenneosat, jotka eivät olleet tiedon saamiseen tähtäävien viestien perusrakenneosina, olivat viestin asiasisällön

ulkopuolisia vuorovaikutuksellisia rakennneosia. Näitä olivat *tervehdys, esipuhe, metakommentti, aktiivisuuden osoittaminen, lukijoihin vetoaminen, kohteliaisuus ja allekirjoitus*.

Tarkastelin myös *tiedon pyytämisen suoruutta, oliko viestissä nostettu ongelma tai kysymys spesifi vai yleinen ja tunteiden ilmaisemista* tiedon pyytämiseen tähtäävissä avausviesteissä. Tiedon pyytäminen oli aineistossa yleisimmin suoraa. Suurin osa avausviesteistä sisälsi suoria pyyntöjä tai kysymyksiä. Suorien tiedonpyyntöjen osuus aineistoissa on suuri, vaikka suoria pyyntöjä pidetään suurempana uhkana kasvoille kuin epäsuoria pyyntöjä. Tulos on mahdollisesti yhteydessä keskustelujen erikoisalaan ja tekniseen viestintään liittyvään aihepiiriin. Erikoisalaviestinnälle ja etenkin tekniselle viestinnälle on tyypillistä tiivis, selkeä ja suora ilmaisutapa, jossa viestinnän tehokkuus ja käytännön toimivuus ohittavat jossain määrin kohteliaisuuden tarpeen. Spesifejä oli hieman alle puolet avausviestien pyynnöistä. Tunteiden ilmaiseminen oli harvinaista avausviesteissä. Jos tunteita kuvattiin, kuvattiin turhautuneisuutta ja ärtymystä esimerkiksi toimimatonta teknologiaa kohtaan.

Yleisimpiä multimodaalisia viestintäkeinoja aineistossa olivat tunneikonit ja linkit. Tunneikoneita oli käytetty noin joka kymmenennessä avausviestissä. Niitä voidaan käyttää muun muassa positiivisten puheaktien voimistamiseen tai kasvoja uhkaavien puheaktien (esimerkiksi pyyntöjen) pehmentämiseen (Derks ym. 2008: 386; Skovholt ym. 2014: 780), joten on ymmärrettävää, että niitä on käytetty kohtalaisen usein tiedon pyyntöjen yhteydessä. Seuraavaksi yleisimpiä multimodaalisia viestintäkeinoja aineistossa olivat linkit. Linkkien käytön kohtalaista yleisyyttä selittää se, että tiedon pyytämiseen ja jakamiseen keskittyvässä verkkovuorovaikutuksessa linkkien käyttö on käytännöllistä, sillä niillä viitataan usein aiheen kannalta relevantteihin tietolähteisiin (ks. Stommel ym. 2017: 59–61).

Analysoin tutkimuksessa myös avausviesteissä käytettyä *huumoria*, sillä huumori on tärkeä osa verkkoyhteisöjä ja yhteisöllisyyden tunteen muodostumista. Jaottelin viesteissä käytetyn huumorin funktionsa mukaan vahvistavaan, haastavaan ja muita ryhmiä vastaan suunnattuun huumoriin. Tiedon saamiseen tähtäävissä viesteissä oli käytetty pääasiassa vahvistavaa eli yhteisymmärrystä rakentavaa ja kohteliasta huumoria ja vain muutamassa viestissä oli käytetty haastavaa, kyseenalaistavaa huumoria. Muita ryhmiä vastaan hyökkäävää huumoria ei ollut käytetty lainkaan. Vahvistavassa huumorissa käytettyjä huumorityyppejä ja keinoja olivat hauskat kielikuvat, idiomit ja tekniikan elollistaminen (personifikaatio). Myös itseironiaa ja itsensä vähättelyä käytettiin. Jotta teksti ymmärrettäisiin huumoriksi, vihjeinä käytettiin tunneikoneita, välimerkkejä, typografisia keinoja, toistoa ja liioittelua.

Huumori perustui usein yhteisesti jaettuun tietoon tai kokemuksiin. Perustana saattoi olla yleinen kulttuurinen tieto, erikoisalan tuntemukseen liittyvä tieto tai palstan aiemman toiminnan tuntemiseen liittyvä tieto. Yhteiseen, jaettuun tietoon ja kokemuksiin viittaaminen vahvisti yhteistä pohjaa ja rakensi yhteisymmärrystä kirjoittajan sekä lukijoiden ja mahdollisten vastaajien välillä. Huumori oli vahvasti sidoksissa keskustelun aiheena olevaan erikoisalaan. Huumori oli kietoutunut yhteen erikoisalan tiedon kanssa, jolloin sen ymmärtäminen vaati jonkin verran tietämystä käsiteltävästä aiheesta ja myös huumorin tavoitteet nousivat keskustelun aiheesta.

Vahvistavan huumorin käyttäminen hyväntahtoisuuden ja kohteliaisuuden osoittamiseen viestin lukijoita kohtaan, yhteisen pohjan luomiseen ja yhteisymmärryksen luomiseen on ymmärrettävää, kun tavoitteena on avun tai tiedon saaminen, jolloin miellyttävän, sympaattisen kuvan antaminen itsestä on tärkeää. Huumoria käytettiin jonkin verran myös oman näkemyksen korostamiseen. Haastavaa huumoria käytettiin asioiden kyseenalaistamiseen ja kritisointiin. Huumorin avulla negatiivinen tai kriittinen viesti voitiin välittää hyväksyttävämmässä muodossa. Haastavan huumorin tyyppeinä käytettiin esimerkiksi vertauksia ja ironiaa.

5.1.2 Eniten vastauksia saaneiden viestien piirteet

Toinen tutkimuskysymys oli, *millaisilla viesteillä saadaan eniten vastauksia*. Vastausten saaminen on olennaista tiedon saamisen kannalta, kun tietoa lähdetään hakemaan kirjoittamalla uusi avausviesti keskustelupalstalle, minkä vuoksi tutkimuksessa tarkasteltiin myös vastausten määrää ja sen jakautumista aineistossa olevien avausviestien kesken. Aineistossa oli havaittavissa niin kutsuttu pitkän hännän jakauma, jossa suurin osa avausviesteistä sai vain vähän (tai ei ollenkaan) vastauksia, kun taas todella paljon vastauksia saaneita viestejä oli hyvin vähän. Varsinkin jotkut yksittäiset mielipiteitä voimakkaasti jakavat avausviestit saattoivat saada erittäin runsaasti vastauksia, mikä nosti myös vastausten määrän keskiarvoa koko aineiston ja yksittäisten keskusteluteemojen osalta. Se, miten paljon avausviesti sai keskimäärin vastauksia, ei näyttänyt olevan yhteydessä siihen, oliko viesti lähetetty avoimelle vai kontrolloidulle palstalle. Myös eri avausviestityyppien väliset erot vastausten saamisessa olivat niin pieniä, että suurin osa niistä ei ollut tilastollisesti merkitseviä.

Kun tarkasteltiin tiedon saamiseen tähtääviä avausviestejä ja niiden rakennetta havaittiin, että avausviestit, joissa oli tervehdys, kohteliaisuus tai metakommentti, saivat keskimääräistä enemmän vastauksia. Tulos on linjassa aiemman tutkimuksen (Salmela & Nuopponen 2012: 226–228) kanssa, jossa paljon vastauksia saa-

neissa avausviesteissä käytettiin useammin tervehdyksiä, metakommentteja, esipuheita ja lukijoihin vetoamista, kun taas pelkästään tiedon pyytämistä sisältävät avausviestit jäivät yleisemmin ilman vastauksia.

Vaikka tietoa voidaan periaatteessa pyytää ilman ylimääräisiä rakenneosia, kirjoittaja saattaa kokea olevansa velvollinen käyttämään niitä. Vapaaehtoisissa rakenneosissa tarjottu tieto voi auttaa vetoamaan lukijoiden tunteisiin sekä lisäämään ymmärrystä ja auttamishalukkuutta. (Kouper 2010: 9.) Varsinaisen asiasisällön ulkopuolisilla rakenneosilla kirjoittaja voi osoittaa kohteliaisuutta ja omaa panostustaan. Lukija voi esimerkiksi osoittaa, että hän on panostanut ja nähnyt vaivaa viestin kirjoittamiseen, lukenut aiempia viestiketjuja ja tutustunut käsiteltävään aiheeseen, yrittänyt myös itsenäisesti korjata ongelmaa tai hankkia tietoa ennen kääntymistä keskustelupalstan asiantuntijoiden puoleen. Kaiken kaikkiaan kirjoittaja voi valinnaisten rakenneosien avulla osoittaa, että hän kunnioittaa ja arvostaa keskustelupalstaa, viestin lukijoita, vastaajia ja heidän asiantuntemustaan eikä käytä palstaa vain ”vastausautomaattina”.

Tiedon saamiseen tähtäävät avausviestit, joissa oli käytetty kielenulkoisia viestintäkeinoja, kuten tunneikoneita, isoja kirjaimia, fonttitehosteita, kuvia tai linkkejä, saivat keskimäärin enemmän vastauksia kuin avausviestit, joissa niitä ei oltu käytetty. Multimodaalisten viestintäkeinojen yhteys suurempaan vastausmäärään on aiemman tutkimuksen valossa ymmärrettävää, sillä kyseisiä keinoja käytetään positiivisen relationaalisen viestinnän vahvistamiseen ja niiden avulla käyttäjä voi luoda positiivista vaikutelmaa itsestään, mikä taas johtaa positiivisten reaktioiden, kuten vastausten saamisen todennäköisyyden lisääntymiseen (esim. O’Sullivan ym. 2004: 464–465). Kielenulkoiset viestintäkeinot kertovat panostamisesta viestin kirjoittamiseen, kohteliaisuudesta sekä halusta miellyttää lukijoita. Ne antavat lukijasta välittömän kuvan, mikä voi lisätä lukijoiden positiivisia asenteita sekä motivaatiota viestiin vastaamiseen (O’Sullivan ym. 2004: 475–476). Muita vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi viestin kirjoittaja (aktiivikäyttäjät voivat käyttää enemmän ko. keinoja) tai viestin aihe (tietyissä aiheissa voidaan käyttää enemmän ko. keinoja).

5.1.3 Tiedon saamiseen tähtäävien vastausviestien piirteet

Kolmantena tutkimuskysymyksenä oli, *millaisia tiedon saamiseen tähtäävien avausviestien vastausviestit ovat*. Aineistosta voitiin havaita, että osa viestiketjujen vastausviesteistä oli ketjun aloittajan itsensä kirjoittamia. Niissä muun muassa tarjottiin tilanteeseen liittyvää lisätietoa, kysyttiin tarkentavia kysymyksiä muilta osallistujilta, ilmaistiin mielipiteitä, kerrottiin suunnitelmista tai ratkaisuehdotuksista sekä ilmoitettiin ratkaisun löytymisestä ongelmaan.

Ne vastausviestit, jotka oli kirjoittanut joku muu kuin aloittaja itse, luokittelin sen mukaan, olivatko ne avausviestin ja sen aiheen ja tavoitteen kannalta relevantteja vai irrelevantteja. Irrelevantteja vastauksia oli lähes 40 % aineiston vastausviesteistä. Relevantit vastausviestit jakautuivat neuvoihin, yleisen tiedon antamiseen, omien kokemusten kertomiseen, mielipiteisiin ja kysymyksiin. Näistä yleisin vastausviestityyppi aineistossa oli omien kokemusten kertominen ja lähes yhtä yleinen oli neuvojen antaminen.

Lähes kolmasosa relevanteista vastauksista molemmilla palstoilla oli omien kokemusten kuvauksia. Kontrolloidulla palstalla se oli yleisin vastustyyppi. Vastauksissa olevia väitteitä perusteltiin faktoilla, omilla kokemuksilla, henkilökohtaisilla uskomuksilla, muiden ihmisten mielipiteillä ja tunteisiin vetoamisella. Analyysissä selvisi, että henkilökohtaiset uskomukset olivat molemmilla palstoilla yleisimmin käytettyjä perusteluja väitteille. Tulokset tukevat aiemmissa tutkimuksissa esiin nousseita havaintoja siitä, että digitaalisen viestinnän ympäristöissä kansalaisten oma kokemus on monissa tilanteissa osalle vastaanottajista asiantuntijan esittämää, tutkimukseen nojaavaa perustelua vakuuttavampi, ja ne ovat myös verkkokeskusteluissa hyvin yleisesti käytetty keino perustella väitteitä. (Lehti & Eronen-Valli 2018; Lehti ja Kallio 2017.)

Tarkastelin lisäksi huumorin ja empatian käyttöä vastausviesteissä. *Huumoria* oli käytetty yhteensä kymmenesosassa aineiston vastausviesteistä. *Empatian* ilmaiseminen oli hyvin harvinaista vastausviesteissä molemmilla tutkituilla palstoilla. Toisaalta tämä ei kuitenkaan kerro suoraan siitä, että vastaajat olisivat epäempaattisia. Koska myös tunteiden ilmaiseminen avausviesteissä oli harvinaista ja empatiaa voidaan pitää reaktiona tai vastinparina tunteiden ilmauksille, voidaan katsoa, ettei avausviesteissä edes tuotu esiin tarvetta empatian kaltaiselle, tunteisiin keskittyvälle vertaistuelle. Tätä selittää se, että aihe on luonteeltaan sellainen, joka herättää enemmän tiedollisen tuen (ts. vertaistiedon) tarvetta kuin tunteisiin eläytymiseen perustuvan vertaistuen tarvetta.

5.1.4 Keskustelupalstan tyypin yhteys tuloksiin

Neljäs tutkimuskysymys oli, *millainen yhteys keskustelupalstan avoimuudella ja anonyymilla osallistumismahdollisuudella on viestien piirteisiin*. Sitä tarkastelin tutkimuksessa vertaamalla keskenään kahta eri otosta, joista toinen oli kerätty kontrolloidulta, kirjoittajien rekisteröitymistä vaativalta palstalta (Lampopumput.info) ja toinen avoimelta, anonyymin osallistumisen mahdollistavalta palstalta (Suomi24). Aiemman tutkimuksen mukaan anonyymiteetti toisaalta suojelee kir-

joittajien yksityisyyttä ja mahdollistaa siten avoimen ja vapaan keskustelukulttuurin ilman pelkoa leimautumisesta (Harju 2018: 69), mutta toisaalta se voi myös kannustaa ihmisiä epäasialliseen käytökseen (Wise ym. 2006).

Avoimella keskustelupalstalla korostuivat keskusteluteemojen osalta erityisesti ostoprosessiin liittyvä keskustelu ja yleinen tekniikkakeskuselu. Etenkin ostopäätöksen tekemiseen ja tuotteiden ostamiseen liittyvät viestit olivat selvästi yleisempiä avoimella keskustelupalstalla. Avoin keskustelupalsta, joka tarjoaa mahdollisuuden kirjoittaa anonyymina, saattaa tarjota matalamman kynnyksen ostotilanteeseen liittyvistä asioista keskusteluun (vrt. Savolainen 2001: 76–78). Avoimella Suomi24-palstalla kävijäjoukko on heterogeenisempaa ja palsta voi olla kysyjälle helpommin lähestyttävä kuin Lampopumput.info, jossa erikoisalan asiantuntijat ovat vahvasti esillä. Jos halutaan vastaus vain yhteen, itseä juuri tietyllä hetkellä ja rajatun aikaa askarruttavaan kysymykseen, saattaa avoin keskustelupalsta olla helpompi valinta myös siksi, että se luo vähemmän painetta yhteisöön sitoutumille.

Avausviestien päätavoitteita tarkasteltaessa tiedon saamiseen, tiedon antamiseen ja keskustelun herättämiseen tähtäävät avausviestit olivat yhtä yleisiä sekä kontrolloidulla että avoimella palstalla. Alatavoitteista sen sijaan neuvojen pyytäminen ja tiedon tarjoaminen olivat yleisempiä kontrolloidulla palstalla, kun taas näkemysten ilmaiseminen ja kokemusten pyytäminen olivat yleisempiä avoimella palstalla.

Avoimen palstan vastausviesteistä suurempi osuus, jopa yli puolet oli irrelevantteja, kun taas kontrolloidulla palstalla vastauksista vain 22,5 % oli irrelevantteja. Myös vastausviestityyppien yleisyys vaihteli hieman palstasta riippuen. Kontrolloidulla palstalla omien kokemusten kertominen oli yleisin vastausviestityyppi, kun taas avoimella palstalla yleisin tyyppi oli neuvojen antaminen. Avausviestin kirjoittajalle osoitetut kysymykset olivat yleisempiä kontrolloidulla kuin avoimella palstalla, mikä kertoo runsaammasta vuoropuhelusta keskusteluun osallistujien välillä. Kontrolloidulla palstalla viestiketjun aloittaja myös osallistui avausviestin kirjoittamisen jälkeen selvästi useammin keskusteluun tarjoten esimerkiksi lisätietoa, vastaten kysymyksiin, esittäen tarkentavia lisäkysymyksiä sekä kertomalla tilanteen etenemisestä ja mahdollisesta ratkaisun löytymisestä. Havainto vahvistaa aiempia tutkimustuloksia siitä, että pysyvät nimimerkit edistävät kommentoijien keskinäistä vuoropuhelua verrattuna täysin anonyymina käytävään keskusteluun (Kangaspunta 2016: 43).

Vastausviestien argumentaatiota tarkasteltaessa havaittiin, että väitteet, vastaväitteet, kiistäminen ja tukeminen olivat jakautuneet melko tasaisesti molemmissa

otoksissa. Erikoistuneella, kontrolloidulla palstalla oli käytetty väitteiden perusteluna avointa palstaa useammin johonkin informaatiolähteeseen perustuvaa faktatietoa sekä verkossa sijaitsevia informaatiolähteitä. Avoimella palstalla sen sijaan oli käytetty useammin ihmisiä tietolähteenä. Tämä kertoo siitä, että kontrolloidulla palstalla ihmiset kiinnittävät väitteidensä perusteluun ja sitä kautta myös omaan maineeseensa luotettavan tiedon tarjoajana enemmän huomiota. Lukijan on helpompi tarkistaa faktatietojen paikkansapitävyys, etenkin jos tietojen lähde on tarjottu lukijalle linkkinä, josta lukija voi itse käydä tarkistamassa ja toteamassa väitteen perusteluna käytetyt yksityiskohdat. Ihmistä tietolähteenä käyttäessä sen sijaan lukijalla ei ole jälkikäteen käytännössä mitään mahdollisuutta päästä tarkistamaan, mitä mainittu ihminen on kirjoittajalle sanonut, joten hänen on luotettava ainoastaan väitteen esittäjän sanaan.

Kontrolloidulla palstalla huumorin käyttö tiedon saamiseen tähtäävissä avausviesteissä oli yleisempää kuin avoimella palstalla. Vastausviestien osalta sen sijaan huumorin käyttö oli yleisempää avoimella kuin kontrolloidulla palstalla. Huomionarvoista kuitenkin on, että suurin osa avoimella keskustelupalstalla käytetystä huumorista oli samassa viestiketjussa. Huumoria oli käytetty avoimella keskustelupalstalla harvemmissä viestiketjuissa kuin kontrolloidulla palstalla. Havainnot ovat linjassa aiemman tutkimuksen kanssa, jossa on havaittu avoimen Suomi24-keskustelupalstan keskustelukulttuurin synnyttävän nokkelia ja viihdyttäviä viestiketjuja, jotka ovat täynnä palstan omaa sisäpiirivitsailua (Harju 2018: 60). Esimerkkejä tästä voitiin havaita myös tämän tutkimuksen aineistona olevissa viestiketjuissa. Kontrolloidulla keskustelupalstalla huumori oli lähes yksinomaan vahvistavaa eli hyväntahtoista ja yhteistä pohjaa luovaa. Avoimella palstalla sen sijaan vastausviestien huumori oli lähes yksinomaan haastavaa tai aggressiivista.

Kontrolloitu palsta Lampopumput.info sitoo käyttäjän tiettyyn käyttäjätunnukseen ja profiliin, jolloin hänen verkkoidentiteetistään tulee pysyvämpi kuin avoimella palstalla Suomi24.fissä, jossa kiinteää nimimerkkiä ei tarvitse käyttää. Kiinteästä verkkoidentiteetistä seuraa myös paine tämän identiteetin kehittämisestä ja toiminnasta verkkoyhteisön jäsenenä. Yhteisön jäsenyys tuo mukanaan myös velvoitteita esimerkiksi vastavuoroisuudesta ja aktiivisuudesta yhteisössä: siitä että myös itse antaa jotain yhteisölle, jolta on saanut apua. Avoimella ja anonyymin osallistumisen mahdollistavalla Suomi24-palstalla puolestaan on enemmän sijaa toisaalta leikilliselle ja viihdyttävälle mutta toisaalta myös kärjekkään kriittiselle keskustelulle, kun kirjoittajien ei tarvitse kantaa niin paljon huolta viestiensä henkilökohtaisista seuraamuksista tai pysyvän verkkoidentiteetin maineen rakentamisesta.

5.2 Menetelmän ja tutkimusasetelman pohdintaa

Tässä luvussa tarkastelen valitun menetelmän ja tutkimusasetelman onnistuneisuutta tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin kannalta. *Validiteetilla* viitataan tutkimusmenetelmän kykyyn selvittää sitä, mitä sillä oli tarkoitus selvittää. Validiteetin suhteen voidaan esittää kysymys, pystyttiinkö valituilla tutkimusmenetelmillä todella kuvaamaan tiettyjen piirteiden viesteissä esiintymisen ja niiden saamien vastausten määrän välistä korrelaatiota tai palstan tyyppin, eli keskustelupalstalla vallitsevan anonymiteetin tai rekisteröitymispakon vaikutusta tutkittuihin asioihin ja havaittuihin eroihin. Tämän suhteen voidaan todeta, että valituilla menetelmillä voidaan tarkastella vain aineistossa esiintyvien ilmiöiden välistä yhteyttä, mutta ei pystytä varmasti sanomaan, että esimerkiksi tunneikoneiden käyttö vaikuttaa positiivisesti vastausten saamiseen. Tällaisten väittämien esittämiseksi olisi suoritettava kontrolloitu koe, jossa voitaisiin kontrolloida tiettyjä muuttujia toisten pysyessä samoina. Esimerkiksi jos haluttaisiin tutkia, vaikuttaako tunneikoneiden käyttö viestien saamisen vastausten määrään, pitäisi suorittaa kontrolloitu koe, jossa lähetetään keskustelupalstalle sama viesti sekä tunneikonein varustettuna että ilman niitä. Kaikki muut muuttujat sen sijaan täytyisi pitää samana, joten tällaisen kokeen suorittaminen autenttisessa keskustelupalstaympäristössä olisi käytännössä mahdotonta. Koe pitäisi näin ollen suorittaa laboratorio-olosuhteissa, jolloin kyse ei olisi enää autenttisen ja luonnollisen vuorovaikutuksen tutkimuksesta verkkoyhteisöissä.

Tässä tutkimuksessa on ollut tavoitteena kuvata nimenomaan autenttista ja luonnollisesti tapahtuvaa vuorovaikutusta verkkoyhteisöissä puuttumatta tai vaikuttamatta mitenkään vuorovaikutuksen kulkuun. Tutkimuksessa on kuitenkin haluttu myös kuvata aineistoa kvantitatiivisesti, jotta siitä on voitu luoda yleiskuva tarkempaa kvalitatiivista tarkastelua varten ja esittää myös joitain yhteyksiä, jotka aineistossa on havaittu tiettyjen viestien ominaisuuksien välillä. Tutkimus onnistuu kuvaamaan kahdessa eri tyyppisessä ja kahdelta eri palstalta kerätyssä aineistossa olevia eroavaisuuksia monien eri tekijöiden suhteen. Siten voidaan todeta, että tutkimusmenetelmien erottelukyky on ollut onnistunut ja erilaisilla aineiston luokituksilla ja tutkimusyksikköjen kategorisoinneilla on pystytty saavuttamaan erottelevuutta eli tuomaan esiin eroja otosten välillä. Tuloksia tukee myös aiempi tutkimus sekä aiemmin samoista aineistosta, Suomi24:sta ja Lämpöpumput.info:sta muissa tutkimuksissa tehdyt luonnehdinnat (Harju 2018; Vaahensalo 2018; Hyysalo ym. 2013; Hyysalo ym. 2018), jotka ovat linjassa omien löydösteni kanssa. Toisaalta omalla tutkimuksellani olen kyennyt tuomaan molemmista aineistoista esiin myös sellaisia piirteitä ja yksityiskohtia, joita aiemmilla tutkimuksilla ei ole kyetty tavoittamaan. Syynä tähän ovat tutkimuksessa valittu näkökulma sekä tutkimusmenetelmät, joita ei ole aiemmin sovellettu samoihin aineistoihin.

Avausviestien piirteiden ja niiden saamien vastausten määrän suhteen voidaan todeta myös, että todellisuudessa tilanne on hyvin monimutkainen ja mukana on monia vaikuttavia tekijöitä, joita ei tämän tutkimuksen puitteissa pystytty tyhjentävästi käsittelemään. Tällaisia tekijöitä ovat esimerkiksi satunnaistekijät, kuten se, keitä kulloinkin sattuu olemaan paikalla kyseisellä keskustelupalstalla havaitakseen kyseiset keskustelunavaukset. Lisäksi on tyypillistä, että paljon vastauksia saanut keskustelu alkaa jo vastausten määränsä vuoksi kerätä kiinnostusta, houkutella klikkauksia ja sitä kautta ehkä kerätä myös lisää vastauksia.

Reliabiliteetilla viitataan mittaustulosten toistettavuuteen ja ei-sattumanvaraisuuteen. Olen analysoinut aineiston ja koodannut sen eri luokkiin yhden arvioijan voimin, eli en ole käyttänyt itseni lisäksi muita aineiston koodaajia, mikä on alalla toisinaan sovellettava keino tulosten reliabiliteetin varmistamiseksi. Olen kuitenkin käynyt aineiston läpi useaan kertaan ja tarkastellut jokaiseen kategoriaan luokiteltuja tutkimusyksiköitä kriittisesti useaan otteeseen verraten niitä keskenään toisten saman luokittelukategorian ilmentymien kanssa. Olen kuvannut jokaisen analyysikategorian tarkasti tutkimusraportissa havainnollistaen niitä aineistosta poimittujen esimerkkien avulla ja käyden läpi perusteet, joilla aineiston analyysiyksiköt on luokiteltu kyseiseen kategoriaan kuuluviksi. Olen myös nostanut esiin epäselviä tapauksia ja kiinnittänyt erityistä huomiota niiden perusteluiden kuvaamiseen, miksi kahden luokittelukategorian rajalla oleva analyysiyksikkö on luokiteltu juuri tiettyyn kategoriaan kuuluvaksi. Kaikesta tästä huolimatta on avoimesti myönnettävä, että analyysiin sisältyy subjektiivinen komponentti, eikä voida olla täysin varmoja, että kuka tahansa analysoija koodaisi aineiston täsmälleen samalla tavalla kuin itse olen tehnyt. Tutkimuksen luonteen kannalta se ei ole kuitenkaan suuri ongelma, sillä tutkimuksella pyritään kuvailemaan ja avaamaan kyseistä viestinnällistä ilmiötä, ei antamaan absoluuttisia tai eksakteja vastauksia tiettyjen vaikutusmekanismien olemassaoloon.

Tulosten ei-sattumanvaraisuutta on varmistettu myös tarkistamalla tulokset tilastollisten menetelmien avulla. Tilastollinen merkitsevyys tarkoittaa tilastotieteessä sitä, että on epätodennäköistä, että tulos olisi sattumaa. Siten varmistamalla tulosten tilastollinen merkitsevyys voidaan varmistaa myös, että tulokset eivät ole vain sattumaa. Jotta tilastollisia menetelmiä voitiin käyttää ja saavuttaa tilastollisesti merkitseviä tuloksia, piti myös aineiston olla riittävän suuri tähän. Tutkimuksessa käytetyn aineiston koko on pääsääntöisesti ollut riittävän suuri tilastollisten analyysien suorittamista varten.

Koska tämä tutkimus edustaa suurelta osin laadullista tutkimusta, määrällisen tutkimuksen arviointiin kehitetyt validiteetti- ja reliabiliteetikriteerit eivät ole kokonaan riittäviä. Laadullisen tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin arviointiin

onkin kehitetty omia kriteereitään (Puusa & Julkunen 2020). Laadullisen tutkimuksen uskottavuuden muodostavat muun muassa sen tunnustaminen ja tunnistaminen, että laadullinen tutkimus on aina jollain tavalla subjektiivista ja sidoksissa tutkijan omiin tulkintoihin. Laadullisen tutkimuksen reliabiliteettia voidaan parantaa tutkimuksen yhtenäisyydellä ja tutkimusprosessin johdonmukaisuudella, joita myös tässä työssä on pyritty noudattamaan. (Emt. 201.) Olen pyrkinyt analyysissa monipuolisuuteen ja aineiston tarkasteluun monesta erilaisesta näkökulmasta. Olen myös pyrkinyt kuvaamaan ja perustelemaan tutkimusraportissa mahdollisimman tarkasti, miten olen päätenyt tiettyihin luokitteluihin. Kaikesta huolimatta laadullisen tutkimuksen tapauksessa on tunnustettava monitulkintaisuuden mahdollisuus myös tämän tutkimuksen tapauksessa. Laadullisen tutkimuksen uskottavuuskriteereihin kuuluu myös eettisten seikkojen huomioiminen, ja tässä työssä olen pyrkinyt siihen esimerkiksi laajalla aineistonkeruuseen ja käsitteilyyn liittyvällä eettisellä pohdinnalla (luku 1.3.5).

5.3 Katsaus keskustelupalstojen nykytilanteeseen ja tulevaisuuteen vertaistiedon jakamisen foorumeina

Tämä tutkimus on toteutettu vuosina 2012–2018, ja aineiston keruu on suoritettu vuonna 2012. Aineistossa olevat viestit on kirjoitettu aikavälillä 21.12.2003–31.12.2011, ja suurin osa aineiston avausviesteistä on kirjoitettu vuonna 2011. Aineiston keruun ja tutkimuksen valmistumisen välillä suomalaisessa internetin sosiaalisessa käytössä on kuitenkin tapahtunut suuria muutoksia, mikä on ominaista nopeasti muuttuvalle kehittyvälle tieto- ja viestintätekniikan käytölle. Seuraavassa tarkastelen, miten suomalaisten tieto- ja viestintätekniikan käyttö on muuttunut keskustelupalstojen käytön osalta tutkimuksen teon aikana aineiston keruun jälkeen tarkastelujaksolla 2012–2018.

Tilastokeskuksen vuoden 2017 *Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö* -tutkimuksen mukaan vuoteen 2010 verrattuna aktiivinen osallistuminen eli kirjoittaminen tai kommentointi verkkolehdistä, blogeissa ja keskustelupalstoilla yleistyi voimakkaasti, jopa kaksinkertaistuen vuonna 2014. Vuosina 2014–2017 oma aktiivinen osallistuminen tai kirjoittaminen verkkolehdistä, blogeissa ja keskustelupalstoilla kuitenkin väheni selvästi. Vuonna 2017 viimeisten kolmen kuukauden aikana keskustelufoorumille oli kirjoittanut 11 % miehistä ja 5 % naisista, kun vuonna 2014 luvut olivat 28 % ja 20 %. Kaiken kaikkiaan keskustelufoorumeille kirjoittaminen oli vähentynyt kolmessa vuodessa 24 %:sta 8 %:iin. Vuonna 2017 keskustelufoorumeille kirjoitti siten enää kolmannes kolmen vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna ja jopa selvästi harvempi kuin vuonna 2010.

Vuosina 2010 ja 2014 miehet olivat verkkomedioissa naisia aktiivisempia kommentoijia ja keskustelijoita. Vuonna 2017 miehet ovat edelleen aktiivisempia kuin naiset keskustelufoorumeilla, kun taas naiset kommentoivat ja pitivät blogeja ja osallistuivat yhteisöpalveluihin miehiä yleisemmin. (Tilastokeskus 2017a; 2017b.)

Verkkomedian ja siihen liittyvän sosiaalisen median seuraaminen oli aiemmin varsin ikäsidonnaista. Vielä vuonna 2010 yli 45-vuotiaita vanhempien osalta sosiaaliseen mediaan kirjoittaminen ja kommentointi oli huomattavasti vähäisempää nuorempiin ikäluokkiin verrattuna. Vuoteen 2014 mennessä erot ikäryhmien välillä olivat tasoittuneet selvästi ja samanlainen kehitys on jatkunut sen jälkeenkin. Vuonna 2017 alle 55-vuotiaiden joukossa ei ollut merkittäviä ikäryhmittäisiä eroja aktiivisessa sosiaaliseen mediaan osallistumisessa. Aktiivisempi osallistuminen, kommentoiden ja kirjoittaen verkkolehtiin, blogeihin keskustelupalstoille on vähemmän ikäsidonnaista kuin aiemmin. Muutos johtuu paljolti siitä, että erityisesti nuoret ovat jättäneet tämän osan sosiaalista mediaa ja ilmeisesti siirtyneet jonnekin muualle. (Tilastokeskus 2017a; 2017b.)

Tilastokeskuksen tutkimuksessa on jätetty tarkastelun ulkopuolelle yhteisöpalveluista (esim. Facebook) muodostuva sosiaalisen median osa, joissa palveluun rekisteröitynyt käyttäjä luo oman profiilinsa ja valitsee käyttäjät, joille julkaisee päivityksiä ja joiden kanssa kommunikoi. Tästä on sinänsä tullut keskeinen osa sosiaalista mediaa myös niin, että verkkolehtien ja -uutisten sisällöt ovat siellä keskusteluiden ja jakamisen kohteena. (Tilastokeskus 2017a; 2017b.) Mahdollista onkin, että keskustelu on osittain siirtynyt esimerkiksi Facebookin suljettuihin ryhmiin. Lämpöpumppukeskusteluun liittyen Facebookista löytyy suljettu ryhmä *Maalämpöfoorumi*, jonka kuvauksena on "Keskustelua maalämmöstä". Ryhmässä on tällä hetkellä (lokakuu 2021) 6 900 jäsentä, mikä on edelleen vähemmän kuin Lämpöpumput.infossa, jossa jäseniä on 9 970.

5.4 Tulosten merkitys erikoisalaviestinnän sekä digitaalisen diskurssin ja vuorovaikutuksen tutkimukselle

Tutkimus tarjoaa sekä empiiristä että teoreettista kontribuutiota erikoisalaviestinnän, digitaalisen diskurssin ja vuorovaikutuksen sekä myös tiedonhankinnan tutkimukselle. Tutkimuksen empiiriset tulokset antavat uutta tietoa tavoista, joilla lämpöpumppujen käyttäjät hyödyntävät internetin keskustelupalstoja etsiessään vastauksia eri kysymyksiin. Tulokset eivät ole riippuvaisia aihepiiristä, vaan niitä voidaan soveltaa myös muihin, etenkin teknisiin erikoisaloihin liittyvään tiedonhakuun verkkoyhteisöistä. Tulokset eivät ole sidoksissa myöskään alustaan, vaan

niitä voidaan soveltaa yhtä lailla muidenkin kuin keskustelupalstojen kautta tapahtuvaan tiedon etsintään ja jakamiseen, joka tapahtuu pääosin tekstipohjaisessa digitaalisessa vuorovaikutuksessa.

Keskusteluteemojen analyysirunkoa voidaan soveltaa myös, mikäli halutaan tarkastella, millaisista aiheista puhutaan erilaisiin tuotteisiin ja erikoisaloihin liittyvissä verkkokeskusteluissa. Etenkin sellaiset tekniset, erikoisalaan liittyvät ja erilaisiin teknisiin kuluttajatuotteisiin aihepiirit, kuten autot, tietokoneet ja talonrakennus ovat mahdollisia aihepiirejä, joihin luokittelurunkoa voisi soveltaa. Tämän tutkimuksen aineiston sijoittuu aihepiiriltään kiinnostavalla tavalla harrastuksen, ammatin ja jokapäiväisen arkielämän välimaastoon. Vertailevan tutkimuksen tekeminen esimerkiksi puhtaammin ammattiin, harrastuksiin tai arkielämän ongelmiin liittyviin aiheisiin voisi luoda kiinnostavia näkökohtia jatkotutkimukselle.

Avausviestien tavoitteisiin perustuvien viestityyppien yleistettävyys ja sovellettavuus myös muihin aihepiireihin ja alustoihin lieenee vielä laajempaa. Muita erityyppisiä alustoja, joihin avausviestityyppien luokittelua voisi soveltaa, ovat esimerkiksi WhatsAppin ja Facebookin ryhmät (omalla nimellä tapahtuva, kontrolloitu osallistuminen) sekä Jodel (anonyymi paikkaperusteinen keskustelu). Viestityypit perustuvat yleisiin kommunikatiivisiin funktioihin, joten ne ovat nähtävillä kaikessa viestinnässä, eivät ainoastaan verkkoviestinnässä. Siksi myös verkkoviestinnässä alustasta, aihepiiristä ja kohderyhmästä (osallistujien demografiset ym. ominaisuudet) riippumatta voidaan todennäköisesti löytää samat viestityypit. Näiden yleisyys tosin todennäköisesti vaihtelee kontekstista ja yhteisön tyypistä toiseen, kuten myös tässä tutkimuksessa.

Käytännön sovellutuksia, joissa tuloksia voisi hyödyntää, löytyy esimerkiksi teknisen viestinnän alueelta. Ihmisten tiedonhaku verkosta ja se, miten käytännön arjen teknologisisista ongelmista keskustellaan, on usein sosiaalisesti kompleksinen tilanne, jonka mekanismeja tämä tutkimus valottaa. Tuloksia voitaisiin hyödyntää myös esimerkiksi tekoälyn kehittämisessä. Esimerkiksi chatbottien kehittämisessä, huumorin, empatian ja vastausten relevanssin kaltaisten ilmiöiden ymmärtäminen on arvokasta. Tuloksia voidaan hyödyntää myös tiedon hankkimiseen ja jakamiseen keskittyvien keskustelupalstojen ohjeiden kehittämisessä, jolloin kansalaisten ja kuluttajien tiedonhausta erilaisiin aiheisiin liittyen tulisi yhä tehokkaampaa.

Laajemmasta yhteiskunnallisesta näkökulmasta tutkimus valottaa osaltaan myös kuluttajien jokapäiväisiä energiapoliittisia kysymyksiä, arvostuksia ja valintoja. Tulokset antavat viitteitä siitä, että ainakin tutkimuksen kohteena olleissa suomalaisissa verkkoyhteisöissä osallistujat näyttäisivät painottavan lämpöpumppujen

ostoa koskevissa keskusteluissaan huomattavasti enemmän taloudellisuutta, teknologian hallintaa ja helppokäyttöisyyttä kuin esimerkiksi ympäristökysymyksiä ja huolta ilmaston lämpenemisestä.

Esimerkkinä laajemmasta tutkimushankkeesta, johon tämän tutkimuksen tulokset voivat tuoda kontribuutiota, on Strategisen tutkimuksen neuvoston (STN) rahoittama monitieteinen Decarbon-Home-tutkimushanke. Tutkimushankkeen tavoitteena on edistää rakentamisen ja asumisen oikeudenmukaista ja kestävää muutosta kohti vähähiilisyyttä. Hankkeen osana tutkitaan viestintätieteiden ja kulutustutkimuksen näkökulmasta muun muassa sitä, miten ilmastoviisaasta asumisesta puhutaan verkossa ja miten asumisen käytännöt nousevat esiin ilmastoviihaan asumisen diskursseissa. (Decarbon-Home 2021.) Lämpöpumput ovat yksi konkreettinen keino asumisen energiankulutuksen vähentämiseen, joten kansalaisten keskustelu lämpöpumpuista nivoutuu keskusteluun ilmastoviisaan ja vähähiilisen asumisen käytännöistä. Siten lämpöpumppuaiheisten verkkokeskustelujen tutkiminen voi omalta osaltaan olla tietoisuuden lisäämisen kautta mukana edistämässä rakentamisen ja asumisen oikeudenmukaista ja kestävää muutosta kohti vähähiilisyyttä.

Lähteet

Androutsopoulos, J. & Beißwenger, M. (2008). Introduction: Data and methods in computer-mediated discourse analysis. *Language@Internet* 5, article 2. <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0009-7-16090>

Arendholz, J. (2013). *(In)Appropriate online behavior: A Pragmatic Analysis of Message Board Relations*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Arendholz, J. (2017). Message boards. Teoksessa C. Hoffmann & W. Bublitz (toim.) *Pragmatics of Social Media*. Handbooks of Pragmatics [HOPS], 11. De Gruyter Mouton. 125–150.

Aristoteles (2012 [1997]). *Retoriikka ja runousoppi*. Suomentanut P. Hohti & P. Myllykoski. Helsinki: Gaudeamus.

Arminen, I. (2004). Second stories: The salience of interpersonal communication for mutual help in Alcoholics Anonymous. *Journal of Pragmatics* 36: 2, 319–347. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2003.07.001>

Aro, J. & Sarpavaara, H. (2007). Sukupuolistereotypiat sähköpostihumorissa. *Sociologia* 44: 3, 191–203.

Arpo, R. (2005). *Internetin keskustelukulttuurit. Tutkimus internet-keskusteluryhmien viesteissä rakentuvista puhetavoista, tulkinnoista ja tulkinnan kehyyksistä kommunikaatioyhteiskunnassa*. Joensuu: Joensuun yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:952-458-705-X>

Assael, H. (1987). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Kent Publishing Co.

Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Baayen, R. H. (2008). *Analyzing Linguistic Data: A Practical Introduction to Statistics Using R*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bakke, A. (2019). Trust-building in a patient forum: The interplay of professional and personal expertise. *Journal of Technical Writing and Communication* 49: 2, 156–182. <https://doi.org/10.1177/0047281618776222>

Barnum, C. M. & Carliner, S. (1993). Introduction. Teoksessa C. M. Barnum & S. Carliner (toim.) *Techniques for Technical Communicators*. New York: Macmillan Publishing Company. 1–11.

Bauer, M. (2000). Classical content analysis: A review. Teoksessa M.W. Bauer & G. Gaskell (toim.) *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. London: SAGE Publications Ltd. 132–151.

Bauman, R. (1975). Verbal art as performance. *American Anthropologist* 77, 290–311. <https://doi.org/10.1525/aa.1975.77.2.02a00030>

Bayazit, N., Clarke, P. & Vidakovic, D. (2018). Argumentative knowledge construction in an online graduate mathematics course: A case study. *International Journal of Distance Education Technologies (IJDET)* 16: 2, 18–36. <https://doi.org/10.4018/IJDET.2018040102>

Baym, N. K. (1995). The performance of humor in computer-mediated communication. *Journal of Computer-Mediated Communication* 1, 0–0. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00327.x>

Baym, N. K. (2000). *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. Sage, Thousand Oaks.

Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Polity.

Blanchard, A. L. & Markus, M. L. (2002). Sense of virtual community – Maintaining the experience of belonging. *Proceedings of the 3th Hawaii International Conference on System Sciences*. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2002.994449>

Bostwick, E. N., Liao, D., & Lee, S. K. (2019). Could I be pregnant? A study of online adolescent pregnancy forums for social support. *First Monday* 24: 9. <https://doi.org/10.5210/fm.v24i9.9950>

Bowker, G. C. & Star, S. L. (1999). *Sorting Things Out: Classification and its Consequences*. Cambridge (Mass.): MIT Press.

Bowles, H. (2012). Analyzing languages for specific purposes discourse. *The Modern Language Journal* 96, Focus Issue, 43–58. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.2012.01296.x>

Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

Burgers, C, van Mulken, M. & Schellens, P. J. (2013). The use of co-textual irony markers in written discourse. *Humor* 26: 1, 45–68. <https://doi.org/10.1515/humor-2013-0004>

Burke, M., Joyce, E., Kim, T., Anand, V. & Kraut, R. (2007). Introductions and requests: Rhetorical strategies that elicit response in online communities. Teoksessa: C. Steinfield, B.T. Pentland, M. Ackerman & N. Contractor (Toim.) *Communities and Technologies 2007*. Springer, London. https://doi.org/10.1007/978-1-84628-905-7_2

Burnett, G. & Buerkle, H. (2004). Information exchange in virtual communities: A comparative study. *Journal of Computer Mediated Communication* 9: 2. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00286.x>

Butler, B. S. (2001). Membership size, communication activity and sustainability: A resource-based model of online social structures. *Information Systems Research* 12: 4, 346–362. <https://doi.org/10.1287/isre.12.4.346>. 9703

Butler, P. & Peppard, J. (1998). Consumer purchasing on the Internet: Processes and prospects. *European Management Journal* 16: 5, 600–610. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(98\)00036-X](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(98)00036-X)

Cabré, M. T., Sager, J. C. & DeCesaris, J. A. (1999). *Terminology: Theory, methods and applications*. Amsterdam: Benjamins.

Cao, Z. & Ye, J. (2009). Attention Savings and emoticons usage in BBS. *2009 Fourth International Conference on Computer Sciences and Convergence Information Technology*, 416–419. <https://doi.org/10.1109/ICCIT.2009.112>

Chen, G., Lo, C. K. & Hu, L. (2020). Sustaining online academic discussions: Identifying the characteristics of messages that receive responses. *Computers and education* 156. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103938>

Chevalier, J. A. & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research* 43: 3, 345–354. <https://doi.org/10.1509/jmkr.43.3.345>

Chu, K.-M. (2009). A study of members' helping behaviors in online community. *Internet Research* 19: 3, 279–292. <https://doi.org/10.1108/10662240910965351>

Clark, D. B. & Sampson, V. D. (2007). Personally-seeded discussions to scaffold online argumentation. *International Journal of Science Education* 29: 3, 253–277. <https://doi.org/10.1080/09500690600560944>

Clark, D. B., Sampson, V., Weinberger, A. & Erkens, G. (2007). Analytic frameworks for assessing dialogic argumentation in online learning environments. *Educational Psychology Review* 19: 3, 343–374. <https://doi.org/10.1007/s10648-007-9050-7>

Constant, D., Sproull, L. & Kiesler, S. (1996). The kindness of strangers: The usefulness of electronic weak ties for technical advice. *Organization Science* 7: 2, 119–135. <http://www.jstor.org/stable/2634976>

Cothrel, J. & Williams, R. L. (1999). On-line communities: helping them form and grow. *Journal of Knowledge Management* 3: 1, 54–60. <https://doi.org/10.1108/13673279910259394>

Cross, R., Rice, R. E. & Parker, A. (2001). Information seeking in social context: Structural influences and receipt of information benefits. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics – Part C: Applications and reviews* 31: 4, 438–448. <https://doi.org/10.1109/5326.983927>

DeCapua, A. & Dunham, J. F. (1993). Strategies in the discourse of advice. *Journal of Pragmatics* 20: 6, 519–531. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(93\)90014-G](https://doi.org/10.1016/0378-2166(93)90014-G)

DeCapua, A. & Huber, L. (1995). 'If I were you...': Advice in American English. *Multilingua* 14: 2, 117–132. <https://doi.org/10.1515/mult.1995.14.2.117>

Decarbon-Home (2021). Asukaskeskeisiä ratkaisuja lähiöiden ja haja-asutusalueiden ilmastoviisaaseen asumiseen. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 29.10.2021]. Saata-villa: <https://decarbonhome.fi/hanketietoa/>

De Choudhury M., Sundaram, H., John, A. & Seligmann, D. D. (2009). What makes conversations interesting? Themes, participants and consequences of con-

versations in online social media. *WWW '09: Proceedings of the 18th international conference on World Wide Web*. 331–340.
<https://doi.org/10.1145/1526709.1526754>

Derks, D., Bos, A. E. R. & von Grumbkow, J. (2008). Emoticons and online message interpretation. *Social Science Computer Review* 26: 3, 379–388.
<https://doi.org/10.1177/0894439307311611>

Donath, J. S. (1999). Identity and deception in the virtual community. Teoksessa: M. A. Smith & P. Kollock (Toim.) *Communities in Cyberspace*. London & New York: Routledge, 29–59.

Dresner, E. & Herring, S. C. (2010). Functions of the nonverbal in CMC. Emoticons and illocutionary force. *Communication Theory* 20: 3, 249–268.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01362.x>

Driskell, R. B. & Lyon, L. (2002). Are virtual communities true communities? Examining the environments and elements of community. *City & Community* 1: 4, 373–390. <https://doi.org/10.1111/1540-6040.00031>

Eichhorn, K. C. (2008). Soliciting and providing social support over the internet: An investigation of online eating disorder support groups. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14: 1, 67–78. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01431.x>

Erduran, S., Simon, S. & Osborne, J. (2004). TAPping into argumentation: Developments in the application of Toulmin's Argument Pattern for studying science discourse. *Science education (Salem, Mass.)* 88: 6, 915–933.
<https://doi.org/10.1002/sce.20012>

Erickson, T. & Kellogg, W. A. (2003). Knowledge communities: Online environments for supporting knowledge management and its social context. Teoksessa M. Ackerman, P. Volkmar & W. Volker (Toim.) *Sharing expertise: Beyond knowledge management*. Cambridge, MA, MIT Press. 299–326.

Eronen, M. (2015). *Rhetoric of self-expressions in online celebrity gossip*. Vaasa: Vaasan yliopisto.

Eronen, R. (2011). Moderaattori valvoo. *Hiidenkivi* 6/2011. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 28.10.2021]. Saatavilla: https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmät/ajan_sana_%281997_2012%29/moderaattori_valvoo

Eskola, J. & Suoranta, J. (1999). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Faber, P. (2009). The pragmatics of specialized communication. *Entreculturas* 1, 61–84. <https://doi.org/10.24310/Entreculturasertci.vi1.11818>

Fang, Y-H. & Chiu, C-M. (2009). In justice we trust: Exploring knowledge-sharing continuance intentions in virtual communities of practice. *Computers in Human Behavior* 26, 235–246. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.005>

Fernback, J. (2007). Beyond the diluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations. *New Media Society* 9: 1, 49–69. <https://doi.org/10.1177/1461444807072417>

Fisher, D., Smith, M., & Welser, H.T. (2006). You are who you talk to: Detecting roles in Usenet newsgroups. *Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'06)*, 3, 59b-59b. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2006.536>

Flores-Salgado, E. & Castineira-Benitez, T. A. (2018). The use of politeness in WhatsApp discourse and move 'requests'. *Journal of Pragmatics* 133, 79–92. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.06.009>

franzke, a., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C. & the Association of Internet Researchers (2020). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>

Gibbs, R. W. (2000). Irony in talk among friends. *Metaphor and Symbol* 15: 1, 5–27. <https://doi.org/10.1080/10926488.2000.9678862>

Giles, D. C. & Newbold, J. (2013). 'Is this normal?' The role of category predicates in constructing mental illness online. *Journal of Computer-Mediated Communication* 18: 4, 476–490. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12022>

Giles, D. C. (2016). Observing real-world groups in the virtual field: The analysis of online discussion. *British Journal of Social Psychology* 55: 3, 484–498. <https://doi.org/10.1111/bjso.12139>

Giora, R., Federman, S., Kehat, A., Fein, O. & Sabah, H. (2005). Irony aptness. *Humor* 18: 1, 23–39. <https://doi.org/10.1515/humr.2005.18.1.23>

Goffman, E. (1959). *Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Anchor.

Goffman, E. (1967). On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction. From *Interaction Ritual* by Erving Goffman, copyright 1967 by Erving Goffman. *Reflections: The SoL Journal* 4: 3, 7–13.

Goldsmith, D. J. (2000). Soliciting advice: The role of sequential placement in mitigating face threat. *Communication Monograph* 67: 1, 1–19. <https://doi.org/10.1080/03637750009376492>

Goldsmith, D. J. & MacGeorge, E. L. (2000). The impact of politeness and relationship on perceived quality of advice about a problem. *Human Communication Research* 26: 2, 234–263. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2000.tb00757.x>

Goldsmith, D. J. (2004). *Communicating Social Support*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Gotti, M. (2011). *Investigating Specialized Discourse*. Berne, IN, USA: Peter Lang AG.

Grabill, J. T. & Pigg, S. (2012). Messy rhetoric: Identity performance as rhetorical agency in online public forums. *Rhetoric Society quarterly* 42: 2, 99–119. <https://doi.org/10.1080/02773945.2012.660369>

Grice, H. P. (1989). *Studies in the Way of Words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Gunnarsson, B-L. (2009). *Professional Discourse*. London: Continuum.

Gyöngyi, Z., Koutrika, G., Pedersen, J. & Garcia-Molina, H. (2008). Questioning Yahoo! Answers. *WWW2008, Beijing, China*. Viitattu 13.2.2013. <http://il-pubs.stanford.edu:8090/819/> In First Workshop on Question Answering on the Web (2008). [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://infolab.stanford.edu/~zoltan/presentations/yans-qaweb-2008-04-22.pdf>

Haasio, A. (2015). *Toiseus, tiedontarpeet ja tiedon jakaminen tietoverkon ”pienessä maailmassa”: Tutkimus sosiaalisesti vetäytyneiden henkilöiden informaatiokäyttäytymisestä*. Acta Universitatis Tampereensis 2082. Tampere: Tampere University Press. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9878-7>

Haataja, R. & Perttula, J. (2004). Asiantuntijuuden tuottaminen nuorten Internet-keskustelualueilla. *Psykologia* 39: 5, 355–369.

Halliday, M. A. K. (1984[1978]). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.

Hancock, J. T. (2004). Verbal irony use in face-to-face and computer-mediated conversations. *Journal of Language and Social Psychology* 23: 4, 447–463. <https://doi.org/10.1177/0261927X04269587>

Hardaker, C. (2013). “Uh....not to be nitpicky,,,,,but...the past tense of drag is dragged, not drug.”: An overview of trolling strategies. *Journal of Language Aggression and Conflict* 1: 1, 58–86. <https://doi.org/10.1075/jlac.1.1.04har>

Hardaker, C. (2015). ‘I refuse to respond to this obvious troll’: an overview of responses to (perceived) trolling. *Corpora* 10: 2, 201–229. <https://doi.org/10.3366/cor.2015.0074>

Hardaker, C. (2017). Flaming and trolling. Teoksessa: C. Hoffmann & W. Bublitz (Toim.) *Pragmatics of Social Media*. Handbooks of Pragmatics [HOPS], 11. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. 493–522. <https://doi.org/10.1515/9783110431070-018>

Harju, A. (2018). Suomi24-keskustelut kohtaamisten ja törmäysten tilana. *Media & Viestintä* 41: 1, 51–74. <https://doi.org/10.23983/mv.69952>

Harper, F. M., Weinberg, J., Logie, J. & Konstan, J. A. (2010). Question types in social Q&A sites. *First Monday* 15: 7. <https://doi.org/10.5210/fm.v15i7.2913>

Hasan, R. (1989 [1985]). The structure of a text. Teoksessa M.A.K. Halliday & R. Hasan (Toim.) *Language, Context, and Text: Aspects of Language in A Social-Semiotic Perspective*. Oxford: Oxford University Press. 52–69.

Heikkinen, M. (2011). *Small Closed Virtual Communities. Case: Power and Support from the Net Rehabilitation courses for people with multiple sclerosis*. Acta Universitatis Tamperensis; 1603. Tampere: Tampere University Press. <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8401-8>

Heikkinen, V. (1999). *Ideologinen merkitys: kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Saatavissa: <http://hdl.handle.net/10138/150415>

Heinonen, U. (2008). *Sähköinen yhteisöllisyys. Kokemuksia vapaa-ajan, työn ja koulutuksen yhteisöistä verkossa*. Pori: Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen laitoksen julkaisuja XIV. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://www.utupub.fi/handle/10024/39380>

Heiskanen, E., Hyysalo, S., Jalas, M., Juntunen, J.K. & Lovio, R. (2014). User involvement and radical innovation: The case of heat pumps in Finland. Teoksessa S. Juninger & P. Christensen (toim.) *Highways and Byways of Radical Innovation: The Perspective of Design*. Allworth Press, Kolding. 178–191.

Helasvuo, M-L., Johansson, M. & Tanskanen, S-K. (2014). Johdatus digitaaliseen vuorovaikutukseen. Teoksessa M-L. Helasvuo, M. Johansson & S-K. Tanskanen (toim.) *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 9–28.

Helsingin yliopisto (2015). Suomi24-keskustelut avattiin yhteiskunnalliseen tutkimuskäyttöön. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 31.10.2016]. Saatavissa: http://www.helsinki.fi/valtiotieteellinen/uutisarkisto/2015/04_suomi24.html

Herring, S. C. (1994). Politeness in computer culture: Why women thank and men flame. Teoksessa M. Bucholtz, A. C. Liang, L. A. Sutton & C. Hines (toim.) *Cultural Performances: Proceedings of the Third Berkeley Women and Language Conference*. Berkeley Women and Language Group. 278–294.

Herring, S. C. (1996a). *Computer-Mediated-Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

Herring, S. C. (1996b). Two variants of an electronic message schema. Teoksessa S. C. Herring (toim.) *Computer-Mediated-Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 81–106.

Herring, S. C. (2001). Computer-mediated discourse. Teoksessa D. Schiffrin, D. Tannen, & H. Hamilton (toim.) *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishers. 612–634.

Herring, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis. An approach to researching online behavior. Teoksessa S. A. Barab, R. Kling & J. H. Gray (toim.) *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. New York: Cambridge University Press. 338–376.

Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet* 4, article 1.
<https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0009-7-7611>

Herring, S. C. (2010). Web content analysis: Expanding the paradigm. Teoksessa J. Hunsinger, L. Klastrup & M. Allen (toim.) *The International Handbook of Internet Research*. Berlin: Springer Verlag. 233–249.

Herring, S. C. (2013). Relevance in computer-mediated conversation. Teoksessa S. C. Herring, D. Stein, & T. Virtanen (toim.). *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton. 245–268

Herring, S. C. (In press, 2018). The coevolution of computer-mediated communication and computer-mediated discourse analysis. Teoksessa P. Bou-Franch & P. Garcés-Conejos Blitvich (toim.) *Analyzing Digital Discourse: New insights and future directions*. London: Palgrave Macmillan. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://ella.sice.indiana.edu/~herring/adda.pdf>

Herring, S. C., Job-Sluder, K., Scheckler, R. & Barab, S. (2002). Searching for safety online: Managing "trolling" in a feminist forum. *The Information Society* 18: 5, 371–383.

Herring, S. C., Stein D. & Virtanen T. (2013). *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton.

Himmelboim, I. (2008). Reply distribution in online discussions: A comparative network analysis of political and health newsgroups. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14: 1, 156–177.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01435.x>

Himmelboim, I., Gleave, E. & Smith, M. (2009). Discussion catalysts in online political discussions: Content importers and conversation starters. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14: 4, 771–789.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01470.x>

Hinds, D. & Lee, R. M. (2008). Social network structure as a critical success condition for virtual communities. *Proceedings of the 41th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2008)*, 323–323.
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2008.404>

Hintikka, K. A. (2011). Sosiaalinen media – yhteisö vai verkosto? Teoksessa: S. Kangasluoma (toim.) *Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere University Press. 114–139.

Ho, C. & Swan, K. (2007). Evaluating online conversation in an asynchronous learning environment: An application of Grice's Cooperative Principle. *The Internet and Higher Education* 10: 1, 3–14.
<https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2006.11.002>

Hoffmann, C. R. (2017). Log in: Introducing the pragmatics of social media. Teoksessa: C. Hoffmann & W. Bublitz (toim.) *Pragmatics of Social Media*. Handbooks of Pragmatics [HOPS], 11. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton. 1–30.

Hoffmann, L. (1984). *Kommunikationsmittel Fachsprache: Eine Einführung* (2. überarb. Aufl.). Berlin: Akademie-Verlag.

Holcomb, C. (1997). A class of clowns: Spontaneous joking in computer-assisted discussions. *Computers and Composition* 14: 1, 3–18.
[https://doi.org/10.1016/S8755-4615\(97\)90035-9](https://doi.org/10.1016/S8755-4615(97)90035-9)

Holmes, J. & Marra, M. (2002). Over the edge? Subversive humor between colleagues and friends. *Humor* 15: 1, 65–87.
<https://doi.org/10.1515/humr.2002.006>

Holmes, J. & Meyerhoff, M. (1999). The community of practice: Theories and methodologies in language and gender research. *Language and Society* 28: 2, 173–183. <https://doi.org/10.1017/S004740459900202X>

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. (1999). *Tilastolliset menetelmät*. WSOY.

Hübler, M. T. & Bell, D. C. (2003). Computer-mediated humor and ethos. Exploring threads of constitutive laughter in online communities. *Computers and Composition* 20: 3, 277–294. [https://doi.org/10.1016/S8755-4615\(03\)00036-7](https://doi.org/10.1016/S8755-4615(03)00036-7)

Hutchby, I. (1995). Aspects of recipient design in expert advice-giving on call-in radio. *Discourse Processes* 19: 2, 219–238.
<https://doi.org/10.1080/01638539509544915>

Hyvönen, K., Järvelä, K. & Piironen, S. (2008). ”Pitäis olla jonkinlainen konkreettinen etu...” – Verkko elintarvikealan mahdollisuutena. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 2. <http://hdl.handle.net/10138/152392>

Hyysalo, S., Juntunen, J. K. & Freeman, S. (2013). Internet forums and the rise of the inventive energy user. *Science & Technology Studies* 26: 1, 25–51.
<https://doi.org/10.23987/sts.55307>

Hyysalo, S., Juntunen, J. K. & Martiskainen, M. (2018). Energy Internet forums as acceleration phase transition intermediaries. *Research Policy* 47: 5, 872–885.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.02.012>

Hössjer, A. (2013). Small talk, politeness, and email communication in the workplace. Teoksessa S. Herring, D. Stein & T. Virtanen (toim.) *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton. 613–638.

Isohella, S. (2011). *Työelämän asettamat vaatimukset teknisen viestinnän koulutuksesta valmistuneille*. Viestintätieteiden lisensiaatintyö. Vaasa: Vaasan yliopisto. <http://osuva.uwasa.fi/handle/10024/401>

Jenks, C. J. (2019). Talking trolls into existence: On the floor management of trolling in online forums. *Journal of Pragmatics* 143, 54–64.
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.02.006>

Jessner, U. (1996). Female empathy: Linguistic implications of a ‘restricted code’? Teoksessa G. Grabher & U. Jessner (toim.) *Semantics of Silences in Linguistics and Literature* Heidelberg: Universitätsverlag C. Winter. 89–98.

- Joyce, E. & Kraut, R. E. (2006). Predicting continued participation in newsgroups. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11: 3, 723–747. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00033.x>
- Jucker, A. H., & Kopaczyk, J. (2013). Communities of practice as a locus of language change. Teoksessa: J. Kopaczyk, & A. H. Jucker (toim.) *Communities of Practice in the History of English*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 1–16.
- Kakkuri-Knuuttila, M-L. (1999). *Argumentti ja kritiikki: Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kangaspunta, V. (2016). Talvivaara ja kommenteissa keskustelevat julkisot. *Media & Viestintä* 39: 1. <https://doi.org/10.23983/mv.61438>
- Kankaanpää, S. (2006). *Hallinnon lehdistötiedotteiden kieli*. Helsinki: SKS.
- Kanoksilapatham, B. (2012). Structure of research article introductions in three engineering subdisciplines. *IEEE Transactions on Professional Communication* 55: 4, 294–309. <https://doi.org/10.1109/TPC.2012.2223252>
- Kilkki, J. (2020). *Asiakirjatiedon hallinnan asiantuntijuuden diskursiivinen rakentaminen Suomessa: Tutkimus normatiivisesta professionaalisesta diskursista vuosina 1935-2015*. Tampere: PunaMusta Oy – Yliopistopaino. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1507-8>
- Kollock, P. & Smith, M. (1996). Managing the virtual commons. Cooperation and conflict in computer communities. Teoksessa: S.C. Herring (toim.) *Computer-Mediated-Communication. Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. 109–128.
- Koskela, M. & Katajamäki H. (2012). Ammattikielisten tekstien tutkimisesta – esimerkkinä tilintarkastuskertomus. Teoksessa V. Heikkinen, E. Voutilainen, P. Lauerma, U. Tiililä & M. Lounela (toim.) *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käytäntöä*. Kotimaisten kielten keskuksen verkkojulkaisuja 29. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus. 455–473. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://kaino.kotus.fi/www/verkkojulkaisut/julk29/Genreanalyysi.pdf>
- Kosonen, M., Laaksonen, S-M., Rydenfelt, H., & Terkamo-Moisio, A. (2018). Sosiaalinen media ja tutkijan etiikka. *Media & Viestintä* 41: 1, 117–124. <https://doi.org/10.23983/mv.69924>
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Yhdeksäs painos. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. Millenium Edition*. Tenth Edition. Pearson Custom Publishing.
- Kouper, I. (2010). The pragmatics of peer advice in a LiveJournal community. *Language@Internet* 7: article 1. <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0009-7-24642>

Kytölä, S. (2013). *Multilingual language use and metapragmatic reflexivity in Finnish online football forums. A study in the sociolinguistics of globalization*. Jyväskylä studies in humanities. Jyväskylä: University of Jyväskylä. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-5132-0>

Kääntä, L. (2016). *Hyviä pointteja. Vuorovaikutus vertaisten kesken instituutio-naalisessa verkkokeskustelussa*. Acta Wasaensia 359, Vaasan yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-701-9>

Kääntä, L., & Lehtinen, E. (2016). Patterns of experience talk and argumentation in digital peer learning discussions. *Language@Internet* 13, article 2. Saatavissa: <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0009-7-44078>

Lagus, K.H., Ruckenstein, M.S., Pantzar, M. & Ylisiurua, M.J. (2016). *Suomi24: muodonantoa aineistolle*. Valtiotieteellisen tiedekunnan julkaisuja, Nro 10. Helsinki: Helsingin yliopisto. <http://hdl.handle.net/10138/163190>

Laihanen, E. (2016). Mitä arvostelutekstien otsikot kertovat yliopisto-opiskelijoiden tekstilajin tajusta? Teoksessa P. Hirvonen, D. Rellstab & N. Siponkoski (toim.) *Teksti ja tekstuaalisuus. VAKKI-symposiumi XXXVI 11.–12.2.2016*. VAKKI Publications 7, Vaasa. 274–285. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://www.vakki.net/publications/2016/VAKKI2016_Laihanen.pdf

Lampopumpput.info (2013). Tilastot. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 1.10.2013]. Saatavissa: <http://lampopumpput.info/foorumi/index.php?action=stats>

Lampopumpput.info (2014). Tilastot. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 6.2.2014]. Saatavissa: <http://lampopumpput.info/foorumi/index.php?action=stats>

Lauraéus-Niinivaara, T. (2010). Uncertainty is the other side of the coin of information online search. *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences 2010*, 1–10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2010.415>

Lave, J. & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lazar, J. & Preece, J. (1998). Classification schema for online communities. *Proceedings of the 1998 Association for Information Systems, Americas Conference*, 84–86.

Lehti, L., & Eronen-Valli, M. (2018). Diskurssintutkimuksen menetelmiä digitaalisen retoriikan tutkimuksessa. Teoksessa L. Haapanen, L. Kääntä & L. Lehti (toim.) *Diskurssintutkimuksen menetelmistä. On the methods in discourse studies. AFinLA-e Soveltavan kielitieteen tutkimuksia* 11, 156–176. <https://doi.org/10.30660/afinla.69104>

Lehti, L. & Kallio, J. (2017). Participation in an online social policy discussion: Arguments in focus. *Discourse, Context & Media* 19, 58–65. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.02.005>

Leiwo, M., Luukka, M.-R. & Nikula, T. (1992). *Pragmatiikan ja retoriikan perusteita*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 8. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Li, Z., Chandler, H. & Shen, H. (2018). Analysis of knowledge sharing activities on a social network incorporated discussion forum: A case study of DISboards. *IEEE Transactions on Big Data* 4: 4, 432–446.
<https://doi.org/10.1109/TBDATA.2017.2749307>

Limatius, H. (2020). *Communities of Empowerment: Exploring the Discourse Practices of Plus-Size Fashion Bloggers*. Tampere: PunaMusta Oy, Tampere University. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1489-7>

Lin, H.-F. (2008). Determinants of successful virtual communities. Contributions from system characteristics and social factors. *Information & Management* 45: 8, 522–527. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.08.002>

Locher, M. A. (2006). *Advice Online: Advice-giving in an American Internet Health Column*. Amsterdam, NLD: John Benjamins Publishing Company.

Locher, M. A. & Hoffmann, S. (2006). The emergence of the identity of a fictional expert advice-giver in an American Internet advice column. *Text & Talk* 26: 1, 69–106. <https://doi.org/10.1515/TEXT.2006.004>

Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2004). E-Business strategies and Internet business models: How the Internet adds value. *Organizational Dynamics* 33: 2, 161–173. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2004.01.004>

Luojola, T. (2006). *Kielitieteellisen aineiston kvantitatiiviset analyysimenetelmät*. Helsingin yliopisto, yleisen kielitieteen laitos. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://www.ling.helsinki.fi/~fkarlsso/methods/kvant_men.pdf

Luukka, M.-R. (2000). Näkökulma luo kohteen: diskurssintutkimuksen taustaoletukset. Teoksessa Sajavaara, K., & Piirainen-Marsh, A. (toim.) *Kieli, diskurssi & yhteisö*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, soveltavan kielentutkimuksen keskus. 133–160.

Markham, A. & Buchanan, E. (2012). *Ethical Decision-Making and Internet Research. Recommendations from the AoIR Ethical Working Committee (Version 2.0)*. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://www.aoir.org/reports/ethics2.pdf>

McGaughey, R. E. & Mason, K. H. (1998). The Internet as a marketing tool. *Journal of Marketing Theory and Practice* 6: 3, 1–11. <https://doi.org/10.1080/10696679.1998.11501800>

McLaughlin, M. L., Osborne, K. K. & Smith, C. B. (1995). Standards of conduct on Usenet. Teoksessa S. G. Jones (toim.) *Cyber Society. Computer-mediated Communication and Community*. California: Thousand Oaks: Sage. 90–111.

McLure Wasko, M. & Faraj, S. (2000). "It is what one does": Why people participate and help others in electronic communities of practice. *The Journal of Strategic Information Systems* 9: 2, 155–173. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(00\)00045-7](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(00)00045-7)

Merriam-Webster Online Dictionary (2013). Advice. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/advice>

Mikkonen, I. (2010). "Olen sitä mieltä, että..." *Lukiolaisten yleisönosastotekstien rakenne ja argumentointi*. Jyväskylä Studies in Humanities 135. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-3826-0>

Morkes, J., Kernal, H. K. & Nass, C. (1999). Effects of humor in task-oriented human-computer interaction and computer-mediated communication: A direct test of SRCT theory. *Human-Computer Interaction* 14: 4, 395–435. https://doi.org/10.1207/S15327051HCI1404_2

Morrow, P. R. (2017). Requesting and advice-giving. Teoksessa C. R. Hoffmann & W. Bublitz (toim.) *Pragmatics of Social Media*. Berlin/Boston: De Gruyter Mouton. 661–689.

Morzy, M. (2009). On mining and social role discovery in Internet forums. *2009 International Workshop on Social Informatics*, 74–79. <https://doi.org/10.1109/SocInfo.2009.22>

Motiva (2015). Lämpöpumput. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2015]. Saatavissa: http://www.motiva.fi/toimialueet/uusiutuva_energia/lampopumput

Murillo, E. (2008). Searching Usenet for virtual communities of practice. Using mixed methods to identify the constructs of Wenger's theory. *Information Research* 13: 4, Paper 386. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://informationr.net/ir/13-4/paper386.html>

Nash, W. (1985). *The Language of Humor. Style and Technique in Comic Discourse*. London: Longman.

NESH (2018). *A Guide to Internet Research Ethics*. Oslo: NESH. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://www.forskningsetikk.no/en/guidelines/social-sciences-humanities-law-and-theology/a-guide-to-internet-research-ethics/>

Niiniluoto, I. (1997). *Informaatio, tieto ja yhteiskunta. Filosofinen käsiteanalyysi*. Helsinki: Edita.

Niiniluoto, I. (1999). *Critical Scientific Realism*. Oxford: Oxford University Press.

Nikunen, K. & Pantti M. (2017). Affektiivinen julkisuus, moraaliset tunteet ja tahmaiset kuvat: Tapaus Ku Klux Klan. Teoksessa M. Maasilta & K. Nikunen (toim.) *Pakolaisuus, tunteet ja media*. Tampere: Vastapaino. 71–91.

Nishimura, Y. (2008). Japanese BBS websites as online communities: (Im)politeness perspectives. *Language@Internet* 5, article 3. <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0009-7-15201>

Nuopponen, A. Koskela, M. & Nissilä, N. (2018). Viestinnän ammattilainen erikoisalojen maailmassa - Asiantuntijana asiantuntijatietoa välittämässä. Teoksessa L. Kääntä & E. Salmela (toim.) *Näkökulmia viestintätieteisiin - Asiantuntijoiden viestinnästä digitaalisen median mahdollisuuksiin*. Vaasan yliopiston raportteja 9. Vaasa: Vaasan yliopisto. 4–14. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-801-6>

Official Journal of the European Union (2010). Directive 2010/31/EU of the European Parliament and of the Council of 19 May 2010 on the energy performance of buildings. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 8.10.2013]. Saatavissa: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:153:0013:0035:en:PDF>

O'Sullivan, P. B., Hunt, S. K. & Lippert, L. R. (2004). Mediated immediacy. A language of affiliation in a technological age. *Journal of Language and Social Psychology* 23: 4, 464–490. <https://doi.org/10.1177/0261927X04269588>

Osborne, D. M., Byrne, J. H., Massey, D. L. & Johnston, A. N. B. (2018). Use of online asynchronous discussion boards to engage students, enhance critical thinking, and foster staff-student/student-student collaboration: A mixed method study. *Nurse Education Today* 70, 40–46. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2018.08.014>

Otterbacher, J. (2011). Being heard in review communities: Communication tactics and review prominence. *Journal of Computer-Mediated Communication* 16: 3, 424–444. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01549.x>

Oxford Learner's Dictionaries (2021). Definition of satire in English. Oxford University Press. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 25.10.2021]. Saatavissa: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/satire?q=satire>

Park, A., Conway, M. & Chen, A. T. (2018). Examining thematic similarity, difference, and membership in three online mental health communities from reddit: A text mining and visualization approach. *Computers in Human Behavior* 78, 98–112. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.001>

Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1971). *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. Transl. by J. Wilkinson & P. Weaver. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press.

Perks, L. G. (2012). The ancient roots of humor theory. *Humor* 25: 2, 119–132. <https://doi.org/10.1515/humor-2012-0007>

Pfeil, U., Zaphiris, P., & Wilson, S. (2010). The role of message-sequences in the sustainability of an online support community for older people. *Journal of Computer-Mediated Communication* 15: 2, 336–363. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01523.x>

Pflugfelder, E. H. (2017). Reddit's "Explain Like I'm Five": Technical descriptions in the wild. *Technical Communication Quarterly* 26: 1, 25–41. <https://doi.org/10.1080/10572252.2016.1257741>

Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Pietikäinen, S., Mäntynen, A. & Pietikäinen, S. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Poorisat, T., Detenber, B., Boster, F. & Li, B. (2019). Effects of message completeness and source expertise in online health discussion boards. *International Journal of Communication* 13, 465–488.

Porter, C. E. (2004). A typology of virtual communities: A multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication* 10: 1, 00. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>

Provine, R. R., Spencer, R. J. & Mandell, D. L. (2007). Emotional expression online. Emoticons punctuate website text messages. *Journal of Language and Social Psychology* 26: 3, 299–307. <https://doi.org/10.1177/0261927X06303481>

Puusa, A. & Julkunen, S. (2020). Uskottavuuden arviointi laadullisessa tutkimuksessa. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Tallinna: Gaudeamus. 189–201.

Puustinen, S. (2006). *Suomalainen kaavoittajaprofessio ja suunnittelun kommunikatiivinen käänne: Vuorovaikutukseen liittyvät ongelmat ja mahdollisuudet suurten kaupunkien kaavoittajien näkökulmasta*. Espoo: Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja, A 34. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-3662-5>

Pynnönen, A. (2013). *Diskurssianalyysi: tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen*. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun Working Paper N:o 379. Jyväskylä: University of Jyväskylä. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-5471-0>

Rafaeli, S. & Sudweeks, F. (1997). Networked interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication* 2: 4. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00201.x>

Rauch, M., Morrison, C. & Goetz, A. (2010). Are we there yet? An examination of where we've been and where we're headed as technical communicators. *Paper presented at the Professional Communication Conference (IPCC) 2010*. <https://doi.org/10.1109/IPCC.2010.5530027>

Rezabek, L. L. & Cochenour, J. J. (1998). Visual cues in computer-mediated communication. Supplementing text with emoticons. *Journal of Visual Literacy* 18: 2, 201–215. <https://doi.org/10.1080/23796529.1998.11674539>

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>

Richard, J., Badillo-Amberg, I., & Zekowitz, P. (2017). “So much of this story could be me”: Men’s use of support in online infertility discussion boards. *American Journal of Men’s Health*, 663–673. <https://doi.org/10.1177/1557988316671460>

Richardson, K. P. (2003). Health risks on the internet: Establishing credibility on line. *Health, Risk and Society* 5: 2, 171–184.
<https://doi.org/10.1080/1369857031000123948>

Ridings, C. M. & Gefen, D. (2004). Virtual community attraction: Why people hang out online. *Journal of Computer-Mediated Communication* 10: 1, 00.
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x>

Roberts, R. M. & Kreuz, R. J. (1994). Why do people use figurative language? *Psychological Science* 5, 159–163.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1994.tb00653.x>

Robinson, D.T. & Smith-Lovin L. (2001). Getting a laugh. Gender, status, and humor in task discussions. *Social Forces* 80: 1, 123–158.
<https://doi.org/10.1353/sof.2001.0085>

Ruble, R. A. (2011). The communication of advice on an online message board for language assistants in France. *Journal of Language and Social Psychology* 30: 4, 396–420. <https://doi.org/10.1177/0261927X11416204>

Salmela, E. (2013a). Pumpputietoutta etsimässä – Avausviestien tavoitteet tekniseen erikoisalaan liittyvissä verkkokeskusteluissa. *WiderScreen* 16: 2–3. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://widerscreen.fi/numerot/2013-2-3/pumpputietoutta-etsimassa-avausviestien-tavoitteet-tekniseen-erikoisalaan-liittyvissa-verkkokeskusteluissa/>

Salmela, E. (2013b). Keskusteluteemat tekniseen erikoisalaan liittyvissä verkkokeskusteluissa kuluttajan näkökulmasta. Teoksessa M. Eronen & M. Rodi-Risberg (toim.) *Haasteena näkökulma, Perspektivet som utmaning, Point of view as challenge, Perspektivität als Herausforderung. VAKKI-symposiumi XXXIII 7.–8.2.2013*. Vaasa: VAKKI Publications 2. 339–350. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://vakki.net/publications/2013/VAKKI2013_Salmela.pdf

Salmela, E. (2014). The use of humor in online discussions about a specialized technical topic. Teoksessa G. Budin & V. Lušicky (toim.) *Languages for Special Purposes in a Multilingual, Transcultural World, Proceedings of the 19th European Symposium on Languages for Special Purposes, 8-10 July 2013, Vienna, Austria*. Vienna: University of Vienna. 81–91. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: https://typo3.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/k_lsp2013/LSP2013_Proceedings/01_DOM/LSP2013_Salmela.pdf

Salmela, E. (2017). Teknisten dokumenttien rooli internetin käyttäjäkeskusteluissa. Teoksessa N. Keng, A. Nuopponen & D. Rellstab (toim.) *Ääniä, Röster, Voices, Stimmen. VAKKI-symposiumi XXXVII 9.–10.2.2017*. Vaasa: VAKKI Publications 8. 205–216. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://www.vakki.net/publications/2017/VAKKI2017_Salmela.pdf

Salmela, E. & Nuopponen A. (2012). ”Nyt tarvittaisiin neroilta neuvoja!” Avausviesti keskustelun avaajana tietokoneharrastajien keskustelupalstalla. Teoksessa M. Eronen & S. Pieniniemi (toim.) *Välineiden viesti: kun perinteinen ja uusi media kohtaavat. Juhlakirja professori Tarmo Malmbergin kunniaksi*. Vaasan yliopiston julkaisuja. Tutkimuksia 300, Viestintätieteet 2. 218–237.

Salmi, L. (2014). Digitaalisen vuorovaikutuksen sanastoa. Teoksessa M-L. Helasvuo, M. Johansson & S-K. Tanskanen (toim.) *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 185-209.

Sanastokeskus TSK (2006). Terminologian sanasto. TSK 36. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry. [Viitattu 25.10.2021]. Saatavissa: <http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/TerminologianSanasto.pdf>

Sanastokeskus TSK (2010). Sosiaalisen median sanasto. TSK 40. [Viitattu 25.10.2021]. Helsinki: Sanastokeskus TSK ry. Saatavissa: http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf

Sanastokeskus TSK (2017). Tietotekniikan termitalkoot. Keskustelupalsta. 2017-02-24. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 25.10.2021]. Saatavissa: <http://www.tsk.fi/tsk/termitalkoot/>

Savolainen, R. (2001). Living encyclopedia or idle talk? Seeking and providing consumer information in an Internet newsgroup. *Library and Information Science Research* 23: 1, 67–90. [https://doi.org/10.1016/S0740-8188\(00\)00068-2](https://doi.org/10.1016/S0740-8188(00)00068-2)

Savolainen, R. (2011a). Asking and sharing information in the blogosphere: The case of slimming blogs. *Library & Information Science Research* 33: 1, 73–79. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2010.04.004>

Savolainen, R. (2011b). Requesting and providing information in blogs and internet discussion forums. *Journal of Documentation* 67: 5, 863–886. <https://doi.org/10.1108/00220411111164718>

Savolainen, R. (2012). The structure of argument patterns on a social Q&A site. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 63: 12, 2536–2548. <https://doi.org/10.1002/asi.22722>

Schmidt, J. B. & Spreng, R. A. (1996). A proposed model of external consumer information search. *Journal of the Academy of Marketing Science* 24: 3, 246–256. <https://doi.org/10.1177/0092070396243005>

Schnurr, S. & Mak, B. (2009). Humor as an indicator of workplace socialization. Teoksessa V.K. Bhatia, W. Cheng, B. Du-Babcock & J. Lung (toim.) *Language for Professional Communication: Research, Practice and Training*. Hong Kong: The Hong Kong Polytechnic University. 131–145.

Seitamaa-Hakkarainen, P. (2000). Kvalitatiivinen sisällönanalyysi. [Viitattu 25.10.2021]. Saatavissa: https://www.academia.edu/589363/Kvalitatiivinen_sisallon_analyysi

Shanahan, M-C. (2010). Changing the meaning of peer-to-peer? Exploring online comment spaces as sites of negotiated expertise. *Journal of Science Communication* 9: 1, 1–13. <https://doi.org/10.22323/2.09010201>

Shelley, C. (2003). Plato on the psychology of humor. *Humor* 16: 4, 351–367. <https://doi.org/10.1515/humr.2003.020>

Simon, H. A. (1957). *Administrative Behavior*. New York: Macmillan.

Skovholt, K., Grønning, A., & Kankaanranta, A. (2014). The communicative functions of emoticons in workplace e-mails:-)*. *Journal of Computer-Mediated Communication* 19: 4, 780–797. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12063>

Steehouder, M. F. (2002). Beyond technical communication: Users helping each other. *Proceedings. IEEE International Professional Communication Conference 2002*, 489–499. <https://doi.org/10.1109/IPCC.2002.1049133>

Stommel, W., Paulus, T. M. & Atkins, D. P. (2017). "Here's the link": Hyperlinking in service-focused chat interaction. *Journal of Pragmatics* 115, 56–67. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2017.02.009>

Sulkunen, P. (2007). Mitä lähiöravintolassa opittiin? Teoksessa J. Aro & R. Heiskala (toim.) *Kulttuuri, tutkimus, metodi*. Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos, Verkkojulkaisusarja A1 Tampere: Tampereen yliopisto. 11–13. <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-6869-8>

Suomen teknisen viestinnän yhdistys (2021). Mitä on tekninen viestintä? [Verkkoaineisto]. [Viitattu 25.10.2021.] Saatavissa: <https://www.stvy.fi/tekninen-viestinta/>

Suomi24 Oy (2013). Mikä on Suomi24? [Verkkoaineisto]. [Viitattu 13.2.2013]. Saatavissa: <http://www.suomi24.fi/yritys>

Swarts, J. (2015). What user forums teach us about documentation and the value added by technical communicators. *Technical Communication* 62: 1, 19–28.

Taboada, M. (2004). The genre structure of bulletin board messages. *TEXT Technology* 13: 2, 55–82. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://texttechnology.mcmaster.ca/pdf/vol13_2_04.pdf

Thelwall, M. & Stuart, E. (2019). She's Reddit: A source of statistically significant gendered interest information? *Information Processing & Management* 56: 4, 1543–1558. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.10.007>

Thurlow, C., Lengel, L. & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London: SAGE Publications Ltd.

Thurlow, C. & Mroczek, K. (2011). *Digital Discourse: Language in the New Media*. Oxford: Oxford University Press.

Tieteen termipankki (2021a). Kirjallisuudentutkimus: metonymia. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:metonymia>

Tieteen termipankki (2021b). Kirjallisuudentutkimus: personifikaatio. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:personifikaatio>

Tietosuojavaltuutetun toimisto (2021). EU:n tietosuojasetus. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <https://tietosuojafi.fi/gdpr>

Tilastokeskus (2017a). Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Verkkomedian sosiaalinen käyttö. Helsinki: Tilastokeskus. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_kat_003_fi.html

Tilastokeskus (2017b). Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Liitetaulukko 19. Internetin käyttötarkoitusten yleisyys 2017, %-osuus väestöstä. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tau_019_fi.html

Tirado-Morueta, R., Maraver-López, P. & Hernando-Gómez, Á. (2017). Patterns of participation and social connections in online discussion forums. *Small Group Research* 48: 6, 639–664. <https://doi.org/10.1177/1046496417710726>

TNS Gallup (2013). Suomen Web-sivustojen viikkoluvut. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 1.10.2013]. Saatavissa: <http://tnsmatrix.tns-gallup.fi/public/>

Torrey, C., Churchill, E. F. & McDonald, D. W. (2009). Learning how: The search for craft knowledge on the internet. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1371–1380. <https://doi.org/10.1145/1518701.1518908>

Toulmin, S.E. (2003 [1958]). *The Uses of Argument* (Updated ed.). Cambridge England: Cambridge University Press.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta (2019). *Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakkoarviointi Suomessa*. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisu 3/2019. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakkoarvioinnin_ohje_2020.pdf

Utz, S. (2008). Social identification with virtual communities. Teoksessa E. Konijn, S. Utz, M. Tanis, & S. Barnes (toim.) *Mediated Interpersonal Communication*. New York: Routledge Taylor & Francis Group. 252–270.

Vaahensalo, E. (2018). Keskustelufoorumit mediainhokkeina – Suositut suomenkieliset keskustelufoorumit mediassa. *WiderScreen* 21: 3. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://widerscreen.fi/assets/Vaahensalo-3-2018.pdf>

Vahtera, R. (2009). *Otsikkorakenteita. Kontrastiivinen tutkimus suomen- ja ruotsinkielisten sanomalehtien syntaktis-semanttisista otsikkotyypeistä*. Acta Wasaensia 209, Kielitiede 41. Vaasa: Vaasan yliopisto.

Vainikka, E., & Harju, A. (2019). Anonyymien keskustelupalstojen julkisuus: Marginaaliin jääneiden vertaistukea ja yhteiskuntakritiikkiä. *Media & Viestintä* 42: 2, 99–121. <https://doi.org/10.23983/mv.83374>

van Rees, M.A. (2007). Discourse analysis and argumentation theory: The case of television talk. *Journal of Pragmatics* 39: 8, 1454–1463. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2007.04.005>

Walter, J. A. (1996). Technical writing: Species or genus? Teoksessa D. Jones (toim.) *Defining Technical Communication*. Arlington: Society for Technical Communication, Inc. 27–30.

Walther, J. B. & D'Addario, K. P. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science Computer Review* 19: 3, 324–347. <https://doi.org/10.1177/089443930101900307>

Walton, D., Reed, C. & Macagno, F. (2008). *Argumentation Schemes*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wasko, M. McLure & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Quarterly* 29: 1, 35–57. <https://doi.org/10.2307/25148667>

Wellman, B. & Gulia, M. (1999). Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone. Teoksessa M.A. Smith & P. Kollock (toim.) *Communities in Cyberspace*. London: Routledge. 167–194.

Wenger, E. (1998). *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*. Cambridge: Cambridge Polity Press.

Wenger, E. (2009). Communities of practice: A brief introduction. [Verkkoaineisto]. [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: http://www.ohr.wisc.edu/cop/articles/communities_practice_intro_wenger.pdf

Wenger, E. & Snyder, W. (2000). Communities of practice: The organizational frontier. *Harvard Business Review* 78: 1, 139–145.

Wenger-Trayner, E. & Wenger-Trayner, B. (2013). Can a community of practice exist only online? [Verkkoaineisto.] [Viitattu 22.10.2021]. Saatavissa: <http://wenger-trayner.com/resources/online-communities-of-practice/>

Wilson, S. M. & Peterson, L. C. (2002). The anthropology of online communities. *Annual Review of Anthropology* 31: 1, 449–467. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>

Virtanen, M. T., & Kääntä, L. (2018). At the intersection of text and conversation analysis: Analysing asynchronous online written interaction. *AFinLA-E: Soveltavan Kielitieteen Tutkimuksia* 11, 137–155. <https://doi.org/10.30660/afinla.69081>

Wise, K., Hamman, B. & Thorson, K. (2006). Moderation, response rate, and message interactivity: Features of online communities and their effects on intent to participate. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12: 1, 24–41. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00313.x>

Yoo, M. Lee, S. & Ha, T. (2019). Semantic network analysis for understanding user experiences of bipolar and depressive disorders on Reddit. *Information Processing & Management* 56: 4, 1565–1575. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2018.10.001>

Zhu, M., Herring, S. C., & Bonk, C. (2019). Exploring presence in online learning through three forms of computer-mediated discourse analysis. *Distance Education* 40, 205–225. <https://doi.org/10.1080/01587919.2019.1600365>