



HELSINGIN YLIOPISTO

Kammiosta kajahtaa

Kirjallisuuskatsaus sosiaalisen median kaikukammioiden, informaatiokuplien ja radikalisoitumisen yhteydestä

Sosiaalitieteet, sosiaalipsykologia
Kandidaatintutkielma

Laatija:
Sofia Hyvärinen

Ohjaaja:
Miira Niska

12.3.2023
Helsinki

Tiedekunta: Valtiotieteellinen tiedekunta

Koulutusohjelma: Sosiaalitieteiden kandidaatti

Opintosuunta: Sosiaalipsykologia

Tekijä: Sofia Hyvärinen

Työn nimi: Kammiosta kajahtaa – Kirjallisuuskatsaus sosiaalisen median kaikukammioiden, informaatiokuplien ja radikalisoitumisen yhteydestä

Työn laji: Kandidaatintutkielma

Kuukausi ja vuosi: 03/2023

Sivumäärä: 26

Avainsanat: Informaatiokupla, kaikukammio, vahvistusharha, radikalisoituminen, sosiaalinen identiteetti, stereotypia, sosiaalinen media

Ohjaaja tai ohjaajat: Miira Niska

Säilytyspaikka:

Muita tietoja:

Tiivistelmä:

Tässä kirjallisuuskatsauksessa tarkastellaan sitä, voivatko sosiaalisen median kaikukammiot ja informaatiokuplat johtaa yksilöiden ajatusmaailman radikalisoitumiseen. Aihetta pohditaan sosiaalisen identiteetin ja stereotyyppien sisältömallin näkökulmista. Tarkemmat tutkimuskysymykset ovat: Miten sosiaalinen media ja sen algoritmit voivat mahdollisesti radikalisoida käyttäjiään? Päätyvätkö ihmiset kaikukammioihin vai valitsevatko he kuulua niihin? Radikalisoitumisella viitataan tässä tekstissä äärioikeiston ideologian omaksumiseen.

Aiheesta on tehty jonkin verran tutkimusta, vaikka ilmiö on melko uusi ja monimutkainen. Tutkijat eivät ole kuitenkaan olleet yhtä mieltä siitä, voivatko kaikukammiot ja informaatiokuplat johtaa radikalisoitumiseen. Tutkijoilla on aiheesta kaksi vastakkaista näkökulmaa. Ensimmäisen mukaan sosiaalinen media mahdollistaa yksilöiden valikoitumisen kaikukammioihin. Tätä tehostavat algoritmit, jotka syöttävän yksilölle hänen mieltymyksiensä mukaista sisältöä. Toisen näkökulman mukaan sosiaalinen media puolestaan mahdollistaa yksilöiden verkostoitumisen oman kaikukammionsa ulkopuolelle ja mahdollistaa näin uusien näkökulmien kohtaamisen.

Alustavien tulosten perusteella informaatiokuplat ja algoritmit voivat tuupia yksilöitä kohti radikaaleja kaikukammioita. Kyseessä on kuitenkin enemmän yksilöiden oma valinta kuin sattuma tai kaikukammioon ajautuminen. Tutkimusten mukaan radikaalit kaikukammiot voivat olla pienestä koostaan huolimatta äänekkäitä ja pyrkiä aktiivisesti vaikuttamaan poliittiseen tai julkiseen keskusteluun. Radikaaleissa kaikukammioissa on todennäköisesti vahva ryhmäidentiteetti ja niiden suljetun ominaisuutensa vuoksi niissä vaikuttaa vahvistusharha. Vahvistuharhan mukaan ihmiset suosivat omaa ajatusmaailmaa ja ideologiaa tukevaa tietoa ja jättävät ristiriidassa olevan tiedon huomiotta.

Tutkimuksen tekoa on hidastanut muun muassa se, ettei käsitteitä ja mittareita ole määritelty yhdenmukaisesti. Myös sosiaalisen median alustojen monimutkaisuus ja monimuotoisuus on luonut tutkimukselle haasteita. Tutkimusta aiheesta tarvitaan lisää, sillä teknologian kehittyessä algoritmit tulevat vaikuttamaan elämiimme yhä enemmän.

Sisällysluettelo

1. Johdanto	5
2 Kaikukammiot ja informaatiokuplat – mitä ne tarkoittavat?	7
3 Ajattelun radikalisoituminen sosiaalisen identiteetin ja stereotyyppien sisältömallin näkökulmasta	9
3.1 Sosiaalisen identiteetin teoria	9
3.2 Stereotyyppien sisältömalli	11
3.3 Vertailussa sosiaalisen identiteetin teoria ja stereotyyppien sisältömalli	12
4 Mitä sosiaalisen median kuplista ja informaatiokuplista tiedetään?	13
4.1 Tutkimustuloksia yhteyden puolesta	13
4.2 Tutkimustuloksia yhteyttä vastaan	16
4.3 Onko kaikukammioiden, informaatiokuplien ja radikalisoitumisen välillä yhteys?	17
5 Yhteenveto	19
Lähteet	23

1. Johdanto

Sosiaalisesta mediasta ja sen eri alustoista on tullut erottamaton osa ihmisten arkea (O’Callaghan, Greene, Conway, Carthy & Cunningham, 2015). Niiden avulla muun muassa verkostoidutaan, luodaan yhteisöjä ja seurataan maailman tapahtumia. Viime vuosina julkisessa keskustelussa onkin puhuttanut paljon se, miten ja millä tavoin eri sosiaalisen median alustat keräävät tietoa käyttäjistään (Warner, 2010, 431). Onkin tärkeää huomioida, että sosiaalisen median alustat eivät toimi vain passiivisina tiedon välittäjinä, vaan niiden tarkoituksena on pitää käyttäjät aktiivisina kohdistamalla heille relevanttia sisältöä (O’Callaghan ym., 2015, 460).

Sosiaalisen median ja teknologian lisäksi tutkijoissa huolta on herättänyt populismin ja äärioikeistolaisen ideologian (käsitellään alaluvussa 4.1) suosion kasvu niin Euroopassa kuin muualla maailmassa (Norris & Inglehart, 2019). Voivatko tällaiset liikkeet pyrkiä lisäämään vastakkainasettelua ihmisten välille sosiaalista mediaa hyödyntämällä? Tästä yksi esimerkki on vuonna 2018 julkisuuteen noussut Cambridge Analytican skandaali, jossa Facebookin käyttäjätietoja kerättiin ilman ihmisten lupaa ja näitä tietoja hyödynnettiin Yhdysvaltojen presidentinvaalikampanjoissa. Käyttäjätietojen avulla profiileille räätälöitiin juuri heille kohdennettuja mainoksia, joiden avulla pyrittiin vaikuttamaan ihmisten mielipiteisiin sekä äänestyskäyttäytymiseen. (Hinds, Williams & Noison, 2020.)

On myös viitteitä siitä, että eri alustojen algoritmit määrittelevät paljon sitä, millaista uutta sisältöä käyttäjille tarjotaan (Wolfowicz, Weisburd & Hasisi, 2021a).

Esimerkiksi O’Callaghanin ja kumppaneiden (2015) tutkimuksessa huomattiin, että YouTuben algoritmit suosittelivat äärioikeistosisältöä kuluttaneille käyttäjilleen todennäköisesti uutta vastaavanlaista sisältöä. Näin käyttäjistä muodostui eräänlainen äärioikeistokupla. Sosiaalisen median alustoilla onkin yhä helpompaa levittää erilaisia valeutisia, sillä ne tavoittavat suuren joukon ihmisiä pienellä vaivalla. Lisäksi niitä on hankala hillitä täysin, koska eri alustoja ja käyttäjiä on niin paljon. (Rhodes, 2022; O’Callaghan ym., 2015.) Tutkijat eivät ole kuitenkaan olleet täysin yksimielisiä siitä, voivatko sosiaalisen median kuplat johtaa radikalisoitumiseen ja asia onkin ollut kiistanalainen (esim. Wolfowicz ym. 2021a ja

Kitchens, Johnson & Gray, 2020). Kiistanalaisuuksien vuoksi olisi tärkeää tarkastella aihetta tarkemmin.

Tässä kirjallisuuskatsauksessa tarkastelen sosiaalisen median informaatiokuplia ja kaikukammioita sekä sitä, miten niihin kuulumisen voi johtaa ajatusmaailman radikalisoitumiseen. Radikalisoitumisen määrittelen tässä tekstissä yksilön asenteiden ja ajatusmaailman muuttumiseksi siten, että ne hyväksyvät väkivallan jonkin aatteen puolesta (Wolfowicz, Litmanovitz, Weisburd & Hasisi 2021b). Viittaan ääriajattelulla tässä tekstissä nimenomaan äärioikeistoon, sillä suuri osa viime vuosina toteutetuista tutkimuksista on käsitellyt radikalisoitumista nimenomaan äärioikeiston näkökulmasta (esim. Wolfowicz ym., 202b; O’Callaghan ym., 2015). Äärioikeisto on poliittinen ääriliike, jossa vastustetaan väkivallan keinoin esimerkiksi erilaisia etnisiä ja uskonnollisia vähemmistöryhmiä sekä ihaillaan valkoista ylivaltaa (O’Callaghan ym., 2015, 462).

Pohdin kirjallisuuskatsauksessani seuraavia kysymyksiä: Miten sosiaalinen media ja sen algoritmit voivat mahdollisesti radikalisoida käyttäjiään? Päätyvätkö ihmiset kaikukammioihin vai valitsevatko he kuulua niihin? Perustan pohdintani tieteelliseen kirjallisuuteen ja hyödynnän pohdinnoissani sekä sosiaalisen identiteetin teoriaa että stereotyyppien sisältömallia. Ensiksi avaam tarkemmin keskeisiä käsitteitä sekä käyttämiäni teorioita. Seuraavaksi tarkastelen, millaista aiempaa tutkimusta aiheesta on tehty. Lopuksi pohdin vielä, voivatko sosiaalisen median algoritmit aiheuttaa ajatusmaailman radikalisoitumisen ja teen yhteenvetoa aiheesta.

2 Kaikukammiot ja informaatiokuplat – mitä ne tarkoittavat?

Kaikukammioista ja informaatiokuplista puhutaan julkisessa keskustelussa paljon, mutta mitä ne oikeastaan tarkoittavat? Kitchens ja kumppanit (2020, 1620) kuvaavat tutkimusartikkelissaan kaikukammioita ja informaatiokuplia yhteisesti tietoa rajoittaviksi virtuaalisiksi ympäristöiksi. Jamieson ja Cappella (2010, 76) puolestaan määrittelevät teoksessaan kaikukammiot suljetuiksi ja rajatuiksi mediatiiloiksi, joihin kuuluvat yksilöt jakavat esimerkiksi jonkin samanlaisen ideologisen ajatusmaailman. Kaikukammioissa yleensä vahvistuvat sellaiset viestit, jotka tukevat sen jäsenten olemassa olevia yhteisiä mielipiteitä ja ajatuksia (Arguedas, Robertson, Fletcher & Nielsen, 2022). Toisin sanoen kaikukammioissa samanmieliset yksilöt kokoontuvat yhteen ja jakavat ajatuksiaan (Rhodes, 2022). Ne voivat muodostua esimerkiksi jossakin sosiaalisen median yhteisössä, kuten Facebook-ryhmissä tai Twitterissä. Lisäksi Rhodes (2022, 5) toteaa, että kaikukammiot vaikuttavat yksilöiden kognitiivisiin prosesseihin tuttuuden tunteen keinoin. Kaikukammioissa korostuvat vain yhdenlaiset mielipiteet ja kun yksilö altistuu niille toistuvasti, ne alkavat tuntua tutuilta ja muuttuvat sitä kautta heille todeksi (Rhodes, 2022).

Kaikukammiossa saatavilla oleva informaatio voi olla hyvinkin yksipuolista, minkä seurauksena siitä voi aiheutua vahvistusharha. Vahvistuharhan mukaan ihmiset tulkitsevat tietoa siten, että he suosivat omaa ajatusmaailmaa ja ideologiaa tukevaa tietoa ja jättävät ristiriidassa olevan tiedon huomiotta. (Arquedas ym., 2022, 11.) Tietoa ikään kuin valikoidaan sen perusteella, mikä sopii parhaiten ryhmän ideologiaan ja mikä ei (Bright, 2018).

Esimerkiksi kaikukammio voi muodostua suljetun Facebook-ryhmän ympärille, jossa jaetaan rokotevastaista sisältöä. Tällöin ryhmän jäsenet altistuvat yksinomaan rokotevastaiselle sisällölle jakaen toisilleen valikoiden tietoa ja ajatuksia, jotka kaikki tukevat tällaista ideologiaa. Tajfelin (1981) mukaan, jos tieto on ristiriidassa ryhmäidentiteetin kanssa, sitä pidetään todennäköisesti epätotena. Tällöin esimerkiksi rokotemyönteistä tietoa voitaisiin tällaisessa esimerkissä pitää vale uutisena, koska se ei sovi ryhmän rokotevastaisen ryhmän identiteettiin. Toisin sanoen, kun vastainformaatiota ei kohdata tai siihen ei uskota, vahvistuvat ryhmän

sisäiset mielipiteet vahvistusharhan mukaisesti (Rhodes, 2022). Lisäksi Bright (2018, 19) huomauttaa, että tyypillisesti mitä kauempana ryhmien ideologinen etäisyys toisistaan on, sitä vähemmän he haluavat olla toistensa kanssa tekemisissä ja siten he kohtaavat omaa ideologiaansa haastavaa tietoa yhä vähemmän.

Toinen keskeinen käsite on informaatiokupla. Informaatiokupla kuvaa sitä, miten internetin algoritmit profiloivat käyttäjiä ja tarjoavat heille uutta sisältöä heidän aikaisemmin kuluttaman sisällön perusteella (Arquedas ym., 2022). Algoritmit ovat siis tilastollisia malleja (Kaiser & Rauchfleisch, 2020, 2). Sosiaalisen median alustojen yritykset haluavat, että niiden käyttäjät pysyvät aktiivisina alustoilla, jolloin personalisoiduilla algoritmeilla pyritään pitämään käyttäjät aktiivisina ja tyytyväisinä (Rhodes, 2022, 1). Esimerkiksi algoritmit ehdottavat henkilölle sellaisia uusia YouTube-videoita, mitkä mukailevat hänen aikaisemmin katsomiaan videoita. Kaikukammioissa siis samanmieliset henkilöt kerääntyvät yhteen, kun taas informaatiokuplissa algoritmit tuoppivat käyttäjää kohti hänelle räätälöityä sisältöä (Arquedas ym., 2022). Näin ollen sekä kaikukammiot että informaatiokuplat ovat yksiä keskeisiä keinoja, joiden avulla voidaan levittää disinformaatiota eli valeuutisia (Rhodes, 2022).

3 Ajattelun radikalisoituminen sosiaalisen identiteetin ja stereotyyppien sisältömallin näkökulmasta

Ennen kuin esittelen tarkemmin, millaista tutkimustietoa kaikukammioiden ja informaatiokuplien vaikutuksesta on kerätty, tarkastelen näitä käsitteitä sekä sosiaalisen identiteetin teorian että stereotyyppien sisältömallin (stereotype content-model) avulla. Nämä teoriat ovat pitkälti toisiaan tukevia, mutta tarjoavat hieman erilaiset näkökulmat sosiaalisen median kuplien tarkasteluun ryhmäjäsensyyksien näkökulmasta. Molemmissa teorioissa keskeisenä seikkana on sosiaalinen identiteetti eli se, missä määrin tunnemme kuuluvamme joihinkin ryhmiin (Tajfel & Turner 1979).

3.1 Sosiaalisen identiteetin teoria

Ihmiset hahmottavat todellisuutta, itseään sekä muita ihmisiä luokittelun ja stereotyyppien avulla (Cuddy ym., 2009). Tajfelin ja Turnerin (1979) sosiaalisen identiteetin teorian mukaan ihmiset määrittelevätkin tätä todellisuutta erilaisten ryhmäjäsensyyksien avulla. Sosiaalinen identiteetti voidaan määrittellä kuuluvaksi osaksi yksilön minäkäsitystä ja se rakentuu sen perusteella, millaisiin meille tärkeisiin ryhmiin kuulumme. Ryhmäjäsensyyksiä yksilöllä voikin olla useita ja niiden merkitys voi vaihdella paljonkin hänen elämänsä aikana. (Tajfel, 1981.)

Keskeistä teoriassa on siis se, miten yksilöt erottelevat meidät heistä: kuka kuuluu ulkoryhmään ja miten rajataan oma sisäryhmä. Itsensä määrittely ryhmäjäsensyyden kautta tapahtuu aina muihin ryhmiin vertailemalla. (Tajfel & Turner, 1979.)

Erottavina tekijöinä ryhmien välillä voi olla esimerkiksi ulkoiset piirteet tai muut ominaisuudet (Tajfel, 1981). Teorian avulla onkin mieleistä tarkastella myös kaikukammioita ja informaatiokuplia, sillä myös niihin liittyvät erilaisten ryhmien jäsenyydet ja yhteisöllisyys. Tyypillisesti oma sisäryhmä pyritäänkin näkemään parempana kuin vertailun kohteena olevat ulkoryhmät, sillä suosimalla omaa sisäryhmää suojataan myös omaa sosiaalista identiteettiä (Tajfel, 1981). Vaikka oman ryhmän suosiminen ei automaattisesti tarkoita ulkoryhmän syrjintää, voi valta-asetelma ryhmien välillä voi johtaa siihen (Hornsey, 2008). Wolfowicz ja kumppanit

(2021b) huomauttavatkin tutkimusartikkelissaan, että jos sisäryhmä kokee tulevansa syrjityksi he voivat todennäköisemmin kokea ulkoryhmän uhkaavan heidän olemassaoloaan, mikä puolestaan voi vahvistaa sisäryhmän kielteisiä ajatuksia ulkoryhmää kohtaan. Nämä ajatukset voivat kasautua ja johtaa asenteisiin, joissa ulkoryhmä dehumanisoidaan, eli ryhmän jäsenillä ei ajatella olevan ihmisarvoa (Wolfowicz ym., 2021b; Belavadi, Rinella & Hogg, 2020).

Kaikukammioiden suljetun ja yhdenmukaisen luonteen vuoksi ne voidaankin nähdä eräänlaisina sisäryhminä, joiden sisällä on suotuinen ympäristö ryhmien polarisoitumiselle (Arguedas ym., 2022; Warner, 2020). Polarisaatio tarkoittaa ryhmien eriytymistä ja jakaantumista siten että, niiden ajatusmaailma, ideologia tai koettu todellisuus liikkuvat yhä kauemmaksi toisistaan (Warner, 2010). Ryhmän jäsenet pyrkivät säilyttämään sosiaalisen identiteettinsä ja positiivisen käsityksen itsestään sekä toimimaan yhdenmukaisesti. Tällöin he sitoutuvat tiiviisti ryhmän aatteeseen ja erottautuvat muista ryhmistä. (Sunstein, 2002.) Esimerkiksi kaikukammion muodostuessa jonkin aatteen, kuten rokotevastaisuuden ympärille, voidaan ulkoryhmää kohtaan kokea kielteisiä ajatuksia. Ulkoryhmä voidaan kokea uhaksi ja oma sisäryhmä sorretuksi, mikä lisää ryhmien välistä jännitettä ja polarisaatiota (Belavadi ym., 2020; Sunstein, 2002; Warner, 2010).

Ryhmäpolarisaatio puolestaan tarkoittaa, että jonkin ryhmän sisällä tapahtuu liikettä kohti radikaaleja mielipiteitä tai ajatuksia. Tällöin ryhmä liikkuu kauemmaksi keskiarvosta, kohti jompaakumpaa ääripäätä. On myös huomattu, että yksilöt, joilla on jo valmiiksi radikaaleja mielipiteitä tai ajatuksia liikkuvat ryhmässä helpommin syvemmälle ääriajatteluun kuin muut. (Sunstein, 2002, 176.) Polarisaatiosta puhuttaessa on kuitenkin tärkeää erottaa radikaalien ajatusten ja väkivallan ero. Vaikka yksilöllä olisi kielteisiä ajatuksia jotakin ryhmää kohtaan, ei se välttämättä tarkoita esimerkiksi väkivaltaisuuden hyväksymistä. Myöskään polarisaatio ja radikaalit ajatukset eivät automaattisesti johda väkivaltaisiin tekoihin. (Wolfowicz ym., 2021a.)

3.2 Stereotyyppien sisältömalli

Toinen ryhmien luokitteluun perustuva stereotyyppien sisältömalli. Myös tässä teoriassa yksilöt hahmottavat maailmaa vertailemalla muita ulkoryhmiä omaan sisäryhmäänsä. Kyseisen mallin mukaan kohdatessaan ulkoryhmän jäseniä yksilö miettii, kuinka uhkaavana ja kyvykkäänä kohteena oleva ulkoryhmän henkilö on. Uhkaavuutta tarkastellaan kylmyys–lämpimyyss -akselilla ja kyvykkyyttä kyvykkäisyyden -akselilla. (Cuddy ym., 2009.) Tämän luokittelun perusteella ulkoryhmän jäsenen suhtaudutaan tuntien joko sääliä, ylpeyttä, inhoa tai kateutta. Tyypillisesti oma sisäryhmä nähdään sekä kyvykkäänä että lämpimänä, eli sitä kohtaan tunnetaan ylpeyttä. Sen sijaan esimerkiksi vanhukset nähdään usein kyvyttöminä, mutta lämpiminä, jolloin heitä kohtaan tunnetaan sääliä. Kodittomat puolestaan nähdään kyvyttöminä ja kylminä, eli heitä kohtaan tunnetaan inhoa. Kateutta kohtaavat ryhmät, kuten rikkaat. Heidät nähdään kylminä, mutta kyvykkäinä. (Cuddy ym., 2009, 4.) Stereotyyppien sisältömalliin liittyy näin ollen keskeisenä asiana hierarkkinen valta-asetelma sisäryhmän ja ulkoryhmien välillä. Hallitseva ryhmä tai niin kutsuttu valtaväestö päättää, mitä piirteitä suositaan ja miten niitä arvotetaan.

Stereotyyppien sisältömallin kontekstissa tämä tarkoittaakin, että mitä enemmän ryhmien väliset ideologiat eroavat toisistaan, sitä vähemmän he ovat tekemisissä keskenään. Näin ollen vastakkaisen ryhmän edustajat voidaan kokea erilaisina ja siten uhkaavina. (Bright, 2018.) Esimerkiksi suljetussa Facebook-ryhmässä voidaan stereotypisoida maahanmuuttajat kyvyttömiksi ja kylmiksi. Tällöin ryhmä maahanmuuttajat uhkaavina ja kyvyttöminä toimimaan yhteiskunnassa oikeuttaen näin negatiiviset asenteet tätä vähemmistöryhmää kohtaan (Wolfowicz ym., 2021b). Sosiaalisen median algoritmit voivat sitten alkaa syöttää sisäryhmän jäsenille sisältöä, jossa esimerkiksi pilkataan tai muuten väheksytään esimerkiksi maahanmuuttajia (Kitchens ym., 2020).

3.3 Vertailussa sosiaalisen identiteetin teoria ja stereotyyppien sisältömalli

Mitä yhtäläistä näillä kahdella esitetyllä teoriolla oikein on? Ensinnäkin sekä stereotyyppien sisältömalli, että sosiaalisen identiteetin teorian mukaan omaa sisäryhmää suositaan, mutta ei automaattisesti ulkoryhmän kustannuksella (Hornsey, 2008; Cuddy ym., 2009). Toiseksi molemmissa teorioissa halutaan erottautua positiivisesti muista ryhmistä (Hornsey, 2008; Cuddy ym., 2009). Tämän positiivisen erottautumisen keinoin voidaan pyrkiä legitimoimaan erilaisia syrjiviä sosiaalisia rakenteita. Toisin sanoen kategorisoinnilla määritellään ansaitsevuuden kriteerit. Kolmantena seikkana molemmissa malleissa korostetaan yhteiskunnan normien, valtasuhteiden ja statuksen vaikutusta siinä, miten ryhmiä luokitellaan ja millaisia stereotyyppioita luodaan (Hornsey, 2008; Cuddy ym., 2009).

Tajfel (1981) toteaa, että ihmisellä voi olla useita ryhmäidentiteettejä. Sen sijaan stereotyyppien sisältömallissa stereotyyppit vaikuttavat pitkälti sellaisilta, joihin voi kuulua vain yhteen kerrallaan. Esimerkiksi jos maan valtaväestö on ihonväritään valkoihaisia, joutuu silti stereotyyppien sisältömallin mukaan koditon valkoihoinen ihminen inhon kohteeksi, riippumatta hänen ihonväristään (Cuddy ym., 2009). Sosiaalisen identiteetin teorian pohjalta näin karkeita eroja ei välttämättä tehdä ryhmäidentiteettien moninaisuuden vuoksi (Tajfel, 1981). Sosiaalisen identiteetin teoria on näin ollen hieman laajempi kuin stereotyyppien sisältömalli. Teoriat kuitenkin tukevat toisiaan, sillä ne käsittelevät samaa ilmiötä hieman eri näkökulmista ja sopivat siksi tämän kirjallisuuskatsauksen aiheiden tarkasteluun.

4 Mitä sosiaalisen median kuplista ja informaatiokuplista tiedetään?

Sosiaalisen median yleistyttyä ja tullessa osaksi ihmisten arkea yleistyi myös pelkon johtavan yhä etenevässä määrin ihmisten eriytymiseen (Kitchens ym., 2020). Sen seurauksena monesti ajatellaan, että algoritmit ja ihmisten halu hakeutua samanmielisten joukkoon loisi virtuaalisia yhteisöjä, joissa voidaan poissulkea monimuotoinen ja mielipiteitä haastava sisältö (Kitchens ym., 2020; Warner, 2010). Sillä kuten jo aiemmin todettiin, yksilöt omaksuvat todennäköisemmin disinformaatiota, kun se tulee jostakin sellaisesta lähteestä, mikä on heille entuudestaan tuttu (Rhodes, 2022). Tämä luo siten pohjan sille, että kaikukammioissa disinformaatio voi sekoittua helposti tosiasioihin.

Tutkimuksissa kaikukammioista ja sosiaalisesta mediasta on erotettavissa kaksi erillistä näkökulmaa. Ensimmäisen mukaan sosiaalinen media mahdollistaa yksilöiden valikoitumisen kaikukammioihin ja yksinomaan itseään miellyttävän materiaalin pariin. Toisen näkökulman mukaan sosiaalinen media mahdollistaa yksilöiden verkostoitumisen oman kaikukammionsa ulkopuolelle ja altistumaan siten laajasti erilaisille ideoille ja ajatuksille. (Flaxman ym., 2016.) Informaatiokupliin liittyen on myös olemassa yleinen hypoteesi. Sen mukaan algoritmit tarjoavat radikaalia sosiaalisen median sisältöä kuluttavalle yksilölle yhä radikaalimpaa sisältöä. Tämän seurauksensa yksilö altistuu suurimmilta osin vain tällaiselle sisällölle samanmielisten ihmisten yhteisössä. (Goldsmith & Brewer, 2015; Richards & Wood, 2020.) Tarkastellaan seuraavaksi tutkimuksia kaikukammioiden, informaatiokuplien ja radikalisoitumisen yhteyden puolesta sekä sitä vastaan.

4.1 Tutkimustuloksia yhteyden puolesta

Kaikukammioiden ja algoritmien vaikutus ihmisten radikalisoitumiseen on tutkimusaiheena melko tuore (esim. Wolfowicz ym., 2021a; Wood, 2017). Tutkimuksista onkin löytynyt alustavia tuloksia, jotka pyrkivät selittämään näiden ilmiöiden välistä yhteyttä. Yksi tutkijoiden keskeinen hypoteesi on, että sosiaalisen

median käyttö saa ihmiset hakeutumaan yksinomaan omankaltaistensa materiaalien ja ihmisten pariin (Flaxman ym., 2018).

Kaikukammioiden ja radikalisoitumisen yhteyttä on tutkittu etenkin politiikan ja etenkin populististen puolueiden tutkimuksen yhteydessä (esim. Colleoni, Rozza, & Arvidsson, 2014; Bright, 2020). Ymmärtääksemme näiden tutkimusten taustaa on ymmärrettävä populismin merkitys. Populismi on poliittinen ideologia, jossa keskeistä on kansan edun tavoittelu sekä eliitin vastustaminen (Norris & Inglehart, 2019). Populististen puolueiden ideologiaan kuuluu yleensä erilaisten vastakkainasetteluiden luominen, kuten maahanmuuton- ja valtiovallanvastaisuus (O’Callaghan ym., 2015). Populismi onkin kerännyt uutta suosiota viime vuosina Euroopassa ja muualla maailmalla haastamalla perinteiset vallan pitäjät, kuten median ja poliitikot. Tällaisen ideologian taustalla on siten pyrkimys heikentää kansalaisten luottamusta vaaleilla valittuihin poliitikkoihin. (Norris & Inglehart 2019, 4–6.)

Richards ja Woods (2020, 112) toteavat, että sosiaalisen median mahdollistama osallistuminen poliittiseen keskusteluun on lisännyt polarisaatiota äärimmäisten ideologioiden kannattajien välillä. Etenkin populistiset puolueet korostavat eroa ”meidän” ja ”heidän” välillä (Norris & Inglehart, 2019). Tutkimuksissa on myös huomattu, että etenkin tällaisten puolueiden kannattajat hyödyntävät kaikukammioita ja informaatiokuplia enemmän kuin demokraattisten puolueiden kannattajat, tavoitteenaan esimerkiksi vahvistaa kannattajien äänestyskäyttäytymistä (Schaub & Morisi, 2020; Warner, 2010). Äänestyskäyttäytymistä vahvistavia keinoja kaikukammioissa voivat olla puolueellisten asenteiden ruokkiminen eri medialähteiden avulla ja ryhmän sisäisen identiteetin vahvistaminen (Warner, 2010). Lisäksi populististen puolueiden kannattajat hyödyntävät kaikukammion sulkeutuneisuutta. Sulkemalla kannattajat omiin kupliinsa populistiset puolueet voivat helpommin itse määritellä millaista tietoa kannattajat kohtaavat internetissä. (Schaub & Morisi, 2020.)

Rhodes (2022) myös toteaa artikkelissaan, että esimerkiksi vuoden 2016 Yhdysvaltojen presidentinvaalien alla Facebookissa jaettiin valeuutisia enemmän

kuin oikeita uutisia. Valeuutiset poikkeavatkin valtavirrasta ja voivat siksi herättää kiinnostusta. Keskeistä Rhodesin (2022) esittämässä huomiossa on se, että valeuutisia jaettiin ensin aktiivisesti suljetuissa poliittisissa Facebook-ryhmissä, joista valeuutiset päätyivät niin sanottujen tavallisten kansalaisten uutissyötöille. Tämä kuvastaa hyvin sitä, että pienelläkin kaikukammioilla voi olla suuri rooli laajemmassa yhteiskunnallisessa ja poliittisessa keskustelussa (Arquedas ym., 2022, 30).

Tutkimusten mukaan populististen puolueiden kannattajat toimivat lisäksi melko yhdenmukaisesti tietyissä tilanteissa. He esimerkiksi luottavat kritiikittömämmin oman ryhmänsä mielipiteeseen kuin muu väestö. (Schaub & Morisi, 2020.) He myös torjuvat herkästi sellaisia mielipiteitä, jotka ovat omaa ryhmää vastaan (Bright, 2018; Kim, 2011). Lisäksi tällaisen mielipiteen tai valeuutisen hyväksyminen vahvistaa ryhmäjäsennyttä ja yhteenkuuluvuutta ryhmän sisällä, mikä voi aiheuttaa vahvistusharhan (Bright, 2018). Tämän perusteella voitaisiin siis päätellä ensinnäkin, että populististen puolueiden kannattajien muodostamat kaikukammiot voivat olla tiiviimpiä ja sulkeutuneempia sekä omata vahvemman sosiaalisen identiteetin verrattuna muihin suurempiin poliittisiin ryhmiin.

Populististen puolueiden ja ideologioiden kaikukammioissa huomionarvoista on ensinnäkin se, että yksilöt voivat polarisoitua, jos heille syötetään jatkuvasti yksipuolista poliittista tietoa (Levendusky, 2013). Kun he kuluttavat pelkästään heidän ajatusmaailmaansa mukailevaa mediaa, se vahvistaa olemassa olevia mielipiteitä ja voi tehdä heidän ajatuksistaan entistä äärimmäisempiä. Tämän vuoksi esimerkiksi populististen ryhmien ylläpitämät puolueelliset mediat kohdistavat sisältöään erityisesti sellaiselle yleisölle, joka jakaa jo valmiiksi heidän ajatusmaailmansa. (Levendusky, 2013.) Populistiset kaikukammiot vaikuttavat myös olevan aktiivisempia kuin liberaalit kaikukammiot (Rhodes, 2022, 14–15). Esimerkiksi Yhdysvaltojen republikaanisen puolueen kannattajien on todettu olevan vahvemmin järjestäytyneitä ja osallistuvan demokraatteja aktiivisemmin keskusteluun esimerkiksi Twitterissä (Colleoni ym., 2014).

Kaiser ja Rauchfleisch (2020) huomasivat tutkimuksessaan, että YouTube'n algoritmien suositukset muodostivat kaikukammioita äärioikeistosisältöä katsovien

ja etsivien käyttäjien ympärille. Samanlaisia huomioita teki myös Wood (2017) artikkelissaan. Wood (2017) esittelee algoritmien muodostamiin informaatiokupliin liittyvän käsitteen ”algorithmic drift”. Se tarkoittaa rikollista käyttäytymistä lisäävän informaatiokuplan muodostumista yksilöiden ympärille, mikä lisää heidän todennäköisyyttään suorittaa jokin rikollinen teko. Yksilöt alkavat hakeutua yhä radikaalimman materiaalin pariin. He ikään kuin ajalehtivät kohti yhä rikollisempaa materiaalia, mikä voi myös muuttaa heidän ajatusmaailmaansa sen mukaiseksi. (Wood, 2017; Richard & Wood, 2020.) Algoritmit voivat siten ikään kuin tuupia yksilöä kohti aktiivista päätöksentekoa (Kaiser & Rauchfleisch, 2020).

4.2 Tutkimustuloksia yhteyttä vastaan

Empiirinen tutkimus kaikukammioista ja algoritmeista on kuitenkin osoittautunut hankalaksi, eikä tutkimuksista olla saatu yksiselitteisesti kaikukammioiden ja radikalisoitumisen välistä yhteyttä tukevia tuloksia (Kitchens ym., 2020; Kaiser & Rauchfleisch, 2020). Tutkimuksen haasteina on ollut muun muassa teknologian ja sosiaalisen median alustojen jatkuva kehittyminen ja muutos, jolloin tutkimuksen on ollut hankalaa pysyä perässä. Lisäksi tutkimuksissa käytetyt käsitteet eivät ole olleet yhdenmukaisia, mikä vaikuttaa tutkimusten toistettavuuteen. (Kitchens ym., 2020.) Sosiaalisen median kuplat ja ihmisten ääriajattelun yleistyminen eivät siis ole niin yksiselitteisiä kuin ensiksi voitaisiin ajatella.

Yksi näkökulma monien tutkijoiden mukaan on, että sosiaalinen media saa ihmiset altistumaan monipuolisesti erilaisille mielipiteille ja ajatuksille (Flaxman, Goel & Rado, 2016). Useissa tutkimuksissa onkin todettu, että suurin osa ihmisistä kuluttaa erilaisia medioita internetissä monipuolisesti, lukien esimerkiksi useita eri uutiskanavia (Arquedas ym., 2022; Flaxman ym., 2016). Tämä havainto tukee sitä ajatusta, etteivät kaikukammiot olisi niin merkityksellisiä eri ryhmien polarisaatiossa. Myös informaatiokuplat ja algoritmit eivät ehkä tarjoaisikaan vain yksipuolista sisältöä. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa tehdyissä tutkimuksissa huomattiin, että algoritmien ansiosta henkilöiden uutislähteiden käyttö jopa monipuolistui hieman. Sen sijaan omien valintojen seurauksena pieni vähemmistö jo valmiiksi radikaaleja ajatuksia omaavia yksilöitä päätyi kaikukammioihin muita ihmisiä helpommin.

(Arquedas ym., 2022.) Myös Flaxman ja kumppanit (2016) tutkivat empiirisesti 50 000 anonyymin internetkäyttäjän uutisten kulutusta Yhdysvalloissa ja myös he saivat samankaltaisia tuloksia kuin Arquedas ja kumppanit artikkelissaan. Flaxmanin ja kumppaneiden (2016) mukaan vaikka sosiaalisen median ja hakukoneiden algoritmit olivat yhteydessä ideologioiden eriytymiseen ihmisten välillä, altistuivat ihmiset myös omien mielipiteidensä vastaisille ajatuksille. Tämä tukee hypoteesia, jonka mukaan informaatiokuplien ansiosta yksilöt altistuvat monipuolisesti erilaisille näkökulmille ja ajatuksille (Flaxman ym., 2016).

Bright (2018) tutki eri poliittisten puolueiden kannattajien keskinäistä keskustelua sosiaalisessa mediassa. Tutkimuksessa todettiin, että vain äärimmäisten ideologioiden kannattajat eriytyivät todennäköisemmin täysin omiin kaikukammioihinsa kuin muut. Tämä pieni osa ihmisistä oli siten ainoita, jotka eivät kohdanneet eriäviä mielipiteitä internetissä (Bright, 2018). Myös Arquedas ja kumppaneiden (2022, 16) mukaan vain pieni osa ihmisistä hyödyntää yksinomaan vaihtoehtomediaa. Vaihtoehtomedit ovat uutislähteitä, jotka ovat jollain tapaa puolueellisia tai joiden tavoitteena on edesauttaa jotakin aatetta (Arquedas ym., 2022). Myös Brightin (2018) tutkimuksessa huomattiin, että suurin osa tutkituista keskusteli tasapuolisesti myös muiden poliittisten puolueiden kannattajien kanssa. Näiden tutkimusten pohjalta näyttäisikin siltä, että sosiaalisen median mahdollistamat laajat verkostot luovat alustan monipuoliselle keskustelulle ja mielipiteille.

4.3 Onko kaikukammioiden, informaatiokuplien ja radikalisoitumisen välillä yhteys?

Yhteenvetona näistä tutkimuksista voidaan ensinnäkin todeta, että radikaalit kaikukammiot ovat yleensä pieniä ja niihin kuuluu vähemmistö ihmisistä (Grossetti, du Mousa, Travers, Constantin, 2021). Toisin kuin monesti luullaan, niihin ei myöskään päädytä tai ajauduta kovin helposti. Myös informaatiokuplat voisivat joidenkin tutkimusten mukaan jopa laajentaa yksilöiden maailmankuvaa (Bright, 2018). Jotkut kaikukammiot voivat kuitenkin olla pienestä koostaan huolimatta erittäin aktiivisia sekä äänekkäitä sosiaalisessa mediassa. Lisäksi niissä voidaan

ilmaista mielipiteitä äänekkäämmin kuin muissa kaikukammioissa, esimerkiksi keskustelupalstoilla. Näin ollen niillä voi pienestä koostaa huolimatta olla vaikutusta yleiseen poliittiseen keskusteluun (Arquedas ym., 2022.) Tämän vuoksi tietyt ryhmät pyrkivät hyödyntämään kaikukammioita oman ideologiansa esiintuomisessa (Rhodes, 2022).

Tällaisten kaikukammioiden aktiivisten ja äänekkäiden jäsenten mielipiteet tiettyjen aiheiden suhteen voivat radikalisoitua, jos he altistuvat jatkuvasti tällaisille äärimmäisille ajatuksille (Levendusky, 2013). Näihin kaikukammioihin päädytään kuitenkin ennemminkin oman valinnan kuin sattuman kautta, eikä näin ollen informaatiokuplia voida pitää ainoana syynä kammioiden muodostumisessa (Schaub & Morisi, 2020; Wolfowicz ym., 2021a). Algoritmien suositukset voivat tuupia yksilöä kohti radikaaleja kaikukammioita, mutta niihin päätyminen vaatii aktiivista toimintaa (Kaiser & Rauchfleisch, 2020, 13). Esimerkiksi Shore, Baek ja Dellarocas (2018) toteavat, että poliittisesti aktiiviset yksilöt voivat etsiä omien ideologioidensa kanssa ristiriidassa olevaa tietoa, tarkoituksenaan vahvistaa sen avulla omia mielipiteitään.

Lisäksi useissa tutkimuksissa, joissa kaikukammioiden ja radikalisoitumisella löydettiin jokin yhteys, se ilmeni etenkin oikeisto- ja populistipuolueiden kannattajien sisällä. Vastaavasti samanlaisia tuloksia ei löydetty vasemmisto- tai liberaalipuolueiden kannattajien välillä. (esim. Warner, 2010; Bright, 2018). Tämä voi viitata ryhmäpolarisaatioon sekä siihen, että jo valmiiksi äärimmäisiä ajatuksia omaavat henkilöt radikalisoituvat entistä enemmän verkostoituessaan samanmielisten ihmisten kanssa (Sunstein, 2002; Bright, 2018). Vaikuttaisi myös siltä, että mitä tiiviimpi ja pienempi radikaali kaikukammio on, sitä vahvempi heidän ryhmäidentiteettinsä on (Sunstein, 2002).

5 Yhteenveto

Olen edellä esitellyt kaikukammioita, informaatiokuplia ja radikalisoitumista sekä niihin liittyviä keskeisiä käsitteitä ja tutkimuksia. Voivatko siis sosiaalinen media, kaikukammiot ja informaatiokuplat saada ihmisiä radikalisoitumaan? Kuten muun muassa Kitchens ja kumppanit (2020) artikkelissaan toteavat, nämä hypoteesit eivät ole saaneet tarpeeksi tukea tutkimuksissa. Vaikka radikaalin sosiaalisen median sisällön kuluttaminen voi johtaa siihen, että algoritmit suosittelevat vastaavanlaista sisältöä, ei ole tarpeeksi tutkimustuloksia siitä, että se johtaisi yksiselitteisesti yksilön radikalisoitumisen lisääntymiseen (Kitchens ym., 2020).

Alustavia tutkimustuloksia radikalisoitumisen ja kaikukammioiden yhteydestä kuitenkin on, vaikka tutkimus on ollut ristiriitaista. Niiden perusteella vaikuttaakin siltä, että kaikukammiot voisivat kannustaa tietynlaisia yksilöitä radikalisoitumiseen (Wolfowicz ym., 2021a, 18). Radikalisoituminen ei kuitenkaan tapahdu vahingossa tai passiivisesti, vaan se vaatii yksilöiden aktiivista toimintaa (Kaiser & Rauchfleisch, 2020). Tutkimusten mukaan kyse saattaakin olla ennemminkin siitä, että sosiaalisessa mediassa yksilöt voivat helpommin itse verkostoitua sellaisten ihmisten kanssa, jotka jakavat heidän radikaalin ajatusmaailmansa. Verkostoitumisen seurauksena yksilön oma ajatusmaailma saattaa radikalisoitua yhdessä ryhmän kanssa. (Wolfowicz ym., 2021a.) Taustalla saattaakin vaikuttaa ryhmäpolarisaatio, jossa ryhmän ideologia liikkuu kohti äärimmäisempiä mielipiteitä, kauemmaksi keskiarvosta (Sunstein, 2002, 176). Tällöin ihmiset voivat muodostaa kaikukammioita, joissa heidän radikaalit asenteensa saavat vahvistusta ja kannustusta, jolloin myös heidän ajatusmaailmansa saattaa radikalisoitua vielä enemmän (Bright, 2018). Tämä ei kuitenkaan ole ilmiö, joka pätsisi kaikkiin kaikukammioihin tai ryhmiin.

Stereotyyppien sisältömallin mukaisesti, kun ulkoryhmä koetaan uhkaavan sisäryhmän toimintaa, siihen suhtaudutaan vihamielisesti (Cuddy ym., 2009). Positiivinen ryhmäidentiteetti halutaan palauttaa ja oma ryhmä kokea merkitykselliseksi (Tajfel & Turner 1979). Tätä merkityksellisyyttä voidaan pyrkiä palauttamaan lisäämällä erilaisia syrjiviä asenteita ulkoryhmää kohtaan.

Kasautuessaan ne voivat johtaa radikalisoitumiseen ja jopa fyysiseen väkivaltaan ja muun syrjinnän oikeuttamiseen. (Wolfowicz ym., 2021b.) Wolfowicz ja kumppanit (2021b) löysivät tutkimuksessaan kuitenkin myös näiltä radikaaleilta asenteilta suojaavia tekijöitä, kuten osallisuuden lisääminen ja positiivinen maailmankuva. Tutkimuksissa onkin huomattu, että esimerkiksi talouden taantuma on yhteydessä maahanmuuttovastaisuuden lisääntymiseen kilpailun kiristyessä erilaisista resursseista (Hatton, 2016). Vastaavasti, mitä paremmin ihmiset voivat, sitä todennäköisemmin he kannattavat tasa-arvoa. Tämä puolestaan viittaisi siihen, että radikalisoitumista sosiaalisessa mediassa voitaisiin ehkäistä parantamalla ihmisten yleistä hyvinvointia ja ehkäisemällä syrjintää. (Wolfowicz ym., 2021b.) Tämä tukee myös muita vastaavia tutkimustuloksia, joiden mukaan esimerkiksi heikko sosioekonominen asema voi johtaa äärimmäisten poliittisten liikkeiden kannatukseen (esim. Hatton, 2016; Burgoon, van Noort & Rooduijn, 2019).

Kuten on jo edellä todettu, sosiaalisessa mediassa radikalisoituminen on tutkimusilmionä melko uusi. Se on osoittautunut monimutkaiseksi ja hankalasti tutkittavaksi aiheeksi. Ensinnäkin tutkimusta hankaloittaa sosiaalisen median alustojen moninaisuus ja teknologian jatkuva kehitys. Usein tutkimukset ovat keskittyneet yksittäisiin sosiaalisen median alustoihin, mikä vaikuttaa yleistettävyyteen. Lisäksi sosiaalisen median sivustot eivät usein halua paljastaa liiketoimintamalliaan tai esimerkiksi sitä, miten heidän algoritminsä toimivat, mikä vaikuttaa tutkimuksen tekoon. (Kitchens ym., 2020.) Toisena seikkana yksiselitteisiä syy-seuraussuhteita voi olla hankalaa tunnistaa siksi, koska tutkimus ei ole ollut kovinkaan yhdenmukaista ja siten se on ollut hankalasti toistettavissa. Sosiaalisen median kuplien tutkimuksessa ongelmia ovat olleet muun muassa se, ettei käsitteitä ja mittareita ole määritelty yhdenmukaisesti. Sen seurauksena sosiaalisen median alustojen sekä teknologian ja kaikukammioiden väliset suhteet ovat jääneet osin epäselviksi. (Kitchens ym., 2020; Wolfowicz ym., 2021a.) Lisäksi Shore ja kumppanit (2018, 850) mainitsevat, että tutkimuksissa on keskitytty liikaa vain aktiivisiin sosiaalisen median käyttäjiin. Tämä voi osaltaan vääristää tutkimusten tuloksia, koska iso joukko ihmisistä ei käytä sosiaalista mediaa aktiivisesti, saati hyödynnä sitä poliittisen vaikuttamisen keinona (Shore ym., 2018, 850).

Sosiaalisesta mediasta, kaikukammioista ja informaatiokuplista siis riittää tutkittavaa myös tulevaisuudessa. Wolfowicz ja kumppanit (2021a, 18) ehdottavatkin, että jatkossa tutkimuksissa voitaisiin keskittyä erittelemään ja arvioimaan algoritmien vaikutuksia erilaisten radikaalien ideologisten välillä. Colleoni ja kumppanit (2014, 329) puolestaan ehdottavat, että tulevaisuudessa sosiaalisen median alustoja ei tutkittaisi vain erillisinä yksikköinä, vaan keskityttäisiin tarkastelemaan niitä osana kulttuuria ja luonnollista vuorovaikutusta. Lisäksi tähän mennessä tehdyistä tutkimuksista suuri osa on ollut määrällistä, ja laadullinen tutkimus voisikin tuoda erilaista näkökulmaa aiheeseen (esim. Kim, 2011; Bright, 2018; Kitchens ym., 2020). Monipuolisen käsityksen saamiseksi tarvittaisiin myös enemmän tutkimusta muun muassa eri ikäisistä ihmisistä sekä siitä, miten yksilöiden omat valinnat vaikuttavat kaikukammioiden muodostumiseen ja informaatiokuplien toimintaan (Rhodes, 2022; Kitchens ym., 2020, 1642). Myös pitkittäistutkimus sosiaalisessa mediassa tapahtuvasta radikalisoitumisesta olisi mielekäs jatkotutkimuksen aihe (Wolfowicz ym., 2021b).

On kuitenkin hyvä huomata ulkomaalaisten ja suomalaisten tutkimuksen eriävät poliittiset kontekstit. Esimerkiksi Yhdysvalloissa poliittinen polarisaatio on jakanut demokraattien ja republikaanien kannattajat hyvinkin omanlaisiinsa kupliin muun muassa erilaisten poliittisten mielipiteiden perusteella (Colleoni ym., 2014; Norris & Inglehart, 2019, 448). Näissä kuplissa ihmiset voivat elävää toisistaan hyvinkin paljon eriävissä todellisuuksissa (Norris & Inglehart, 2019). Suomessa tilanne ei ainakaan toistaiseksi ole yhtä polarisoitunut, ja esimerkiksi puolueliikkuvuus on yleisempää (Kantola & Kuusela, 2019; Im, Kantola, Kauppinen & Wass, 2020). Kuitenkin myös Suomessa tuloerot ovat kasvaneet ja vauraus keskittynyt rikkaille (Kantola & Kuusela, 2019). Muuta maailmaa voidaankin pitää varoittavana esimerkkinä siitä, miten kansalaisten pahoinvointi voi johtaa erilaisten syrjivien ja äärimmäisten ajatusten kannatukseen.

Yhdenmukaista tutkimusta algoritmien, kaikukammioiden ja radikalisoitumisen yhteydestä tarvitaan. Näiden aiheiden tunteminen onkin erityisen merkittävää myös siksi, koska teknologian ja tekoälyn kehittyessä myös algoritmien rooli arjessa tulee lisääntymään. (Kaiser & Rauchfleisch, 2020, 13.) Keskeistä on ymmärtää, miten

algoritmeja käytetään, sillä teknologialla voi olla myös rooli kollektiivisten radikaalien näkemysten ja ryhmien polarisaation lisääntymisessä (Richards & Wood, 2020, 113). Esimerkiksi maahanmuuttovastaisuus ja pelon lietsominen ovat yksiä keskeisiä populististen puolueiden hyödyntämiä vaikuttamisen keinoja (Norris & Inglehart, 2019). Jotta vältetään radikaalien kaikukammioiden muodostumiselta ja ihmisten liikkumiselta yhä kauemmaksi toisistaan, on tiedettävä keinot näiden taustalla.

Lähteet

- Arguedas, A., Robertson, C., Fletcher, R., & Nielsen, R. (2022). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Belavadi, S., Rinella, M.J. & Hogg, M.A. (2020). When social identity-defining groups become violent. Teoksessa C. A. Ireland, M. Lewis, A. Lopez, & J. L. Ireland (toim.), *The Handbook of Collective Violence: Current Developments and Understanding* (s. 17–30). Oxfordshire: Routledge.
- Bright, J. (2018). Explaining the Emergence of Political Fragmentation on Social Media: The Role of Ideology and Extremism, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(1), (s. 17–33).
- Burgoon, B., van Noort, S., Rooduijn, M., & Underhill, G. (2019). Positional Deprivation and Support for Radical Right and Radical Left Parties. *Economic Policy*, 34(97), (s. 49–93).
- Colleoni, E., Rozza, A., & Arvidsson, A. (2014). Echo Chamber or Public Sphere? Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data. *Journal of Communication*, 64(2), (s. 317–332).
- Cuddy, A., Fiske, S., Kwan, V., Glick, P., Demoulin, S., ... & Ziegler, R. (2009). Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology*, 48(1), (s. 1–33).
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *The Public Opinion Quarterly*, 80(1), (s. 298–320).
- Goldsmith, A., & Brewer, R. (2015). Digital drift and the criminal interaction order. *Theoretical Criminology*, 19(1), (s. 112–130).

Grossetti, Q., du Mouza, C., Travers, N., & Constantin, C. (2021). Reducing the filter bubble effect on Twitter by considering communities for recommendations. *International Journal of Web Information Systems*, 17(6), (s. 728–752).

Hatton, J.T. (2016) Immigration, public opinion and the recession in Europe. *Economic Policy*, 31(86), (s. 205–246).

Hinds, J., Williams, E. J., & Joinson, A. N. (2020). “It wouldn’t happen to me”: Privacy concerns and perspectives following the Cambridge Analytica scandal. *International Journal of Human-Computer Studies*, 143, (s. 1–14).

Hornsey, M. (2008). Social Identity Theory and Self-categorization Theory: A Historical Review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), (s. 204–222).

Im, Z., Kantola, A., Kauppinen, T. & Wass, H. (2020). *Neljän kuplan kansa: miten suomalaiset äänestävät?* (Kansalaisuuden kuilut ja kuplat 5). Helsinki: Helsingin yliopisto.

Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2010). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford: Oxford University Press.

Kaiser, J., & Rauchfleisch, A. (2020). Birds of a Feather Get Recommended Together: Algorithmic Homophily in YouTube’s Channel Recommendations in the United States and Germany. *Social Media + Society*, 6(4), (s. 1–15).

Kantola, A., & Kuusela, H. (2019). *Huipputuloiset: Suomen rikkain promille*. Tampere: Vastapaino.

Kim, K. S. (2011). Public understanding of the politics of global warming in the news media: the hostile media approach. *Public Understanding of Science*, (20)5, (s. 690–705).

Kitchens, B., Johnson, S.L. & Gray, P. (2020). Understanding echo chambers and filter bubbles: The impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption. *MIS Quarterly*, 44(4), (s. 1619–1649).

- Levendusky, M. S. (2013). Why do partisan media polarize viewers? *American Journal of Political Science*, *57*(3), (s. 611–623).
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O’Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J., & Cunningham, P. (2015). Down the (White) Rabbit Hole: The Extreme Right and Online Recommender Systems. *Social Science Computer Review*, *33*(4), (s. 459–478).
- Rhodes, S. (2022). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News: How Social Media Conditions Individuals to Be Less Critical of Political Misinformation. *Political Communication*, *39*(1), (s. 1–22).
- Richards, I., & Wood, M. (2020). Responding to online violent extremism. Teoksessa C. A. Ireland, M. Lewis, A. Lopez, & J. L. Ireland (toim.), *The Handbook of Collective Violence: Current Developments and Understanding*, (s. 112–124), Oxfordshire: Routledge.
- Schaub, M. & Morisi, D. (2020). Voter mobilisation in the echo chamber: Broadband internet and the rise of populism in Europe. *European Journal of Political Research*, *59*(4), (s.752–773).
- Shore, J., Baek, J., & Dellarocas, C. (2018). Network Structure and Patterns of Information Diversity on Twitter. *MIS Quarterly*, *42*(3), (s. 849–872).
- Sunstein, C. R. (2002). The Law of Group Polarization. *The Journal of Political Philosophy*, *10*(2), (s. 175–195).
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (s. 33–37). Monterey: Brooks/Cole.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: studies in social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Warner, B. R. (2010). Segmenting the Electorate: The Effects of Exposure to Political Extremism Online. *Communication Studies*, 61(4), (s. 430–444).

Wolfowicz, M., Weisburd, D. & Hasisi, B. (2021a). Examining the interactive effects of the filter bubble and the echo chamber on radicalization. *Journal of Experimental Criminology*, 19(1), (s. 119–141).

Wolfowicz, M., Litmanovitz, Y., Weisburd, D. & Hasisi, B. (2021b). Cognitive and behavioral radicalization: A systematic review of the putative risk and protective factors. *Campbell Systematic Reviews*, 17(3), (s. 1–90).

Wood, M. A. (2017). Antisocial media and algorithmic deviancy amplification: Analysing the id of Facebook's technological unconscious. *Theoretical Criminology*, 21(2), (s. 168–185).