

Päähaku, Poliitiikan ja viestinnän kandiohjelma

Valintakoe 31.5.2021 klo 14.00–18.00

Lue huolellisesti kaikki ohjeet läpi

Koe koostuu 2 osasta. Kokeen kesto on 4 tuntia. Voit jakaa koeajan osien välillä haluamallasi tavalla. Voit liikkua osien välillä kokeen aikana vapaasti. Jos jokin osa jää sinulta kesken, viimeisin tilanne tallentuu vastaukseksi. Vastaa kaikkiin osioihin.

Sinulla saa kokeen aikana olla auki ainoastaan valintakoejärjestelmä. Voit luonnostella vastauksiasi ruutupaperille. Ruutupaperille tekemiäsi merkintöjä ei huomioida arvostelussa.

Valintakokeen arviointi

Valintakokeessa on 2 osaa. Voit saada 14 pistettä osasta 1 ja 22 pistettä osasta 2. Kaikilta kokeeseen osallistuneilta arvioidaan osa 1 ja hakijat asetetaan sen perusteella paremmuusjärjestykseen. Kokeen osa 2 arvioidaan vain osassa 1 parhaiten menestyneeltä 102 hakijalta. Jos useammalla hakijalla on sama pistemäärä kuin 102. hakijalla, osa 2 arvioidaan kaikilta näiltä hakijoilta.

Sinun on mahdollista tulla hyväksytyksi vain, jos saat osasta 1 vähintään 8 pistettä ja osasta 2 vähintään 11 pistettä. Sinun on mahdollista tulla hyväksytyksi vain, jos kokeesi kaikki osat on arvioitu. Osien pisteet lasketaan yhteen. Opiskelijoiksi valitaan parhaat pisteet saaneet hakijat.

Osa 1: Kirjallisuuskoe (0-14 pistettä)

Ennakkomateriaalit

Jeremy Rose, John Stouby Persson, Lise Tordrup Heeager & Zahir Irani (2015) Managing e-Government: value positions and relationships. *Information Systems Journal*, 25, 531-571.

Katharine Dommett & Luke Temple (2017) Digital Campaigning: The Rise of Facebook and Satellite Campaigns. *Britain Votes*, 71, 1, 189-202.

Irina Lock & Ramona Ludolph (2020): Organizational propaganda on the Internet: A systematic review. *Public Relations Inquiry*, 9, 1, 103-127.

Silvio Waisbord (2018) Truth is What Happens to News. *Journalism Studies*, 19, 13, 1866-1878.

Madeline Carr & Feja Lesniewska (2020) Internet of Things, cybersecurity and governing wicked problems: learning from climate change governance. *International Relations*, 34, 3, 391-412.

Shamel Azmeh, Christopher Foster & Jaime Echavarrri (2020) The International Trade Regime and the Quest for Free Digital Trade. *International Studies Review*, 22, 3, 671-692.

Tehtävä 1.1: Väittämät ennakkomateriaalista (0-9 pistettä)

Alla on 60 väittämää ennakkomateriaaleina olleista tutkimusartikkeleista. Väittämät pitävät yksiselitteisesti paikkansa tai eivät pidä paikkaansa. Jos väite pitää paikkansa, vastaa OIKEIN. Jos väite ei pidä paikkaansa, vastaa VÄÄRIN.

Kunkin osion alussa on mainittu, mihin tutkimusartikkeliin väittämät perustuvat.

Oikeasta vastauksesta saat +0,15 pistettä, väärästä vastauksesta -0,15 pistettä ja vastaamatta jättämisestä 0 pistettä. Enimmäispistemäärä tehtävästä 1.1 on yhteensä 9 pistettä ja vähimmäispistemäärä yhteensä 0 pistettä (eli tehtävän 1.1 kokonaispistemäärä ei voi olla alle 0 pistettä).

Tutkimusartikkeli: Katharine Dommett & Luke Temple (2017) Digital Campaigning: The Rise of Facebook and Satellite Campaigns. *Britain Votes*, 71, 1, 189-202.

1. Vuoden 2017 Yhdistyneen kuningaskunnan vaaleissa puolueet käyttivät Facebook-dataa, kuten käyttäjien ikää, sukupuolta ja mielenkiinnon kohteita, kohdentaessaan vaaliviestejään.
(s. 190, OIKEIN)

2. Työväenpuolue (Labour Party) keskittyi kampanjoinnissaan mainoksiin, joissa kyseenalaistettiin toisen puolueen johtoa ja verrattiin oman ja muiden puolueiden kantaa verotukseen (position on taxation). Konservatiivipuolue (Conservative Party) keskittyi edistämään äänioikeutettujen rekisteröintiä (electoral registration) ja esitti vaalikampanjavideoissaan kymmenen syytä äänestää puoluetta.
(s. 190, 192, VÄÄRIN)
3. Facebookin tarjoamat kampanjointimahdollisuudet ovat luoneet uuden tarpeen kohdentaa kampanjoita eri äänestäjäryhmille.
(s. 191, VÄÄRIN)
4. Facebookin kaltaisten avointen alustojen (open platform) hyödyntäminen kampanjoinnissa luo osallistavaa tunnetta, sillä se mahdollistaa käyttäjien oman sisällön tuottamisen. Tämä sisältö usein rikastuttaa puolueen virallisia kampanjoita.
(s. 193, VÄÄRIN)
5. Satelliittikampanjat (satellite campaigns) viittaavat puolueen ulkopuolisten toimijoiden tai organisaatioiden järjestämiin kampanjoihin.
(s. 195, OIKEIN)
6. Digitalisaation kautta vaalikampanjoiden viestien levittäminen on siirtynyt entistä vahvemmin itse äänestäjille, mikä on vähentänyt keskitetyn puoluekampanjoinnin merkitystä.
(s. 195, OIKEIN)
7. Satelliittikampanjoita järjestävät välikädet (intermediaries) nähdään uhkana poliittisten puolueiden toiminnalle ja asemalle.
(s. 196, VÄÄRIN)
8. Digitalisaatio ja satelliittikampanjat tarjoavat kansalaisille matalamman kynnyksen osallistua puolue toimintaan ja vaalikampanjoihin.
(s. 196, OIKEIN)
9. Satelliittikampanjat nähdään hyödyllisiksi puolueen toiminnan edistämiseksi. Näin ollen puolueet ovat omaksuneet tämän uuden toimintatavan ja nojautuvat tähän kampanjointimuotoon parempien tulosten saavuttamiseksi.
(s. 197, VÄÄRIN)

10. Perinteinen vaalikampanjointi on kokenut mullistuksen digitalisaation kautta.
(s. 198, VÄÄRIN)

Tutkimusartikkeli: Jeremy Rose, John Stouby Persson, Lise Tordrup Heeager & Zahir Irani (2015) Managing e-Government: value positions and relationships. Information Systems Journal, 25, 531-571.

1. Kirjoittajien mielestä tutkijoiden tulisi pyrkiä etsimään yksimielistä lähestymistapaa arvoihin, joiden pohjalta julkisen hallinnon sähköisiä palveluja (e-Government) kehitettäisiin.
(s. 533, VÄÄRIN)
2. Weberin byrokratiateorian mukaan julkisen hallinnon arvoihin kuuluu päätösten perustuminen lailliseen toimivaltaan (law and authorised policy).
(s. 535, OIKEIN)
3. Uuden julkisjohtamisen (New Public Management, NPM) arvoissa keskeisiä ovat yksittäisten kansalaisten demokraattiset vaikutusmahdollisuudet.
(s. 536-537, VÄÄRIN)
4. Julkisen arvojohtamisen (Public Value Management, PVM) arvoissa korostuu yleinen etu (public interest).
(s. 537, OIKEIN)
5. Osallisuuden (engagement) arvoissa keskeistä on dialogi kansalaisyhteiskunnan (civil society) ja virkamiesten (public servants) kesken, mikä johtaa yleisen edun jatkuvaan uudelleenmäärittelyyn.
(s. 538, OIKEIN)
6. Uusi virkamiesajattelu (New Public Service) korostaa palvelutuotannon tehokkuuden edistämistä niin, että asiakkailla on mahdollisimman suuri valinnanvapaus.
(s. 539, VÄÄRIN)
7. Osallisuuden ihanteissa sähköisten hallintopalvelujen (e-Government) kehittämisen tarkoituksena on lisätä palvelujen saatavuutta ja käytettävyyttä tarjoamalla ne tietoverkossa (online).

(s. 542, VÄÄRIN)

8. Professionalismin ihanteissa pyritään maksimoimaan hallinnon hyöty kansalaisyhteiskunnalle tarjoamalla palveluja, jotka edistävät yhteistä hyvää (public good).
(s. 542, VÄÄRIN)
9. Palvelun (service) ihanteissa tyypillisiä arvoja ovat pysyvyys, oikeudenmukaisuus, laillisuus ja vastuu (accountability).
(s. 542, VÄÄRIN)
10. Sähköisten palvelujen (e-services) laajamittainen käyttöönotto ja sähköisten osallistumismuotojen kasvava tarjonta (e-participation) ovat omiaan vahvistamaan yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta ottamalla huomioon kansalaisten erilaiset tarpeet (equity).
(s. 552, VÄÄRIN)

Tutkimusartikkeli: Silvio Waisbord (2018) Truth is What Happens to News. *Journalism Studies*, 19, 13, 1866-1878.

1. Nykyisessä julkisessa keskustelussa (public communication) journalismi perinteisenä instituutiona kontrolloi uutisten ja informaation dynamiikoita, koska yksittäisillä uutisorganisaatioilla on valta määrittellä, mitä ne julkaisevat ja millaisia normeja noudattavat.
(s. 1868, VÄÄRIN)
2. Artikkelin johtopäätös on, että sen enempää valeuutiset kuin puhe totuuden jälkeisestä (post-truth) ajasta eivät varsinaisesti viittaa journalismiin, vaan ne ilmaisevat pikemminkin globaalia julkisen keskustelun muutosta, millä horjutetaan moderneja oletuksia sekä uutisista että totuudesta.
(s. 1868, OIKEIN)
3. Artikkelin mukaan me elämme postmodernia totuuden jälkeistä aikaa, jolloin absoluuttinen relativismi on ainoa keino, jolla vastuulliset toimittajat ja kansalaiset voivat yrittää vakuuttaa vallanpitäjät faktoilla ja tiedolla.
(s. 1867, VÄÄRIN)

4. Facebook oli joutunut mainekriisiin (reputation crisis) vuoden 2016 Yhdysvaltain vaalien johdosta. Facebook lanseerasi termin "valeuutiset" (fake news), jolla se halusi korostaa totuutta ja tehdä pesäeroa konservatiivien käyttämään valheelliseen vaalitaktiikkaan.
(s. 1867, VÄÄRIN)
5. Ns. modernin projekti (modern project) tarkoittaa, että vain tieteellinen ajattelumalli voi tuottaa legitiimiä tietoa. Totuuden jälkeisyys viittaa siihen, että tämän ajattelumallin kannatus on romahtanut.
(s. 1869, OIKEIN)
6. Tieteellinen totuus jäi syrjään jälki-ideologisena oppina kylmän sodan aikana, jolloin eliitit pitivät poliittista retoriikkaa keskeisenä tienä valtiomiestaitoon, kapitalismin edistämiseen, fasismin lyömiseen ja kommunismin torjumiseen.
(s. 1869, VÄÄRIN)
7. Erilaiset tieteen kieltämisen (denialism) ja epäilyn (skepticism) muodot hylkäävät tieteen paradigman peruslähtökohdat. Denialistit ja skeptikot epäilevät tieteellisiä faktoja ja vakiintuneita menettelytapoja, joilla väitteet on osoitettu tosiksi tai vääriksi, voidakseen esitellä ja kannattaa omia ideoitaan.
(s. 1870, OIKEIN)
8. Kirjoittaja väittää, että totuus journalismissa on upotettu (embedded) uutisten kulutukseen ja informaation tuotantoon. Siksi huomio on kiinnitettävä enemmän siihen, mitä ihmiset tekevät uutisilla kuin siihen, mitä journalismi yksipuolisesti päättää pitää täsmällisenä tulkintana todellisuudesta.
(s. 1872, OIKEIN)
9. Vaikka yhteiskunnalliset olosuhteet ovat historian saatossa muuttuneet, journalismi on kyennyt yhä säilyttämään etuoikeutensa uutisten ja totuuden tärkeimpänä määrittelijänä – toisin kuin muut yhteiskunnalliset instituutiot, kuten esimerkiksi valtio tai kirkko, jotka ovat menettäneet hallitsevan tiedon monopolinsa.
(s. 1875, VÄÄRIN)
10. Ratkaisuksi journalismin ongelmiin kirjoittaja ehdottaa uudenlaisia journalismin muotoja, kuten yleisö- ja kansalaisjournalismia, hyvin paikallistettuja (hyperlocal) uutisia ja digitaalista uutisaktivismia.
(s. 1875, VÄÄRIN)

Tutkimusartikkeli: Irina Lock & Ramona Ludolph (2020): Organizational propaganda on the Internet: A systematic review. Public Relations Inquiry, 9, 1, 103-127.

1. Digitaalinen organisatorinen propaganda tarkoittaa organisaatioiden pyrkimyksiä vaikuttaa viestinnällä suoraan vastaanottajaan digitaalisilla alustoilla, ilman epäeettisiä tarkoituksia.
(VÄÄRIN)
2. Suhdetoiminnan eli PR:n (Public Relations) teoreettiset juuret ovat toisaalta antiikin Kreikan retoriikassa ja toisaalta deliberatiivisessa keskustelussa, minkä pohjana on Habermasin kommunikatiivisen toiminnan teoria.
(s. 106, OIKEIN)
3. Mustan propagandan toimijat joutuvat yhä enemmän piiloutumaan ja valkoinen propaganda lisääntyy, minkä seurauksena disinformaatio tulee näkyvämmäksi.
(s. 116, VÄÄRIN)
4. Historiallisesti julkisella suhdetoiminnalla (PR) ja propagandalla on eri lähtökohdat. Propaganda pohjautuu totalitaariseen, toisen maailman sodan aikaiseen fasististen hallitusten toimintaan, sen sijaan PR on organisaatioiden eettistä viestintää.
(s. 104, VÄÄRIN)
5. Klassisessa propagandassa propagandistin identiteetti oli näkyvillä, ja hän samastui yleisöön, johon pyrki vaikuttamaan. Digitaalisessa ympäristössä propagandisti piiloutuu verkkoon, eikä yleisö tiedä, kuka viestejä lähettää.
(s. 107, VÄÄRIN)
6. Digitaalisella organisatorisella propagandalla on kaksi tavoitetta: vaikuttaa mieleen ja toimintaan. Mieleen vaikuttava propaganda tähtää asenteiden ja uskomusten muuttamiseen. Esimerkiksi väkivaltaiset ekstremistiryhmät (ääriryhmät) lisäävät pelkoa yleisössä ja samalla hankkivat toiminnalleen oikeutusta kannattajiensa joukossa.
(s. 116, OIKEIN)
7. Kohdennettua nettimainontaa Facebookissa voidaan artikkelin mukaan pitää eettisenä suostutteluviestintänä (persuasion).
(s. 118-119, OIKEIN)

8. Aiemmin PR nähtiin suostuttelevana toimintana ja pääajatus oli ylläpitää suhteita, eikä niin välitetty teoreettisista näkökulmista. Sen sijaan uudempi tutkimus 2010-luvulla määrittelee PR:n tietoisena ja systemaattisena yrityksenä muokata havaintoja, manipuloida kognitioita (tiedollista ajattelua) ja suoraan vaikuttaa käyttäytymiseen.
(s. 105, VÄÄRIN)
9. Digitaalinen propaganda eroaa klassisesta propagandasta. Digitaalisessa viestinnässä lähteitä ei tarvitse piilottaa, vaan propagandistit voivat vaikuttaa suoraan kohdeyleisöihin (target audiences). Klassisessa propagandassa kohteena on ennen kaikkea yleinen mielipide (public opinion).
(s. 116, OIKEIN)
10. Kirjoittaja sijoittaa tutkimustuloksia havainnollistavassa kuviossa digitaalisen organisatorisen propagandan ympyrän neljännekseen (quadrant), jota rajaavat epäeettinen, yhteisymmärrykseen pyrkivä (mutual understanding) ja suora kommunikaatio.
(s. 118, VÄÄRIN)

Tutkimusartikkeli: Shamel Azmeh, Christopher Foster & Jaime Echavarrí (2020) The International Trade Regime and the Quest for Free Digital Trade. *International Studies Review*, 22, 3, 671-692.

1. Digitalisaatio ja teknologinen muutos vauhdittavat yhtenäisen kansainvälisen kaupparegiimin muodostumista, kun samaan aikaan internetin globaalien hallintaregiimin heikkous on johtanut sen hajanaisuuteen kansallisella tasolla.
(s. 688-689, VÄÄRIN)
2. Ulkomailla tapahtuvaan kulutukseen (consumption abroad) perustuva digitaalisen kaupan hallinta mahdollistaa hyvin epätasa-arvoisen ympäristön digitaalisten tuotteiden ja palveluiden globaalille kaupalle.
(s. 676, OIKEIN)
3. WTO antoi julkilausumansa globaalien sähköisen kaupan puolesta (Declaration on Global Electronic Commerce) sen jälkeen, kun USA ryhtyi ajamaan digikauppastrategiaansa (digital trade agenda) multilateraalisesti.
(s. 677, 672, VÄÄRIN)

4. Tyynenmeren kumppanuussopimus (Trans-Pacific Partnership, TPP) olisi ensimmäisenä kauppasopimuksena velvoittanut allekirjoittaneet maat kieltämään vaatimukset lähdekoodien ja niissä ilmaistujen algoritmien luovuttamisesta.
(s. 687-688, VÄÄRIN)
5. Tuotteiden ja palvelujen luokittelu sekä sitä koskeva säännöstö ovat tärkeitä kansainvälisen kaupparegiimin kannalta. Esimerkiksi WTO-järjestelmässä erottelu tuotteen ja palvelun välillä on perustava sen kannalta, minkä sopimuksen tai artiklan alle kyseiset toiminnot sijoittuvat.
(s. 675, OIKEIN)
6. Googlen kaltaiset suuret teknologia-alan yhtiöt ovat lobanneet Yhdysvaltain hallitusta liittämään digitaalisen kaupan kysymykset osaksi kansainvälistä kaupparegiimiä.
(s. 683-684, OIKEIN)
7. Kiinan menestys digiteollisuudessa ja keskitetty politiikka ovat johtaneet siihen, että myös EU:ssa priorisoidaan oman eurooppalaisen digitaloussektorin rakentamista keskitetyin toimin.
(s. 681, VÄÄRIN)
8. USA on vaatinut "sähköisten siirtojen" (electronic transmissions) tullivapauden vakinaistamista WTO:ssa.
(s. 687, OIKEIN)
9. USA:n digikauppastrategiaan kuuluu pyrkimys harmonisoida säännöt välittäjien vastuusta (intermediary liability) digitaalisissa palveluissa ja tuotteissa. Tämä vastuu tarkoittaisi maahantuojien ja jälleenmyyjien kohtelun yhtenäistämistä eri maissa myydyistä digitaalisista tuotteista mm. takuu- ja väärinkäyttötilanteissa.
(s. 685, VÄÄRIN)
10. Viime vuosikymmeninä kansainvälinen kaupparegiimi on siirtynyt käsittelemästä rajantakaisia (beyond-the-border) kauppakysymyksiä kohti erilaisia rajalla ratkottavia (at-the-border) kysymyksiä.
(s. 673, VÄÄRIN)

Tutkimusartikkeli: Madeline Carr & Feja Lesniewska (2020) Internet of Things, cybersecurity and governing wicked problems: learning from climate change governance. *International Relations*, 34, 3, 391-412.

1. Esineiden internet viittaa kompleksisiin kyber-fyysisiin järjestelmiin, joissa yhdistyy kolme elementtiä: dataa ympäristöstä keräävät sensorit, tätä dataa analysoivat työkalut sekä näitä hyödyntävä teollisuus ja liiketoiminta.
(s. 395-396, VÄÄRIN)
2. Maailman talousfoorumi on tehnyt esineiden internetin hallintaan liittyvän aloitteen, jonka tarkoitus on ohittaa perinteiset kansainväliset instituutiot ja tuoda mukaan yksityistä ja teknistä sektoria ratkomaan ongelmia.
(s. 405-406, OIKEIN)
3. Internetin hallintofoorumi (Internet Governance Forum, IGF) on YK:n johtava järjestö digitaalisen kentän yhteistyötä koskevalle keskustelulle, mutta teknisen tietämyksen puuttuessa esineiden internetiä koskevia kysymyksiä ei ole käsitelty siellä kuin pariin otteeseen.
(s. 404-405, VÄÄRIN)
4. Kansainvälinen politiikka on keskittynyt 1990-luvulta lähtien verkkoturvallisuudessa finanssialan murtojen, kriittiseen infrastruktuuriin kohdistuneiden hyökkäysten ja tekijänoikeusvarkauksien torjumiseen.
(s. 395, OIKEIN)
5. Monenkeskiset (polycentric) hallintajärjestelmät auttavat hillitsemään viheliäisiä (wicked) ongelmia yhtenäisten sääntöjen tai normien kautta.
(s. 400, OIKEIN)
6. Esineiden internetin myötä verkkoturvallisuus on muodostunut superviheliäiseksi ongelmaksi, koska se täyttää superviheliäisen ongelman neljä avainominaisuutta: mittakaava, monimutkaisuus, globaali vaikutus ja siihen kohdistuva vähättely.
(s. 398-399, VÄÄRIN)

7. Carrin ja Lesniewskan mukaan globaali ilmastohallinta voi toimia esimerkkinä esineiden internetin tietoverkkoturvallisuuden ongelmien käsittelyssä. Tämän mallin mukaisesti tietoverkkoturvallisuuden hallinta siirtyisi tehokkaiden toimeenpanomekanismien ja kansainvälisten sanktioiden piiriin.
(s. 391, 401-402, 406, VÄÄRIN)

8. Kansainvälinen televiestintäliitto (ITU) nosti jo varhain esille esineiden internetin turvallisuuskysymykset ja toimii yhtenä keskustelualustana poliittisten piirien ja teknologia-asiantuntijoiden välillä, mutta ITU:n rahoitusosuuksiin perustuva päätöksentekojärjestelmä heikentää sen toimintakykyä turvallisuusongelmien hallinnassa.
(s. 405, VÄÄRIN)

9. Pariisin ilmastopimus tarjoaa mallin monenkeskisen (polycentric) hallintajärjestelmän kehityksestä. Sen mukaan eri tasojen ja alojen toimijat voivat sitoutua osallistumaan tavoitteiden toteuttamiseen, ja sopimus auttaa seuraamaan ja valvomaan tavoitteiden toteutumista.
(s. 401, OIKEIN)

10. UNGGE (United Nations Group of Governmental Experts) on YK:n alainen kansainvälisen turvallisuuden ryhmä, jossa YK:n turvallisuusneuvoston pysyvät jäsenet yhdessä muiden kiinnostuneiden maiden kanssa ovat pyrkineet estämään valtioiden tukeman kybersodankäynnin kehittymistä ja kärjistymistä aseelliseksi sodaksi.
(s. 403, OIKEIN)

Esseekysymykset ennakkomateriaalista (0-5 pistettä)

Alla on kolme kysymystä (tehtävät 1.2, 1.3 ja 1.4) ennakkomateriaaleista. Kunkin kysymyksen kohdalla on mainittu tutkimusartikkeli, siihen viittaava kysymys, vastauksen enimmäispituus sekä enimmäispistemäärä. Yhteensä esseekysymyksistä saa enintään 5 pistettä.

Vastaa tehtäviin ytimekkäästi ja ennakkomateriaalien mukaisesti.

Kirjoita vastaukset selkeästi käyttäen oikeakielisiä kokonaisia virkkeitä, ei luetelmaviivoja.

Kirjoita vastauksesi suomeksi tai ruotsiksi. Muilla kielillä kirjoitettuja vastauksia ei huomioida arvostelussa.

Tehtävä 1.2 (0-2 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Jeremy Rose, John Stouby Persson, Lise Tordrup Heeager & Zahir Irani (2015) Managing e-Government: value positions and relationships. *Information Systems Journal*, 25, 531-571.

Kysymys: Hallinnon sähköisten palvelujen (e-Government) edistämiseen liittyvät arvot voivat olla yllä mainitun tutkimusartikkelin perusteella toisiinsa nähden yhdensuuntaisia (congruent). Selitä, mitä tällä tarkoitetaan. Käytä vastauksessasi esimerkkejä. Vastauksen pituus on enintään 3000 merkkiä.

Tehtävä 1.3 (0-1,5 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Silvio Waisbord (2018) Truth is What Happens to News. *Journalism Studies*, 19, 13, 1866-1878.

Kysymys: Artikkelissa analysoidaan journalismin korkean modernin ("high modernity") ontologisia periaatteita. Miten ne ovat muuttuneet? Vastauksen pituus on enintään 2250 merkkiä.

Tehtävä 1.4 (0-1,5 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Shamel Azmeh, Christopher Foster & Jaime Echavarri (2020) The International Trade Regime and the Quest for Free Digital Trade. *International Studies Review*, 22, 3, 671-692.

Kysymys: Mitä fooruminvaihto (forum shifting) merkitsee kansainvälisessä kauppapolitiikassa? Vastauksen pituus on enintään 2250 merkkiä.

Osa 2: Aineistokoe (0-22 pistettä)

Tutustu kokeessa jaetussa aineistossa olevaan kahteen uutisartikkeliin. Alla on kolme esseekysymystä (tehtävät 2.1, 2.2 ja 2.3). Vastauksien tulee pohjautua ensisijaisesti uutisartikkeleihin. Kunkin kysymyksen kohdalla on mainittu, mitä tutkimusartikkelia vastauksessa tulisi hyödyntää.

Vastaa tehtäviin ytimekkäästi ja aineiston mukaisesti. Ole huolellinen, että vastaat kuhunkin tehtävään oikean aineiston perusteella.

Kirjoita vastaukset selkeästi käyttäen oikeakielisiä kokonaisia virkkeitä, ei luetelmaviivoja.

Kirjoita vastauksesi suomeksi tai ruotsiksi. Muilla kielillä kirjoitettuja vastauksia ei huomioida arvostelussa.

Aineistot

"Australian hallituksen uhkapeli onnistui: Google ja Facebook näyttävät taipuvan sopimukseen paikallisten medioiden kanssa" Helsingin Sanomat 16.2.2021. Jussi Lehmusvesi ja Pekka Torvinen.

"Cambridge Analytica -skandaalin paljastanut toimittaja taistelee internetjättien piilovaikuttamista vastaan – 'Facebook pitäisi kieltää vaaleissa'" Yle Uutiset 29.9.2019. Sara Rigatelli.

Aineistoja ei julkaista tekijänoikeuksien vuoksi.

Tehtävä 2.1 (0-7,5 pistettä)

Analysoi kokeessa jaettua uutisaineistoa seuraavien kysymysten kautta ja molempien alla mainittujen tutkimusartikkelien valossa: Miten digikauppapolitiikan ongelmat nousevat esille aineiston Australiaa koskevassa artikkelissa ja millaiset globaalit internetin hallintakysymykset ilmenevät Cambridge Analytican tapauksessa? Miten näitä aineiston käsittelemiä globaalien hallinnan ongelmia voidaan lähestyä ja pyrkiä ratkaisemaan? Vastauksen pituus enintään 7500 merkkiä.

Hyödynnä vastauksessasi seuraavia tutkimusartikkeleita:

Shamel Azmeh, Christopher Foster & Jaime Echavarri (2020) The International Trade Regime and the Quest for Free Digital Trade. *International Studies Review*, 22, 3, 671-692.

Madeline Carr & Feja Lesniewska (2020) Internet of Things, cybersecurity and governing wicked problems: learning from climate change governance. *International Relations*, 34, 3, 391-412.

Tehtävä 2.2 (0-7 pistettä)

Tarkastele alla mainitun tutkimusartikkelin perusteella kokeessa jaetussa uutisaineistossa kuvattavaa Cambridge Analytica -tapausta. Käytä apuna etenkin Dommettin ja Templen esille tuomia vaalikampanjointiongelmia. Vastauksen pituus enintään 7000 merkkiä.

Hyödynnä vastauksessasi seuraavaa tutkimusartikkelia:

Katharine Dommett & Luke Temple (2017) Digital Campaigning: The Rise of Facebook and Satellite Campaigns. *Britain Votes*, 71, 1, 189-202.

Tehtävä 2.3 (0-7,5 pistettä)

Analysoi kokeessa jaettua uutisaineistoa käyttäen suostuttelevan viestinnän kolmea ulottuvuutta (dimensions), jotka on esitetty alla mainitussa tutkimusartikkelissa. Vastauksen pituus enintään 7500 merkkiä.

Hyödynnä vastauksessasi seuraavaa tutkimusartikkelia:

Irina Lock & Ramona Ludolph (2020): Organizational propaganda on the Internet: A systematic review. *Public Relations Inquiry*, 9, 1, 103-127.

Arviointiperusteet

Osa 1: Kirjallisuuskoe (0-14 pistettä)

Tehtävä 1.1 (0-9 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Dommett, Katherine & Temple, Luke. 2017. Digital Campaigning: The Rise of Facebook and Satellite Campaigns. Britain Votes 189-202

1. Vuoden 2017 Yhdistyneen kuningaskunnan vaaleissa puolueet käyttivät Facebook-dataa, kuten käyttäjien ikää, sukupuolta ja mielenkiinnon kohteita, kohdentaessaan vaaliviestejään.
s.190, **OIKEIN**

2. Työväenpuolue (Labour Party) keskittyi kampanjoinnissaan mainoksiin, joissa kyseenalaistettiin toisen puolueen johtoa ja verrattiin oman ja muiden puolueiden kantaa verotukseen (position on taxation). Konservatiivipuolue (Conservative Party) keskittyi edistämään äänioikeutettujen rekisteröintiä (electoral registration) ja esitti vaalikampanjavidеоissaan 10 syytä äänestää puoluetta.

s.190; s.192, **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Konservatiivipuolue (Conservative Party) keskittyi kampanjoinnissaan mainoksiin, joissa kyseenalaistettiin toisen puolueen johtoa ja verrattiin oman ja muiden puolueiden kantaa verotukseen. Työväenpuolue (Labour Party) keskittyi edistämään äänioikeutettujen rekisteröintiä ja esitti vaalikampanjavidеоissaan 10 syytä äänestää puoluetta.

3. Facebookin luomat kampanjointimahdollisuudet ovat luoneet uuden tarpeen kohdentaa kampanjoita eri äänestäjäryhmille.

s.191, **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Kohdennus eri äänestäjäryhmille on aina ollut olemassa. Facebook on luonut uuden tavan saavuttaa ja profiloida äänestäjiä.

4. Facebookin kaltaisten avointen alustojen (open platform) hyödyntäminen kampanjoinnissa luo osallistavaa tunnetta, sillä se mahdollistaa käyttäjien oman sisällön tuottamisen. Tämä sisältö usein rikastuttaa puolueen virallisia kampanjoita.

s.193, **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Puolueiden virallisten kampanjoiden ja avointen alustojen vapaasti tuotettujen sisältöjen välinen suhde on monimutkainen. Koska sisältöä voidaan vapaasti tuottaa, puolueilla ei ole kontrollia tuotettuun sisältöön, jolloin sisältö saattaa olla jopa ristiriidassa virallisen kampanjan kanssa.

5. Satelliittikampanjat (satellite campaigns) viittavat puolueen ulkopuolisten toimijoiden tai organisaatioiden järjestämiin kampanjoihin.

s.195, **OIKEIN**

6. Digitalisaation kautta vaalikampanjoiden viestien levittäminen on siirtynyt entistä vahvemmin itse äänestäjille, mikä on vähentänyt keskitetyn puoluekampanjoinnin merkitystä.

s.195, **OIKEIN**

7. Satelliittikampanjoita järjestävät välikädet (intermediaries) nähdään uhkana poliittisten puolueiden toiminnalle ja asemalle.

s.196, **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Satelliittikampanjoita ei nähdä uhkana poliittisten puolueiden toiminnalle, sillä ne eivät tavoittele ääniä, vaan voivat sen sijaan käyttää uusia ja innovatiivisia keinoja saada äänestäjät kiinnostumaan puolueesta.

8. Digitalisaatio ja satelliittikampanjat tarjoavat kansalaisille matalamman kynnyksen osallistua puolue toimintaan ja vaalikampanjoihin.
s.196, **OIKEIN**

9. Satelliittikampanjat nähdään hyödyllisiksi puolueen toiminnan edistämiseksi. Näin ollen puolueet ovat omaksuneet tämän uuden toimintatavan ja nojautuvat tähän kampanjointimuotoon parempien tulosten saavuttamiseksi.
s.197, **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Satelliittikampanjoilla on pikemminkin ristiriitaiset suhteet puolueisiin. Toisaalta ne nähdään kampanjoinnin mahdollistajina, mutta toisaalta puolueilla ei ole minkäänlaista kontrollia tai luottamusta näihin toimijoihin, joilla usein saattaa olla omat tavoitteet kampanjoinnissa.

10. Perinteinen vaalikampanjointi on kokenut mullistuksen digitalisaation kautta.
s.198, **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Digitalisaatio on luonut uuden tavan kampanjoida ja on yksi kampanjoinnin työkaluista. Se ei kuitenkaan ole mullistanut kampanjointia, vaan ainoastaan edesauttanut kommunikaatiota äänestäjien ja puolueiden välillä.

Tutkimusartikkeli: Jeremy Rose, John Stouby Persson, Lise Tordrup Heeager & Zahir Irani (2015) Managing e-Government: value positions and relationships. Information Systems Journal, 25, s. 531-571.

1. Kirjoittajien mielestä tutkijoiden tulisi pyrkiä etsimään yksimielistä lähestymistapaa arvoihin, joiden pohjalta julkisen hallinnon sähköisiä palveluja (e-Government) kehitettäisiin.
s. 533 – **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Kirjoittajien mielestä tutkijoiden tulisi pyrkiä sekä teoreettisiin, että empiirisiin lähestymistapoihin arvojen tutkimuksessa, jotta julkisen hallinnon sähköisten palvelujen kehittämiseen voitaisiin tuoda sekä objektiivista, että subjektiivista puolta.

2. Weberin byrokratiateorian mukaan julkisen hallinnon arvoihin kuuluu päätösten perustuminen lailliseen toimivaltaan (law and authorised policy).
s. 535 – **OIKEIN**

3. Uuden julkisjohtamisen (New Public Management, NPM) arvoissa keskeisiä ovat yksittäisten kansalaisten demokraattiset vaikutusmahdollisuudet.
s. 536-537 – **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Uuden julkisjohtamisen (New Public Management, NPM) arvoissa keskeistä on hallinnon ja julkisen johtamisen tehokkuus demokraattisessa päätöksenteossa. Lisäksi keskiössä on julkinen hyvä, eikä niinkään yksittäinen kansalainen.

4. Julkisen arvojohtamisen (Public Value Management, PVM) arvoissa korostuu yleinen etu (public interest).
s. 537 – **OIKEIN**

5. Osallisuuden (engagement) arvoissa keskeistä on dialogi kansalaisyhteiskunnan (civil society) ja virkamiesten (public servants) kesken, mikä johtaa yleisen edun (public interest) jatkuvaan uudelleenmäärittelyyn.
s. 538 – **OIKEIN**

6. Uusi virkamiesajattelu (New Public Service) korostaa palvelutuotannon tehokkuuden edistämistä niin, että asiakkailla on mahdollisimman suuri valinnanvapaus.
s. 539 – **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Asiakkaan valinnanvapaus liittyy uuteen julkisjohtamiseen. Sen sijaan uusi virkamiesajattelu korostaa palvelutuotannossa yhteistä kehittämistä dialogin kautta.

7. Osallisuuden (engagement) ihanteissa sähköisten hallintopalvelujen (e-Government) kehittämisen tarkoituksena on lisätä palvelujen saatavuutta ja käytettävyyttä tarjoamalla ne tietoverkossa (online).

s. 542 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Palvelujen tarjoaminen tietoverkossa liitetään tehokkuuden ihanteeseen, kun taas osallisuuden ihanne sähköisten hallintopalvelujen kehittämisessä on edistää keskustelua käyttäjien kanssa ja suunnitella palveluja yhdessä.

8. Professionalismin ihanteissa pyritään maksimoimaan hallinnon hyöty kansalaisyhteiskunnalle (civil society) tarjoamalla palveluja, jotka edistävät yhteistä hyvää (public good).

s. 542 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Hallinnon hyödyn maksimointi kansalaisyhteiskunnalle tarjoamalla yhteistä hyvää edistäviä palveluja liittyy palvelun ihanteeseen. Professionalismin ihanteessa pyritään pysyvyys, oikeudenmukaisuus, laillisuuteen ja vastuuseen.

9. Palvelun (service) ihanteissa tyypillisiä arvoja ovat pysyvyys, oikeudenmukaisuus, laillisuus ja vastuu (accountability).

s. 542 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Pysyvyys, oikeudenmukaisuus, laillisuus ja vastuu ovat professionalismin ihanteen arvoja. Palvelun ihanteen arvot liittyvät kansalaisyhteiskunnan hyödyn hallinnollisen maksimoimiseen, tarjoamalla yhteistä hyvää edistäviä palveluita.

10. Sähköisten palvelujen (e-services) laajamittainen käyttöönotto ja sähköisten osallistumuotojen kasvava tarjonta (e-participation) ovat omiaan vahvistamaan yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta ottamalla huomioon kansalaisten erilaiset tarpeet (equity).

s. 552 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Sähköisten palvelujen laajamittainen käyttöönotto ja sähköisten osallistumuotojen kasvava tarjonta voivat vahvistaa digiosaamisesta johtuvia eroavaisuuksia.

Tutkimusartikkeli:

Silvio Waisbord (2018) Truth is What Happens to News. Journalism Studies, 19, 13, s. 1866-1878.

1. Nykyisessä julkisessa keskustelussa (public communication) journalismi perinteisenä instituutiona kontrolloi uutisten ja informaation dynamiikoita, koska yksittäisillä uutisorganisaatioilla on valta määrittellä, mitä ne julkaisevat ja millaisia normeja noudattavat.

s. 1868 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Journalismi yhtenä instituutiona ei voi hallita tätä julkisen keskustelun ympäristöä. Yksittäisillä uutisorganisaatioilla on kyllä valtaa päättää, mitä he julkaisevat ja mitä normeja noudattavat. He eivät kuitenkaan voi hallita julkista ilmaisua nykyisessä digitaalisessa ympäristössä.

2. Artikkelin johtopäätös on, että sen enempää valeuutiset kuin puhe totuuden jälkeisestä (post-truth) ajasta eivät varsinaisesti viittaa journalismiin, vaan ne ilmaisevat pikemminkin globaalia julkisen keskustelun muutosta, millä horjutetaan moderneja oletuksia sekä uutisista että totuudesta. s. 1868 - **OIKEIN**

3. Artikkelin mukaan me elämme postmodernia totuuden jälkeistä aikaa, jolloin absoluuttinen relativismi on ainoa keino, jolla vastuulliset toimittajat ja kansalaiset voivat yrittää vakuuttaa vallanpitäjät faktoilla ja tiedolla.

s. 1867 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Tässä on kaksi väärää väitettä: Artikkelin kiistää käsityksen, että elämme

täydellisen (absoluuttisen) relativismin aikaa. Se pitää ajatusta postmodernina mielettömyytenä. Relativismi ei myöskään ole keino vakuuttaa vallanpitäjiä faktoilla ja tiedoilla, vaan modernin ontologiassa se on nimenomaan filosofinen realismi: valtavirta journalismi ja vastuulliset kansalaiset pitävät kiinni realismista ja pyrkivät vakuuttamaan vallanpitäjät totuuteen pohjaavilla faktoilla (s. 1867, 1873)

4. Facebook oli joutunut mainekriisiin (reputation crisis) vuoden 2016 Yhdysvaltain vaalien johdosta. Facebook lanseerasi termin "valeuutiset" (fake news), jolla se halusi korostaa totuutta ja tehdä pesäeroa konservatiivien käyttämään valheelliseen vaalitaktiikkaan.

s. 1867 - **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Facebook oli joutunut mainekriisiin (reputation crisis) vuoden 2016 Yhdysvaltain vaalien johdosta. (Tämä väite pitää paikkansa). Mutta Facebook ei lanseerannut termiä "valeuutiset" (fake news), vaan pyrki siitä eroon, koska konservatiivit olivat kääntäneet sen merkityksen ja omineet sanan itselleen Trumpin vaalikampanjassa leimaamalla liberaalit uutiset *fake news*-käsitteellä.

5. Ns. modernin projekti (modern project) tarkoittaa, että vain tieteellinen ajattelumalli voi tuottaa legitiimiä tietoa. Totuuden jälkeisyys viittaa siihen, että tämän ajattelumallin kannatus on romahtanut.

s. 1869 - **OIKEIN**

6. Tieteellinen totuus jäi syrjään jälki-ideologisena oppina kylmän sodan aikana, jolloin eliitit pitivät poliittista retoriikkaa keskeisenä tienä valtiomiestaitoon, kapitalismin edistämiseen, fasismin lyömiseen ja kommunismin torjumiseen.

s. 1869 - **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Väite on väärin, koska kylmänsodan taustalla oli tieteeseen ankkuroitunut jälki-ideologinen tietokäsitys ja ajattelutapa määritellä totuus. Sen oletettiin syrjäyttävän myrkyllisinä (toxic) pidetyt ideologiat (fasismi ja kommunismi), jotka olivat johtavat toisen maailmansodan katastrofiin. Tieteellisestä totuudesta, ei siis retoriikasta, tuli kylmän sodan aikana jälki-ideologisen opin ydin. Tätä yhteiskunnan eliitit pitivät keskeisenä tienä valtionhallintaan (statecraft) kapitalistisessa edistyksessä.

7. Erilaiset tieteen kieltämisen (denialism) ja epäilyn (skepticism) muodot hylkäävät tieteen paradigman peruslähtökohdat. Denialistit ja skeptikot epäilevät tieteellisiä faktoja ja vakiintuneita menettelytapoja, joilla väitteet on osoitettu tosiksi tai vääriksi, voidakseen esitellä ja kannattaa omia ideoitaan.

s. 1870 - **OIKEIN**

8. Kirjoittaja väittää, että totuus journalismissa on upotettu (embedded) uutisten kulutukseen ja informaation tuotantoon. Siksi huomio on kiinnitettävä ennemmin siihen, mitä ihmiset tekevät uutisilla kuin siihen, mitä journalismi yksipuolisesti päättää pitää täsmällisenä tulkintana todellisuudesta.

s. 1872 - **OIKEIN**

9. Vaikka yhteiskunnalliset olosuhteet ovat historian saatossa muuttuneet, journalismi on kyennyt yhä säilyttämään etuoikeutensa uutisten ja totuuden tärkeimpänä määrittelijänä – toisin kuin muut yhteiskunnalliset instituutiot, kuten esimerkiksi valtio tai kirkko, jotka ovat menettäneet hallitsevan tiedon monopolinsa.

s. 1875 - **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Artikkelin mukaan journalismia voidaan väitetysti pitää "totuuden tekniikkana", mutta vanhat johtopäätökset eivät välttämättä ole täysin sovellettavissa, kun olosuhteet ovat huomattavasti erilaiset. Kuten aikaisemmat tietomonopolit, kuten valtio ja kirkko, jotka menettivät kerran hallitsevan asemansa, uuden teknologian ja innovaatioiden tullessa, myös journalismi on menettänyt etuoikeutensa uutisten päämäärittelijänä, kuten kysymys totuudesta.

10. Ratkaisuksi journalismin ongelmiin kirjoittaja ehdottaa uudenlaisia journalismin muotoja, kuten yleisö- ja kansalaisjournalismia, hyvin paikallistettuja (hyperlocal) uutisia ja digitaalista

uutisaktivismia.

s. 1875 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Kirjoittaja ei ehdota suoranaisia ratkaisuja, vaan on kriittinen yksinkertaisiin ratkaisuihin. Hänen mukaansa journalismin tutkimuksissa on saatu tuloksia, joissa on mahdollisia uutisten ja demokratian pelastajia. Viime aikoina alalla on ollut useita innovaatioita (kansalaisjournalismi, hyperlokaaliset uutiset, startupit ja digitaalinen uutisaktivismi), jotka ovat merkittäviä panoksia uutisten monimuotoisuuteen ja laatuun. Mutta journalismin ongelma menee kauemmaksi näistä erityiskokemuksista, eikä yksikään helppo ratkaisu käsittele syvään juurtuneita ongelmia. Meidän on myös lähestyttävä varovaisesti kaikkia demokratiaan liittyviä innovaatioita.

Tutkimusartikkeli: Irina Lock & Ramona Ludolph (2020): Organizational propaganda on the Internet: A systematic review. Public Relations Inquiry, 9, 1, 103-127.

1. Digitaalinen organisatorinen propaganda tarkoittaa organisaatioiden pyrkimyksiä vaikuttaa viestinnällä suoraan vastaanottajaan digitaalisilla alustoilla, ilman epäeettisiä tarkoituksia.

103,117 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Digitaalinen organisatorinen propaganda tarkoittaa organisaatioiden pyrkimyksiä vaikuttaa viestinnällä suoraan vastaanottajaan digitaalisilla alustoilla, epäeettisillä suostuttelevan viestinnän tavoilla (epärehellinen, epäluotettava, epäkohtelias tai eriarvoinen)

2. Suhdetoiminnan eli PR:n (Public Relations) teoreettiset juuret ovat toisaalta antiikin Kreikan retoriikassa ja toisaalta deliberatiivisessa keskustelussa, minkä pohjana on Habermasin kommunikatiivisen toiminnan teoria.

s. 106 – OIKEIN

3. Mustan propagandan toimijat joutuvat yhä enemmän piiloutumaan ja valkoinen propaganda lisääntyy, minkä seurauksena disinformaatio tulee näkyvämmäksi.

s. 107, 116 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Mustassa propagandassa propagandisti salaa henkilöllisyytensä ja levittää virheellistä tietoa. Valkoinen propaganda tulee tunnistettavalta lähettäjältä ja sisältää (enemmän tai vähemmän) totuudenmukaista tietoa

4. Historiallisesti julkisella suhdetoiminnalla (PR) ja propagandalla on eri lähtökohdat. Propaganda pohjautuu totalitaariseen, toisen maailman sodan aikaiseen fasististen hallitusten toimintaan, sen sijaan PR on organisaatioiden eettistä viestintää.

s. 104 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Historiallisesti propaganda ja PR alkoivat yhtenä ja samana. Propaganda pohjautuu totalitaariseen, toisen maailman sodan aikaiseen fasististen hallitusten toimintaan, jolloin propagandasta tuli negatiivisesti luotu termi. Sen sijaan PR on kuvattu organisaatioiden eettiseksi viestinnäksi.

5. Klassisessa propagandassa propagandistin identiteetti oli näkyvillä, ja hän samastui yleisöön, johon pyrki vaikuttamaan. Digitaalisessa ympäristössä propagandisti piiloutuu verkkoon, eikä yleisö tiedä, kuka viestejä lähettää.

s. 107 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Klassisessa propagandassa propagandistin identiteetti on piilotettu ja hänet erotetaan yleisöstä. Propagandalähde ei kommunikoi tai tavoita seuraajiaan suoraan, vaan esim. vaikuttamalla yleiseen mielipiteeseen. Digitaaliset kanavat muuttavat huomattavasti tapaa, miten organisaatiot käyttävät ja organisoivat propagandaa internetin avulla, eikä propagandistin välttämättä tarvitse piiloutua.

6. Digitaalisella organisatorisella propagandalla on kaksi tavoitetta: vaikuttaa mieleen ja toimintaan. Mieleen vaikuttava propaganda tähtää asenteiden ja uskomusten muuttamiseen. Esimerkiksi väkivaltaiset ekstremistiryhmät (ääriyhmät) lisäävät pelkoa yleisössä ja samalla hankkivat

toiminnalleen oikeutusta kannattajiensa joukossa.
s. 116 – **OIKEIN**

7. Kohdennettua nettimainontaa Facebookissa voidaan artikkelin mukaan pitää eettisenä suostutteluviestintänä (persuasion).
s. 118, 119 – **OIKEIN**

8. Aiemmin PR nähtiin suostuttelevana toimintana ja pääajatus oli ylläpitää suhteita, eikä niin välitetty teoreettisista näkökulmista. Sen sijaan uudempi tutkimus 2010-luvulla määrittelee PR:n tietoisena ja systemaattisena yrityksenä muokata havaintoja, manipuloida kognitioita (tiedollista ajattelua) ja suoraan vaikuttaa käyttäytymiseen.
s. 105 - **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Propagandan tutkimus on ollut laajaa 1920-luvulta lähtien. PR nähdään suostuttelevana ja se myötäilee valtavirran käsityksiä, keskittyy suhteiden ylläpitoon, teoreettisesta näkökulmasta riippumatta. Artikkelissa propaganda määritellään (Jowett ja O'Donnell 2014 mukaan) tietoisena ja systemaattisena yrityksenä muokata havaintoja, manipuloida kognitioita (tiedollista ajattelua) ja suoraan vaikuttaa käyttäytymiseen.

9. Digitaalinen propaganda eroaa klassisesta propagandasta. Digitaalisessa viestinnässä lähteitä ei tarvitse piilottaa, vaan propagandistit voivat vaikuttaa suoraan kohdeyleisöihin (target audiences). Klassisessa propagandassa kohteena on ennen kaikkea yleinen mielipide (public opinion).
s. 116 – **OIKEIN**

10. Kirjoittaja sijoittaa tutkimustuloksia havainnollistavassa kuviossa digitaalisen organisatorisen propagandan ympyrän neljännekseen (quadrant), jota rajaavat epäeettinen, yhteisymmärrykseen pyrkivä (mutual understanding) ja suora kommunikaatio.
s. 118 - **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Kuvion nelikentässä on keskellä ympyrä. Ympyrän kehä erottaa suoran (sisäpuoli) ja epäsuoran (ulkopuoli) vaikuttamisen. Nelikentän vasemmalla puolella PR:n (ml. propagandan) epäeettiset ja oikealla eettiset muodot. Ylhäällä yhteisymmärrys ja alhaalla suostutteleva kommunikaatio. Digitaalinen organisatorinen propaganda kuuluu määritelmänsä mukaisesti vasempaan alakulmaan, jota rajaavat epäeettinen tarkoitus ja suostuttelu (epärehellinen, epäluotettava, epäkohtelias, eriarvoinen), jotka liittyvät suoraan vaikuttamiseen (ympyrän sisäpuolella).

Tutkimusartikkeli: Shamel Azmeh, Christopher Foster & Jaime Echavarri (2020) The International Trade Regime and the Quest for Free Digital Trade. International Studies Review, 22, 3, 671-692.

1. Digitalisaatio ja teknologinen muutos vauhdittavat yhtenäisen kansainvälisen kaupparegiimin muodostumista, kun samaan aikaan internetin globaalien hallintaregiimin heikkous on johtanut sen hajanaisuuteen kansallisella tasolla.
s. 688-689 – **VÄÄRIN**

Oikea vastaus: Siinä missä internetin hallintaregiimin hajanaisuus kansallisella tasolla on ajanut yhä enemmän internetin hallintaan liittyviä kysymyksiä kansainvälisen kauppapolitiikan piiriin, digitalisaatio ja teknologinen muutos ovat vauhdittaneet kilpailevien regiimien luonnin ja fooruminvaihdon prosesseja sekä kansainvälisen kaupparegiimin sirpaloitumista.

2. Ulkomailta tapahtuvaan kulutukseen (consumption abroad) perustuva digitaalisen kaupan hallinta mahdollistaa hyvin epätasa-arvoisen ympäristön digitaalisten tuotteiden ja palveluiden globaalille kaupalle.
s. 676 - **OIKEIN**

3 WTO antoi julkilausumansa globaalien sähköisen kaupan puolesta (Declaration on Global Electronic Commerce) sen jälkeen, kun USA ryhtyi ajamaan digikauppastrategiaansa (digital trade

agenda) multilateraalisesti.
s. 677, 672 – VÄÄRIN.

Oikea vastaus: WTO antoi julkilausumansa sähköisen kaupan puolesta jo vuonna 1998, kun taas Yhdysvallat ryhtyi ajamaan digikauppastrategiaansa vasta presidentti Barack Obaman hallintokaudella 2010-luvulla.

4. Tyynenmeren kumppanuussopimus (Trans-Pacific Partnership, TPP) olisi ensimmäisenä kauppasopimuksena velvoittanut allekirjoittaneet maat kieltämään vaatimukset lähdekoodien ja niissä ilmaistujen algoritmien luovuttamisesta.

s. 687-688 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: TPP olisi ensimmäisenä kauppasopimuksena velvoittanut allekirjoittajansa kieltämään vaatimukset lähdekoodien luovuttamisesta, mutta lähdekoodissa ilmaistujen algoritmien luovuttamisen kieltäminen lisättiin vasta NAFTA-sopimuksen korvanneeseen USMCA-sopimukseen.

5. Tuotteiden ja palvelujen luokittelu sekä sitä koskeva säännöstö ovat tärkeitä kansainvälisen kaupparegiimin kannalta. Esimerkiksi WTO-järjestelmässä erottelu tuotteen ja palvelun välillä on perustava sen kannalta, minkä sopimuksen tai artiklan alle kyseiset toiminnot sijoittuvat.

s. 675 - **OIKEIN**

6. Googlen kaltaiset suuret teknologia-alan yhtiöt ovat lobanneet Yhdysvaltain hallitusta liittämään digitaalisen kaupan kysymykset osaksi kansainvälistä kaupparegiimiä.

s. 683-684 - **OIKEIN**

7. Kiinan menestys digiteollisuudessa ja keskitetty politiikka ovat johtaneet siihen, että myös EU:ssa priorisoidaan oman eurooppalaisen digitaloussektorin rakentamista keskitetyin toimin.

s. 681 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Siinä missä Kiinan keskitetty politiikka on sallinut sen hallituksen priorisoida valtiollisen digitaloussektorin kehitystä, vastaavat pyrkimykset EU:ssa ovat osoittautuneet haasteellisiksi alueen sisäisten erojen seurauksena. Kiinan tilanne ei myöskään ole ollut erityisen merkittävä EU:lle, vaan EU:n huomio on ollut kiinnittynyt Yhdysvaltojen digiyhtiöiden hallitsevaan markkina-asemaan.

8 USA on vaatinut "sähköisten siirtojen" (electronic transmissions) tullivapauden vakinaistamista WTO:ssa.

s. 687 - **OIKEIN**

9. USA:n digikauppastrategiaan kuuluu pyrkimys harmonisoida säännöt välittäjien vastuusta (intermediary liability) digitaalisissa palveluissa ja tuotteissa. Tämä vastuu tarkoittaisi maahantuojien ja jälleenmyyjien kohtelun yhtenäistämistä eri maissa myydyistä digitaalisista tuotteista mm. takuu- ja väärinkäyttötilanteissa.

s. 685 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: "Välittäjien vastuu" viittaa kysymykseen internetyhtiöiden lainmukaisesta vastuusta koskien niiden alustoilla julkaistavaa ulkopuolista aineistoa. Yhdysvaltojen digikauppastrategiaan kuuluu pyrkimys harmonisoida sääntely välittäjien vastuusta niin, että valtiot eivät voi pitää digiyhtiöitä vastuullisina käyttäjiensä julkaiseman aineiston sisällöstä ja sen laillisuudesta.

10. Viime vuosikymmeninä kansainvälinen kaupparegiimi on siirtynyt käsittelemästä rajantakaisia (beyond-the-border) kauppakysymyksiä kohti erilaisia rajalla ratkottavia (at-the-border) kysymyksiä.

s. 673- VÄÄRIN

Oikea vastaus: Viime vuosikymmeninä kansainvälinen kaupparegiimi on siirtynyt kapeasta keskittymisestä rajalla ratkottaviin kysymyksiin kohti syvempää regiimiä, joka käsittelee kasvavaa määrää rajantakaisia kysymyksiä.

Tutkimusartikkeli: Madeline Carr & Feja Lesniewska (2020) Internet of Things, cybersecurity and governing wicked problems: learning from climate change governance. International Relations, 34, 3, 391-412.

1. Esineiden internet viittaa kompleksisiin kyber-fyysisiin järjestelmiin, joissa yhdistyy kolme elementtiä: dataa ympäristöstä keräävät sensorit, tätä dataa analysoivat työkalut sekä näitä hyödyntävä teollisuus ja liiketoiminta.

s.395-396 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Esineiden internet viittaa kompleksisiin kyber-fyysisiin järjestelmiin, joissa yhdistyvät kolme elementtiä: dataa ympäristöstä keräävät sensorit, tätä dataa analysoivat työkalut sekä toimilaitteet, jotka reagoivat käsiteltyyn dataan ja aiheuttavat muutoksia fyysisessä maailmassa, usein ilman ihmisten suoraa vaikutusta.

2. Maailman talousfoorumi on tehnyt esineiden internetin hallintaan liittyvän aloitteen, jonka tarkoitus on ohittaa perinteiset kansainväliset instituutiot ja tuoda mukaan yksityistä ja teknistä sektoria ratkomaan ongelmia.

s. 405-406 - **OIKEIN**

3. Internetin hallintofoorumi (Internet Governance Forum, IGF) on YK:n johtava järjestö digitaalisen kentän yhteistyötä koskevalle keskustelulle, mutta teknisen tietämyksen puuttuessa esineiden internetiä koskevia kysymyksiä ei ole käsitelty siellä kuin pariin otteeseen.

s. 404-405 – VÄÄRIN

Oikea vastaus: Esimerkiksi UNGGE:n puolella keskustelu esineiden internetistä on jäänyt vähäiseksi teknisen tietämyksen puutteen takia, kun taas vuosittaisissa IGF:n kokouksissa aihetta on puitu usein, mutta siellä ongelmana on ollut mm. teknisen, teollisen ja poliittisen puolen asiantuntijoiden pysyminen erillään toisistaan.

4. Kansainvälinen politiikka on keskittynyt 1990-luvulta lähtien verkkoturvallisuudessa finanssialan murtojen, kriittiseen infrastruktuuriin kohdistuneiden hyökkäysten ja tekijänoikeusvarkauksien torjumiseen.

s. 395 - **OIKEIN**

5. Monenkeskiset (polycentric) hallintajärjestelmät auttavat hillitsemään viheliäisiä (wicked) ongelmia yhtenäisten sääntöjen tai normien kautta.

s. 400 - **OIKEIN**

6. Esineiden internetin myötä verkkoturvallisuus on muodostunut superviheliäiseksi ongelmaksi, koska se täyttää superviheliäisen ongelman neljä avainominaisuutta: mittakaava, monimutkaisuus, globaali vaikutus ja siihen kohdistuva vähättely.

s. 398-399- VÄÄRIN

Oikea vastaus: Esineiden internetiä koskevien verkkoturvallisuuskysymysten voidaan katsoa muodostavan superviheliäisen ongelman ja täyttävän superviheliäisen ongelman neljä avainominaisuutta: aika ongelman ratkaisuun on loppumassa kesken, ongelman ratkaisemiseen tarvittava auktoriteetti on joko heikkoa tai olematonta, ongelmaa ratkovat tahot ovat itse ongelman aiheuttajia, ja ongelman vähättely siirtää sen ratkaisua irrationaalisesti kohti tulevaisuutta.

7 Carrin ja Lesniewskan mukaan globaali ilmastohallinta voi toimia esimerkkinä esineiden internetin tietoverkkoturvallisuuden ongelmien käsittelyssä. Tämän mallin mukaisesti tietoverkkoturvallisuuden hallinta siirtyisi tehokkaiden toimeenpanomekanismien ja kansainvälisten sanktioiden piiriin.

s. 391, 401-402, 406 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: Carrin ja Lesniewskan mukaan globaali ilmastohallinta voi toimia esimerkkinä esineiden internetin tietoverkkoturvallisuuden ongelmien käsittelyssä, mutta se tarjoaa mallin informaation jakamisesta, seurannasta ja polysentrisestä yhteistyöstä, ei tehokkaista toimeenpanomekanismeista tai sanktioista.

8 Kansainvälinen televiestintäliitto (ITU) nosti jo varhain esille esineiden internetin turvallisuuskysymykset ja toimii yhtenä keskustelualustana poliittisten piirien ja teknologia-

asiantuntijoiden välillä, mutta ITU:n rahoitusosuuksiin perustuva päätöksentekojärjestelmä heikentää sen toimintakykyä turvallisuusongelmien hallinnassa.

s. 405 - VÄÄRIN

Oikea vastaus: ITU nosti jo varhain esille esineiden internetin turvallisuuskysymykset ja toimii keskustelualustana poliittisten piirien ja teknologia-asiantuntijoiden välillä, mutta sen päätöksentekoprosessit ovat voimakkaasti politisoituneet mm. "yksi lippu, yksi ääni" periaatteeseen pohjautuvan päätöksentekojärjestelmän takia, joka rohkaisee suurvaltoja tai liittoumia lobbaamaan neutraaleja osallistujamaita.

9. Pariisin ilmastopöytäkirja tarjoaa mallin monikeskisen (polycentric) hallintajärjestelmän kehityksestä. Sen mukaan eri tasojen ja alojen toimijat voivat sitoutua osallistumaan tavoitteiden toteuttamiseen, ja sopimus auttaa seuraamaan ja valvomaan tavoitteiden toteutumista.

s. 401 - OIKEIN

10. UNGGE (United Nations Group of Governmental Experts) on YK:n alainen kansainvälisen turvallisuuden ryhmä, jossa YK:n turvallisuusneuvoston pysyvät jäsenet yhdessä muiden kiinnostuneiden maiden kanssa ovat pyrkineet estämään valtioiden tukeman kybersodankäynnin kehittymistä ja kärjistymistä aseelliseksi sodaksi.

s. 403 - OIKEIN

Tehtävä 1.2 (0-2 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Jeremy Rose, John Stouby Persson, Lise Tordrup Heeager & Zahir Irani (2015) *Managing e-Government: value positions relationships*. *Information Systems Journal*, 25, 531-571.

Kysymys: Hallinnon sähköisten palvelujen (e-Government) edistämiseen liittyvät arvot voivat olla toisiinsa nähden yhdensuuntaisia (congruent). Selitä, mitä tällä tarkoitetaan. Käytä vastauksessasi esimerkkejä.

Tässä esseessä painopiste tuli olla arvojen positioissa toisiinsa. Yhdensuuntaisuus sekä sen neljä eri arvosuuntaa – kausaalinen, edellytyksellinen, sivuvaikutuksellinen ja synerginen - tuli määritellä. Näistä neljästä tuli antaa esimerkkejä. Johdannoista ei annettu lisäpisteitä.

Rose et al. (2015) tuovat artikkelissaan esille sähköisen hallinnon arvojen moninaisuutta analysoimalla tanskalaista julkishallintoa. Sähköisten palvelujen kehittäminen nähdään vaativan ymmärrystä arvoista ja niiden välisistä suhteista. Kaiken keskiössä ovat neljä arvoideaaia – professionalismi, tehokkuus, palvelu ja osallisuus – jotka puolestaan sisältävät eri arvoja. Sekä näiden arvojen, että ideaalien välillä nähdään olevan erilaisia positioita.

Arvot voivat olla toisiinsa nähden yhdensuuntaisia (congruent) tai eriäviä (divergent). Arvojen yhdensuuntaisuus merkitsee, että arvoilla on positiivisia vaikutuksia toisiinsa, eli kaksi arvoa tehostavat toisiaan. (0,25; s.549) Yhdensuuntaiset arvot voidaan jaotella neljään eri kategoriaan: kausaaliset (causal), edellytykselliset (prerequisite), sivuvaikutukselliset (side effect) ja synergiset (synergetic) arvosuhteet. Eriävät arvosuhteet voidaan jakaa kilpaileviin (competing), poissulkeviin (negating) ja muuntuviin (transforming) arvosuhteisiin.

Kausaalinen arvosuhde tarkoittaa, että yhden arvon saavuttaminen johtaa myös toisen arvon saavuttamiseen. (0,25; s.549) Esimerkiksi, palvelujen sähköinen tarjonta helpottaa ihmisten elämää, jolloin saadaan käyttäjiä osallistumaan palveluihin. Näin käyttäjät palvelevat itseään, jolloin hallinnon resursseja pystytään säästämään. Toisin sanoen tässä palveluideaalin toteutuminen (käyttäjakeskeisyyden kautta) johtaa myös tehokkuusideaaliin. (0,25; s.549)

Edellytyksellinen suhde arvojen välillä tarkoittaa, että yhden arvon saavuttaminen vaatii ensin toisen arvon saavuttamista. (0,25; s.549) Esimerkkinä tästä on tilanne jossa palvelujen kohdennettu tarjonta niitä eniten tarvitseville, henkilökohtaisella tasolla, sekä palvelutason ylläpitäminen, vaativat että ensin saavutetaan palvelutehokkuusarvo. Toisena esimerkkinä – mikäli halutaan integroida ja kehittää palveluita, tulee ensin luoda mahdollisuus palvelujen itsekäyttöön ja käyttäjien

osallistumiseen, joka puolestaan tuo ymmärrystä käyttäjien toivomuksista ja tarpeista. Toisin sanoen palveluideaali edellyttää osallisuusideaalia. (0,25; s.549)

Sivuvaikutukselliset arvosuhteet tarkoittavat, että yhden arvon saavuttaminen saattaa johtaa toisen arvon täyttymiseen. (0,25; s.549) Esimerkiksi panostamalla rahallisesti IT tukeen ja sähköiseen infrastruktuuriin voidaan edesauttaa rationalisointia, sekä parantaa tarjottuja palveluja. Tässä mekanismi tehokkuusideaalin ja palveluideaalin välillä on tuntematon, mutta positiivinen. (0,25; s.549)

Synerginen arvojen välinen suhde tarkoittaa, että arvot ovat sidonnaisia toisiinsa, jolloin arvot toteutuvat yhtäaikaaisesti. (0,25; s.549) Esimerkiksi mahdollisuus terveystakuun tilaamiseen sähköisesti tekee siitä kustannustehokkaampaa palveluntarjoajille, sekä helpottaa palvelun saajaa, sillä palvelu ei ole paikkaan eikä aikaan sidonnainen. Täten voi todeta, että tässä tapauksessa palveluideaali ja tehokkuusideaali ovat synergisessä arvosuhteessa. (0,25; s.549)

Vaihtoehtoisesti oli myös mahdollista kontrastoida yhteneviä suhteita eriäviin suhteisiin. Määritelmä suhteista tai esimerkki hyväksyttiin, mikäli siinä oli tuotu esiin vastakkainasettelua:

Yhdensuuntaiset arvopositiot ovat eriävien arvopositioiden vastakohta. Eriävät suhteet määritellään sellaisiksi, joilla on negatiivinen vaikutus toisiinsa. Eriäviä arvosuhteita voidaan luokitella kolmeen kategoriaan: kilpaileva, poissulkeva ja muuntuva. (0,25; s.550)

Arvot ovat kilpaileva silloin kun ne asettuvat vastakkain kilpaillessaan rajallisista resursseista. (0,25; s.550) Esimerkiksi palvelujen automatisaatio ei voi sekä nostaa tehokkuutta, että lisätä palvelun laatua. Jos yritetään lisätä tehokkuutta ja luomaan henkilöstösäästöjä siirtämällä palveluja sähköisiksi, ei pystytä samalla ylläpitämään palvelujen korkeaa laatua ja henkilökohtaista lähestymistapaa. (0,25; s.550)

Arvot ovat keskenään poissulkevia, mikäli yhden arvon toteuttaminen estää toisen arvon olemassaolon. (0,25; s.550) Esimerkiksi kahdensuuntainen keskustelu hallinnon ja käyttäjien välillä, sekä palveluiden tehokkuus ei ole samanaikaisesti mahdollista. Tässä osallisuusideaali ja tehokkuusideaali ovat poissulkevia. Toisena esimerkkinä, henkilökohtaisten tietojen kerääminen palveluiden tehostamiseksi ei ole aina yhteensopiva tietojenkäsittelylakien kanssa. Tässä tapauksessa rationalisaatio ja laillisuus ovat poissulkevassa positiossa. (0,25; s.550)

Muuntuvat arvosuhteet tarkoittavat, että yksi arvo voi ajan kanssa muuntautua toiseksi arvoksi. (0,25; s.550) Tällöin aikaisempi arvo ei enää ole toteutettavissa. Tällainen suhde nähdään useimmiten, kun palveluarvo muuntuu tehokkuusarvoksi. Esimerkiksi koulujen sähköiset palvelut ovat kattavasti tarjolla sekä oppilaille että vanhemmille, helpottaen tiedonkulkua myös vanhemmille. Tässä tilanteessa vanhempien ei tarvitse enää kysyä henkilökohtaisesti opettajilta tietoja lapsestaan, jolloin opettajilla on enemmän aikaa keskittyä opetustehtäviin. (0,25; s.550)

Tehtävä 1.3 (0-1,5 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Silvio Waisbord (2018) Truth is What Happens to News. Journalism Studies, 19, 13, 1866-1878.

Kysymys: Artikkelissa analysoidaan journalismin korkean modernin ("high modernity") ontologisia periaatteita. Miten ne ovat muuttuneet? Vastauksen pituus on enintään 2250 merkkiä.

Waisbordin keskeinen argumentti on, että valeuutiset-ilmio on toisaalta osoitus uutisten kiistanalaisesta asemasta totuuden kertojana nyky-yhteiskunnassa ja toisaalta kertomus uskomusten muodostumisen dynamiikasta. Artikkelissa reflektoidaan tutkimusten valossa, mitä journalismi pohjimmiltaan on eli sen ontologisia periaatteita suhteessa totuuteen, ja epistemologisia eli tieto-opista nousevia kysymyksiä, joihin moderni uutisjärjestys perustuu. Tieteessä tätä tiedekeskeistä ajattelutapaa on kutsuttu modernin projektiksi. Toisaalta nykyinen internetin luoma toisenlainen julkinen tila, josta puhutaan totuuden jälkeisyytenä/totuuden jälkeisenä aikana on johtanut julkisen viestinnän kaaokseen, ja vastaepisteemisiin yhteisöihin,

jotka kieltävät tieteellisen ajattelutavan (paradigman). Näiden peruskäsitteiden lyhyt avaaminen/määrittely suhteessa kysymykseen. (s. 1866, 1867, 1869). 0,5-0,75 p.

Yksityiskohdista, jolla tätä perustellaan voi saada kustakin 0,25p. Tässä esimerkkejä näistä yksityiskohdista. Myös muista kuin tässä mainituista perustelluista yksityiskohdista voi saada korkeintaan 0,25 p.

Waisbordin mukaan ei ole kuitenkaan ilmeistä, että journalismin "korkean modernin" ontologiset periaatteet olisivat muuttuneet (objektiivisuus, puolueettomuus), vaikka jotkut journalismin sisällä ovatkin olleet skeptisiä näiden periaatteiden suhteen. Journalismi perustaa edelleen vakaasti näille periaatteille, joiden mukaisesti se selostaa todellisuutta. (s. 1873) 0,25 p.

Valtavirtajournalismi problematisoi harvoin suhdettaan totuuteen. Se pitää yhä kiinni naiivista realismista, ja haluaa raportoi "totuudenmukaisesti". Tämä näkyy siitä, kuinka valtavirran journalismi yritti vahvistaa auktoriteettiaan totuuden vartijana vastauksena valeutiset-ilmioon. (s. 1873) 0,25 p.

Totuuden jälkeisellä ajalla tarkoitetaan julkiseen viestintään liittyvää ilmiötä, jossa tieteellisen tiedon asema ainoana legitimiin tietona on vähitellen murentunut. Samalla journalismin auktoriteettinen asema portinvartijana ja totuuden määrittelijänä on heikentynyt. (s. 1873) 0,25 p.

Tutkivan journalismin nousu, datajournalismi ja faktantarkistus osoittavat kasvavaa kiinnostusta uutisia kohtaan, jotka dokumentoivat todellisuutta huolellisesti. Näin valeutiset-ilmio on olemassa suurelta osin valtavirran journalismin ulkopuolella (s. 1867) 0,25 p.

Modernin tietokäsityksen taustalla vaikutti postideologinen ajattelutapa. Sen oletettiin syrjäyttävän vahingolliset/myrkylliset ideologiat (fasismi ja kommunismi), jotka johtivat toisen maailmansodan katastrofiin. Tieteellisestä totuudesta tuli kylmän sodan aikana ideologian jälkeisen opin ydin. (s. 1869) 0,25 p.

Tässä modernista uutisjournalismista tuli pyramidisen ja hierarkkisen järjestelmän osa, joka kykeni tiedon massatuotantoon ja jakeluun. Eliitit ja huipulla olevat tieteelliset asiantuntijat toimivat tietolähteinä, ja auttoivat journalismin realistista raportointia. (s. 1869-1870) 0,25 p.

Internetin tulo heikensi vertikaalisen - ylhäältä alas - pystysuuntaisen rakenteen ydintavoitteita tiedontuotannossa ja -levityksessä. Postideologinen kausi perustui myyttisen keskusvallan ylläpitämiseen. Verkostoituminen tarjoaa puolestaan tasaisemman rakenteen, jossa on useita tiedon ja ilmaisun solmuja. (s. 1870) 0,25p.

Journalismi on pirstaloitunut ja vastaepisteemiset yhteisöt (salaliittoteoriat, pseudotieteellinen ammattikieli, denialistit, rökötusskeptikot jne.) ovat täyttäneet julkista keskustelua ja näyttäytyvät häiriönä. Radikaalit muutokset julkisen viestinnän rakenteessa helpottivat näin Waisbordin mukaan "episteemistä demokratiaa." (s. 1868) 0,25 p.

Tehtävä 1.4 (0-1,5 pistettä)

Tutkimusartikkeli: Shamel Azmeh, Christopher Foster and Jaime Echavarri (2020). The International Trade Regime and the Quest for Free Digital Trade. *International Studies Review* 22, 671–692.

Kysymys: Mitä fooruminvaihto (forum shifting) merkitsee kansainvälisessä kauppapolitiikassa? Vastauksen pituus on enintään 2250 merkkiä.

Tehtävän vastauksessa annettiin pisteitä, jos vastaaja selitti mitä fooruminvaihto tarkoittaa, miksi sitä harjoitetaan, millaisia seurauksia sillä on kansainvälisessä kauppapolitiikassa, miten se liittyy käsitellyn artikkelin aiheisiin sekä millainen on sen laajempi konteksti.

Yleisesti fooruminvaihdolla tarkoitetaan neuvottelustrategiaa, jolla toimijat hakevat neuvotteluetua itselleen muuttamalla neuvotteluasetelmia vaihtamalla neuvottelufoorumia, neuvottelemalla usealla foorumilla samanaikaisesti, tai poistumalla foorumilta ja siten rampauttamalla sen toiminnan. (0,25 p.) Artikkeliki keskittyy käsittelemään etupäässä vertikaalista fooruminvaihtoa multilateraalisten ja rajatumpien foorumien välillä, josta selkeimmät esimerkit annettiin Yhdysvaltojen ja EU:n tavasta siirtää neuvottelut WTO:sta bilateraalisiin ja alueellisiin kauppasopimuksiin. Tämä liittyy suoraan kilpailevien regimien luonnin strategiaan, jonka kautta vallitsevaan tilanteeseen tyytymättömät valtiot luovat uuden foorumin haastamaan vallitsevan institutionaalisen asetelman tai regimiin. (s. 674-675) (0,25 p.) Vertikaalinen fooruminvaihto tarjoaa mahdollisuuden vahvoille toimijoille hyödyntää niiden markkinakokoon perustuvaa valtaa ja varmistaa niiden tavoittelemat säännöt pienemmällä foorumeilla, sekä vahvistaa niiden neuvotteluasemaa multilateraalaisella tasolla. (s. 674) (0,25 p.) Alemman tason sopimisen ja vertikaalisen fooruminvaihdon lisääntymisen on nähty olevan osa kansainvälisen kaupparegimien sirpaloitumista. (s. 689) (0,25 p.)

Artikkelin keskiössä ollut digitaalisen kaupan kasvu haastaa olemassa olevia kaupan järjestelyjä ja luo tarvetta uusille säännöille, mutta samalla sääntely multilateraalaisella tasolla laahaa jäljessä. Kun uusia sääntelytarpeita ei ole joko kyetty käsittelemään olemassa olevalla foorumilla (esim. asiantuntijuuden puutteen takia) tai niiden käsittely pyritään estämään institutionaalisten mekanismien kautta, uutta sääntelyä ajavat tahot pyrkivät usein ratkaisemaan tilanteen fooruminvaihdon avulla. (s. 689) (0,25 p.) Digitaalisen kaupan sääntelyn siirtyminen teknisiltä foorumeilta kansainvälisen kaupan piiriin on myös seurausta siitä, että jälkimmäisillä on kokemusta sitovien kansainvälisten sopimusten luomisesta, ne mahdollistavat vastatoimien käytön ja niillä on vahvat kiistanratkaisumekanismit. (s. 674) (0,25 p.)

Edistyneiden talouksien harjoittama vertikaalinen fooruminvaihto ja kilpailevien regimien luonti liittyy myös laajempiin kauppapoliittisiin ristiriitoihin edistyneiden ja kehittyvien talouksien välillä. Kehittyvien talouksien kyky vastustaa USA:n ajamaa digitaalisen kaupan agendaa multilateraalaisella tasolla osoittaa sekä vastustavien valtioiden kasvavaa vaikutusvaltaa että niiden kykyä hyödyntää WTO:n rakennetta koalitioiden luomiseksi samalla kun kehittyneiden valtioiden yhteistyötä ovat heikentäneet niiden keskinäiset erimielisyydet. (s. 689) (0,25 p.) Tämän tilanteen voidaan nähdä ilmentävän myös realistisen valtopolitiikan ja institutionaalisen vaikuttavuuden välistä jännitettä: vahvojen valtioiden kyky saavuttaa tavoitteensa kansainvälisessä kaupparegimissä on nähtävissä vahvistuksena realistiselle näkemykselle kansainvälisistä instituutioista vahvojen valtioiden vallan välineinä, kun taas kehittyvien ja nousevien talouksien kyky hyödyntää WTO:n institutionaalista rakennetta valtaerojen kiinni kuromiseen tukee institutionaalisen näkökulman pätevyyttä kansainvälisissä organisaatioissa. Samalla vahvojen valtioiden tarve ryhtyä fooruminvaihtoon ilmentää realistisen valtopolitiikan vaikeuksia ja myös niiden tarvetta tukeutua institutionaalisiin ratkaisuihin omien etujensa edistämiseksi. (s. 674) (0,25 p.)

OSA 2

Tehtävä 2.1 (0-7,5 pistettä)

Kysymys: Analysoi kokeessa annettua aineistoa seuraavien kysymysten kautta ja molempien yllä olevien artikkelien valossa: Miten digikauppapolitiikan ongelmat nousevat esille aineiston Australiaa koskevassa artikkelissa ja millaiset globaalit internetin hallintakysymykset ilmenevät Cambridge Analytican tapauksessa? Miten näitä aineiston käsittelemiä globaalin hallinnan ongelmia voidaan lähestyä ja pyrkiä ratkaisemaan?

Vastauksen arvostelussa painotettiin koeaineiston yhdistämistä tutkimusartikkelien esille nostamiin digikauppapolitiikan ja globaalin internetin hallinnan kysymyksiin sekä analyttistä otetta aiheiden käsittelyssä. Joka osiolla on maksimipisteet, mutta niiden puitteissa johdonmukaisen vastauksen on voinut rakentaa eri tavoin. Hyvä suoritus edellytti kuitenkin monipuolista analyysia.

Hallintaregiimien hajanaisuus (maks 1 p.)

Azmeh et al. nostavat esille digitalisoituvan kaupan tuomat haasteet kansainväliselle kaupparegiimille, jotka seuraavat epäselvän sääntelyn, kaupparegiimin pirstaleisuuden ja teknologisen muutoksen myötä. Digikaupan sääntelyn kansainvälinen hajanaisuus on myös laajemmin liitoksissa Carr & Lesniewskan käsittelemään globaalin internetin hallinnan heikkouteen ja keskeisen auktoriteetin puutteeseen. (0,5)

Digitalisoituva kauppa haastaa vanhat säännöt ja vaatii uusien luomista, jonka kautta eri toimijat voivat hyödyntää multilateraalisen tason alapuolista sopimista ajaessaan omaa etuaan markkinoilla. (s. 674-675) (0,25)

Kansallinen tila sääntelylle on mahdollistanut mm. Australian suunnitteleman lain alustayhtiöiden mainostulojen jakamisesta, mikä heijastaa kansainvälisen sääntelyn puuttumista ja sen mahdollistamaa kansallisen tason linjaustilaa. (0,5)

Digiyhtiöiden todetaan pelkäävän Australian valmistelevan lain muodostuvan ennakkotapaukseksi, mikä on lisännyt niiden kiinnostusta solmia suoraan kahdenkeskisiä sopimuksia. (0,25)

Digikaupan määrittelyn hankaluudet (maks 1 p.)

Digikaupan (s. 672) ja digikauppapolitiikan määrittely. (maks 0,25) Datavirrat eivät pysähdy maiden rajoille, ja kaupan muutos kyseenalaistaa tavaroiden ja palvelujen määrittelyn, mikä vaikeuttaa niiden sääntelyä nykyisessä kaupparegiimissä (s. 675). (0,25)

Digikauppa on hämärtänyt tuonnin ja viennin rajoja: digipalvelujen toimitusmuotojen luokittelu GATS-sopimuksen mukaan aiheuttaa kiistaa siitä, pitäisikö ne määritellä rajat ylittävän toimituksen (malli 1) vai ulkomailla tapahtuvan kulutuksen (malli 2) mukaan. (s. 676) (0,5)

Malli 1 vahvistaa valtioiden asemaa säännellä kauppavirtoja, kun taas malli 2 suosii kv-yhtiöiden keskittynyttä palveluntarjontaa. Malli 2 ratkaisisi Googlen ja Facebookin ongelmat niiden alustoilla julkaistusta aineistosta, mutta asettaisi valtiot epätasa-arvoiseen asemaan digikaupassa. (0,5)

Kansallinen sääntely ja protektionismi (maks 1 p.)

Datavirtojen kaupallistuminen herättää kysymyksiä tulleista ja maksuista. "Sähköisten siirtojen" tullit on toistaiseksi sidottu nolnaan WTO:ssa, mutta jos Australian maksut mediasisällön jakamisesta voidaan nähdä tällaisena tullina, niiden toteutuminen saattaisi vahvistaa muita vaatimuksia tullimaksujen palauttamisesta. (0,25)

Aineistossa nousee esille Australian interventionistinen digikauppapolitiikka ja sen pyrkimys tukea kansallista mediasektoria. Vastaavasti Azmeh et al. käyttävät esimerkkinä mm. EU:n GDPR-säännöstöä ulkomaisten yritysten toimintaa rajoittavana tekijänä, tapana tukea paikallisia yrityksiä ja tuoda kv-investointeja alueelle. (s. 682) (0,5)

Datalokalisatavoitukset ovat tyypillinen keino hallita kauppavirtoja ja pääsyä ulkomaisiin digituotteisiin, ja siten rajata digijättien markkinavaltaa. (0,25)

Kaupparegiimin heikkous digikaupan käsittelyssä onkin johtanut eriäviin kansallisiin linjauksiin: Kiina on jyrkän interventionistinen, kun taas Yhdysvallat pyrkii kaupan vapauttamiseen ja Eurooppa sijoittuu niiden välille digitaalisten sisämarkkinoiden ja GDPR-sääntelynsä kanssa. (s. 680-684) (0,5)

Internetin avoimuutta koskevat kysymykset (maks 0,5 p.)

Digitaalisten tuotteiden ja palveluiden muoto datavirtoina herättää kysymyksiä datavirtojen vapaudesta internetin perustana sekä rajanvetoa siinä, mikä on vapaata ja ilmaista dataa, mikä on luokiteltava digitaalisen kaupan alle. (0,25)

Tekijänoikeussäätelyn ongelmat näkyvät Australian kiistassa siitä, miten alustayhtiöt hyötyvät paikallisten mediayhtiöiden tuottamasta aineistosta ilman korvausta. Australian tapaus korostaa sitä, miten monet digijätit kehittyivät Yhdysvaltojen suhteellisen liberaalien lakien puitteissa, mutta muissa maissa lainsäädäntö ei ole välttämättä yhtä sallivaa (s. 685). (0,5)

Jyrkimmillään erot laeissa voivat johtaa internetsuodatukseen. Australian tapaus osoittaa, että suodatus voi toimia molempiin suuntiin: Australia voi rankaista digiyhtiötä, mutta alustayhtiöt voivat estää Australiaa käyttämästä niiden palveluja ja siten sulkea sen pois kansainvälisiltä markkinoilta. (0,25)

Digijättien vaikutusvalta (maks 1 p.)

Digijätit käyttävät merkittävästi rahaa vapaan digitaalisen kaupan lobbaamiseen: vaikutusvaltaisin tulos on Yhdysvaltojen ajama digitaalisen kaupan agenda, joka on pyrkinyt siirtämään digikauppaa koskevaa sääntelyä teknisiltä foorumeilta kaupparegiimin ja sen sopimusten piiriin. (s. 672) (0,5)

Agendan taustalla vaikuttaa pyrkimys taata paremmat edellytykset USA:n omalle digisektorille. Esim. Google ja Facebook ovat yhdysvaltalaisia yrityksiä, ja käytännössä Yhdysvallat tukee niiden toimintaa kansainvälisellä tasolla. (0,5)

Agenda pyrkii luomaan yhdenmukaiset säännöt ja suotuisan toimiympäristön digitalisoituvalla kaupalla. (0,25) HS-artikkelissa tämä tiivistyy kysymykseen välittäjävastuusta: agendan mukaan välittäjävastuusta tulisi luopua, mutta Australia laittaisi laskun sisällön jakamisesta alustayhtiölle. (0,5)

Digiyhtiöt eivät ole vain riippuvaisia Yhdysvalloista, vaan ne itse käyttävät valtaansa painostamaan valtioita ja lähestyvät hallituksia suoraan. (0,25) Digijätit voivat käyttää taloudellista valtaansa ongelmiansa ratkaisemiseksi, sivuuttaa niitä kohtaan esitetyt kritiikit tai sitoa kritikkonsa oikeustapausten käsittelyyn, kuten Ylen artikkelista ilmenee. (0,25)

Sääntelyregiimien rakenteelliset kysymykset (maks 1 p.)

Azmeh et al. mukaan (s. 679) internetin hallinta on monitasoinen teknisistä, sosiaalisista ja taloudellisista tekijöistä koostuva rakenne. Ongelmana on, että hallintaprosessit eivät kohtaa, mikä haittaa etenkin digikaupan sääntelyä. (0,25) Kaupparegiimin sopimukset nähdään houkuttelevina niiden sitovuuden, vahvojen kiistanratkaisumekanismien sekä vastatoimien vuoksi. (s. 674) (0,25)

Digikaupan sääntelyn vapauttaminen WTO:n kautta on kilpistynyt kehittyvien maiden vastustukseen ja kehittyneiden valtioiden keskinäisiin erimielisyyksiin. (s. 674) (0,25) Niinpä digitaalisen kaupan agenda on edistetty fooruminvaihdon avulla bilateraalisten ja alueellisten sopimusten kautta (s. 674-675). Googlen ja FB:n paikalliset sopimukset HS:n artikkelissa voidaan nähdä ilmentymänä tästä trendistä. (0,25) Alemman tason sopimuksilla luodaan painetta ylemmän tason neuvotteluihin niin, että ajan mittaan laajemmat neuvottelutulokset ovat mahdollisia. (0,25)

Kyberturvallisuus (maks 1 p.)

Globaalin internet-hallinnan heikkous mahdollistaa vakavia tietoturvarikkomuksia, kun kasvavat datavirrat ovat lähtökohtaisesti heikosti turvattuja ja ulkopuolisten tahojen manipuloitavissa. Samalla kv-koordinaatio kyberturvallisuuslinjauksissa on ollut hidasta. (0,25) Datavirroista on muodostumassa kriittistä infrastruktuuria, mikä tekee niiden turvallisuusongelmista entistä vakavampia niin kansallisesta kuin kansainvälisestä näkökulmasta. (s. 396-397) (0,25)

Cambridge Analytican tapaus nostaa esille internetin hallinnan ongelmien liitokset datan kaupallistumiseen. CA kykeni hyödyntämään Facebookin käyttäjätietoja tavoilla, jotka oli kielletty palveluehdoissa, mutta ei kv-sääntelyssä. Digikaupan liberalisoituminen voi myös asettaa kaupalliset ja yksityisyyden suoja koskevat kysymykset vastakkain, kun käyttäjätiedot ovat vain hyödyke muiden joukossa. (0,5)

CA:n tapaus nostaa esille nykyisen internethallinnan puutteet: vakavat kansainväliset tietoturvarikkomukset voidaan saattaa julkisuuteen, mutta syyllisten tahojen vastuu jää vähäiseksi tai olemattomaksi sääntelyn puuttuessa. (0,5)

Tilanne on johtanut kansallisten ratkaisujen yleistymiseen; esim. EU:n GDPR-säännöstö toimii vahvana datavirtojen sääntelymekanismina (s. 682). (0,25)

Viheliäiset ongelmat ja internetin hallinta (maks 1 p.)

Pelkästä viheliäisten ja superviheliäisten ongelmien määrittelystä (s. 398-399) sai vastauksessa maks 0,25 pistettä.

Globaali internetin hallinta täyttää joitain viheliäisen ongelman piirteitä: monimutkaisuuden, keskinäisriippuvuuden, ylikansallisen luonteen; alaongelmia on paljon, kuten myös risteäviä intressejä valtioista ja yhtiöistä kansalaisyhteiskuntaan. Ratkaisuyritykset, kuten Australian sääntelypyrkimykset, voivat johtaa uusiin ongelmiin. (0,5)

Viheliäisiä ongelmia ei tyypillisesti voi suoraan ratkaista, vaan ne pyritään "kesyttämään" tai niiden kanssa opitaan tulemaan toimeen. Superviheliäiset ongelmat vaativat luovia hybridiratkaisuja, jotka käsittelevät ongelmaa laajemmin kuin vain valtiokeskeisesti. (s. 399-400) (0,25)

Internetin hallinnassa yhteistyötä ja koordinaatiota rajoittaa vankkojen tiedonvaihtomekanismien puute teknisten ja poliittisia päätöksiä tekevien yhteisöjen välillä. IPCC:n rooli epäpoliittisena ilmastotiedon lähteenä voisi toimia tärkeänä mallina. (0,5)

Artikkelissa nostetaan esille Julia Blackin ajatus normatiivisen kehyksen merkityksestä sekä Elinor Ostromin painotus yhteisen kielikehyksen luomisesta eri sidosryhmien välisen tiedonjaon helpottamiseksi. Carl Folke korostaa kielikehyksen kestävyden vaativan kaikkien sidosryhmien osallistumista sen luomiseen. (s. 400) (0,5)

Ratkaisumallit (maks 1 p.)

Molemmat tutkimusartikkelit esittelevät useita valtiokeskeisiä pyrkimyksiä ratkaista niiden käsittelemiä ongelmia, mutta samalla ne osoittavat, miten globaalien ongelmien ratkaiseminen on vaikeaa valtiokeskeisesti ja ilman monitahoista yhteistyötä. (0,25)

Carr & Lesniewskan mukaan globaalien internetin hallinta voisi ottaa esimerkkiä Pariisin ilmastopöytäkirjan muotoilemasta ilmastomuutoksen hallintamallista, jonka innovatiivisessa rakenteessa ja IPCC:n keskeisessä roolissa on nähtävissä mahdollisuus edistyä viheliäisten ongelmien ratkaisussa. (0,25)

Tällainen polysentrinen hallintajärjestelmä tunnistaa eri sidosryhmien ja ei-valtiollisten toimijoiden osallisuuden globaalissa hallintaprosessissa. Tämä olisi merkittävää myös internetin hallinnoinnin kaltaisessa monimuotoisessa järjestelmässä, jossa on tärkeää yhdistää niin tekninen tieto ja kaupallinen puoli kuin valtiolliset ja kansalaisyhteiskuntaa koskettavat näkökulmat. (0,5)

Tehtävä 2.2 (0-7 pistettä)

Dommett, Katherine & Temple, Luke. 2017. Digital Campaigning: The Rise of Facebook and Satellite Campaigns. *Britain Votes* 189-202

Tarkastele yllämainitun artikkelin perusteella aineistossa kuvattavaa Cambridge Analytica – tapausta. Käytä apuna etenkin Dommett & Templen esille tuomia vaalikampanjointiongelmia.

Kysymyksen tarkoituksena on selvittää kuinka hakija osaa peilata tutkimus- ja lehdistöartikkelin esille tuomia ilmiöitä, sekä käyttää teoriaa empiirisissä havainnoissa. Painopiste on kuitenkin

uutisartikkelin ymmärryksessä ja sen analyysissä (eli pelkkä tiivistäminen, tai ennakkomateriaalin esittäminen eivät ole tehtävän arviointipiirissä). Täydet pisteet jokaisesta kohdasta saa, mikäli on osannut yhdistää ja reflektoida aiheita kummankin artikkelin pohjalta.

Ennakkomateriaalin artikkeli (Dommett & Temple, 2017) ja Yle Uutiset-artikkeli, joka käsittelee Cambridge Analytica-tapausta, ovat vahvasti yhteydessä toisiinsa. Tutkimus- ja uutisartikkeli täydentävät toisiaan tuoden esiin uusia haasteita vaalien ja digitaalisen kampanjoinnin saralla. Dommett & Temple (2017) artikkeli käsittelee Britannian vuoden 2017 vaalia ja niissä käytettyä Facebook- kampanjointia ja satelliittikampanjointia. Ylen uutinen taas käsittelee Facebook-kampanjoinnin varjopuolta, jossa toimittaja Carole Cadwalladr on ajanut vahvasti keskustelua yksityisen yrityksen, Cambridge Analytican, vaikutusta etenkin USAn 2016-vuoden presidenttivaalien ja Ison Britannian Brexit-kansanäänestyksen tuloksiin.

Dommett & Temple (2017) tuovat esille, että digitaalinen kampanjointi on pikemminkin esimerkki "normalisoidusta murroksesta" (Wright, 2012), sillä se on muuttanut vaalikampanjoinnin tapoja, eikä luonnut niinkään uutta (0,25). Tämä on tärkeä huomio, sillä se auttaa ymmärtämään ilmeneviä haasteita, sekä edesauttaa niiden ratkaisemista. Vaikka digitaalisessa kampanjoinnissa on paljon positiivisia puolia, liittyy niihin myös ongelmia. Artikkelissa nostetaan Facebook-kampanjoinnin kolme suurinta ongelmaa – yleisiin käsityksiin vaikuttaminen, kampanjoiden kontrolli ja resurssien epätasapaino (0,25-0,5).

Kaikki nämä kolme haastetta ovat esillä Cambridge Analytica tapauksessa. Päälimmäiseksi Ylen artikkelissa nousee huoli henkilökohtaisen datan käytöstä. Vuoden 2016 presidenttivaalien jälkeen ilmeni, että analytiikka yhtiö Cambridge Analytica oli kerännyt ja analysoinut noin 87 miljoonan ihmisten profiileja ja myynyt tiedon Trumpin vaalikampanjaa varten. Nämä Facebookin käyttäjät eivät olleet antaneet suostumustansa heidän profiilitietojen käyttöön ja mainosten kohdentamiseen. Lisäksi tämä rikkoi Facebookin käyttäjäehtoja. Dommett & Temple (2017) tuovat esiin, että aiemmin yksityisyysuojalait estivät henkilökohtaisen datan käytön kampanjoinnissa, mutta Facebookin kautta kerätty data ei ole näiden lakien alainen. (0,5)

Tästä nousee myös ensimmäinen Dommett & Templen (2017) kuvaamaa pääongelmaa – vaikkakin kohdennetusta mainonnasta on tiedetty, on se ollut huomattavasti hyväksytympää kaupallisten toimijoiden puolesta. Kirjoittajat huomauttavat, että poliittisiin toimijoihin liitetään korkeampia standardeja ja moraalisia odotuksia kampanjoinnissa ja ihmisten datan käytöstä. Ylen artikkelissa puhutaan Cambridge Analytican luomista Facebook-käyttäjien "psykologisista profiileista", joita on hyödynnetty useissa vaalikampanjoissa kohdentaen sisältöä oikeanlaisille profiileille ja vaikuttamalla näin näkemyksiin ja mielipiteisiin. (0,5-1)

Näiden lisäksi sekä Ylen artikkelissa, että ennakkomateriaalin artikkelissa huomautetaan, että kohdentamista on vaikea tutkia, sillä jokaisen Facebook uutisvirta on personoitu heidän kiinnostuksen ja mieltymyksiensä pohjalta, eikä näin ollen ole mahdollista seurata kampanjoiden henkilökohtaistamisen vaikutuksia ja skaalaa. Ongelmana on myös se, että Ylen artikkelin mukaan tämä tieto ei arkistoidu minnekään ja näin ollen on vaikea pitää vaikuttajia vastuussa. (0,5)

Toista Dommett & Templen (2017) kuvaamaa pääongelmaa, kontrollin puutetta, kuvastaa parhaiten erilaisten toimijoiden tuottama sisältö eri alustoilla, joka saattaa olla ristiriidassa puolueen oman viestin kanssa. Näin valeuutiset ja valheelliset, mutta oikeaksi näyttävät kampanjat, jotka leviävät avoimilla digitaalisilla alustoilla saavat huomiota ja äänestäjän on vaikea erottaa mikä on puolueen virallista kampanjointia ja mikä ei. Ylen artikkelissa samaa ongelmaa kuvastaa Cadwalladrin huomio siitä, että vihapuhe ja valeuutiset eivät suodatu, vaan ne tarjotaan faktoina kohdennetulle yleisölle, jolloin puolueiden nimissä voidaan levittää apatiaa, pelkoa ja valheita. (0,5-1)

Kolmatta Dommett & Templen (2017) kuvaamaa pääongelmaa, resurssien epätasapainoa voidaan käsitellä kahdesta eri näkökulmasta – rahallisesta ja digiosaamisen puolelta. Vaikkakin Facebook

madaltaa kampanjointikuluja, mainoksien ostot ovat kalliita. Lisäksi huomio kiinnittyy poliittisten toimijoiden kontakteihin, kuten Cadwalladrin esille tuomaa Brexit-rahoittajan kytköksiä Venäjän hallitukseen. (0,5-1) Lisäksi, jotta viesteistä saadaan mahdollisimman osuvia, kaivataan niiden suunnitteluun oikeanlaista viestinnällistä ja digitaalista osaamista. (0,25)

Cambridge Analytican, ja muiden digitaalisten kampanjointikeinojen mahdollisuudet ja uhat nostavat kysymyksiä demokraattisista vaaleista, etenkin läpinäkyvyyden ja reiluuden suhteen. Mikäli kohdennustietoihin ei voida päästä käsiksi, vaalirahoituksen alkuperät jäävät pimentoon ja puolueet asetetaan eriarvoisiin asemiin heidän resurssinsa pohjalta, voidaan kysyä ovatko vaalit enää tasavertaisia. Dommett & Temple (2017) tuovat myös esiin kysymyksen digitalisaation vaikutuksesta vaalien reiluuteen, sääntelyyn ja julkiseen mielipiteeseen. (0,5-1)

Lisäksi artikkeleissa tuodaan esiin, että lainsäädäntö ja vastuullisuus näissä rikkomuksissa ei ole ajan tasalla digitalisaation tuomien kehityksen, mahdollisuuksien ja vaikuttamisen kanssa. Ylen artikkelissa tuodaan esiin, että toimittaja Cadwalladr vaatii Isolta Britannialta vaalikampanjalakeihin muutosta, jotta piilovaikuttaminen voitaisiin estää. Myös Dommett & Temple ehdottavat, että vaalikomission tulisi perehtyä puolueiden käyttämään dataan ja resursseihin säädösten ja normien luomista varten. (0,5)

Ylen artikkelissa puhutaan toimittaja Cadwalladrin joukkorahoituskampanjasta, jonka kautta hän kykenee jatkamaan tutkimustaan ja selviytymään oikeudenkäynnistään. Tämä voidaan rinnastaa Dommett ja Templen (2017) toiseen merkittävään digitaaliseen kampanjointimuotoon – satelliittikampanjaan. Satelliittikampanjat määrittellään puolueisiin sitoutumattomina yrityksiä tai yhteisöinä, jotka edistävät tietoisuutta, äänestämistä ja kampanjointia. Cadwalladrin joukkorahoituskampanja ei ole sidoksissa mihinkään puolueeseen, vaan sen päämääränä oli tutkia ja informoida kansalaisia. Cambridge Analyticaa taas ei voida luokitella satelliittikampanjaksi, sillä se on kaupallisesti sidoksissa tiettyihin puolueisiin. (0,25-0,5)

Tehtävä 2.3 (0-7,5 pistettä)

Analysoi kokeessa jaettua uutisaineistoa käyttäen suostuttelevan viestinnän kolmea ulottuvuutta (dimensions), jotka on esitetty alla mainitussa tutkimusartikkelissa. Vastauksen pituus enintään 7500 merkkiä.

Hyödynnä vastauksessasi seuraavaa tutkimusartikkelia:

Irina Lock & Ramona Ludolph (2020): Organizational propaganda on the Internet: A systematic review. *Public Relations Inquiry*, 9, 1, 103-127.

Tässä tehtävässä tuli analysoida aineistoa viestinnän tutkimuksen näkökulmasta, käyttäen apuna Lockin ja Ludolphin artikkelia. Arvioinnin kohteena on vastaajan kyky analyyttiseen ajatteluun, mikä on yliopistossa oleellista. Tehtävässä tuli soveltaa ennakkomateriaalissa opittuja käsitteitä. Analysointi tarkoittaa huolellista lukemista, aineiston järjestelyä, sisällön ja/tai rakenteiden erittelyä, jäsentämistä tai reflektointia (pohtimista) jostain relevantista näkökulmasta: mistä aineistossa kyse, mitä johtopäätöksiä siitä voidaan vetää ko. käsitteiden avulla, mitä aineisto kertoo teemasta/yhteiskunnasta laajemmin ja miksi esimerkiksi media esittää asiat (tässä digitaalisen mediajättien toiminnan), kuten aineistossa on tehty, jne.

Analysoitavana oli kaksi artikkelia, joista voi analysoida molemmat tai vain toisen. Jos valitsi vain toisen, arvioinnissa edellytettiin perustelua rajaukselle, miksi toinen jätettiin pois tai vähemmälle analyysissa.

Artikkeli 1 oli Helsingin sanomien Kulttuuri / Media –osaston juttu, jonka kirjoittajina ovat Jussi Lehmusvesi ja Pekka Torvinen. Otsikko: ”Australian hallituksen uhkapeli onnistui: Google ja Facebook näyttävät taipuvan sopimukseen paikallisten medioiden kanssa”

Artikkeli 2 oli Yle uutiset – verkkosivuilta Sara Rigatellin teksti, otsikkona: "Cambridge Analytica - skandaalin paljastanut toimittaja taistelee internetjättien piilovaikuttamista vastaan – "Facebook pitäisi kieltää vaaleissa".

Vastauksessa ei saanut pisteitä pelkästään lehtiartikkeleiden referoinnista. Molemmat artikkelit edustavat Suomessa ns. laatujournalismia, ja artikkelien kirjoittajat ja käytetyt lähteet oli merkitty. Aineiston yleisesittelystä suhteessa kysymykseen/teemaan sai 0,25p.

Arvioinnissa edellytettiin, että Lockin ja Ludolphin (L & L) analyttinen jaottelu osattiin määritellä. Se on ennakkomateriaalina jaetun aineiston punainen lanka, ja joka on tiivistetty artikkelissa vielä tuloksia osoittavaan kuvaan. Se muodostuu viestinnän kolmesta ulottuvuudesta (dimensions):

1. *Viestinnän tarkoitus*: onko tavoitteena keskinäinen yhteisymmärrys (mutual understanding) vai kohteena olevan suostuttelu (persuasion) tavoiteltuun päämäärään.

2. *Eettinen orientaatio*: onko viestintä eettistä vai epäeettistä

Onko kyseessä totuus/valhe, autenttinen/epäaito, kunnioittava/epäkunnioittava ja tasa-arvoinen/epätasa-arvoinen toiminta ja viestintä?

3. *Viestinnän keinot*: pyrkikö viestijä tavoitteeseensa suoraan vai epäsuorasti (median tai muun kanavan välityksellä vaikuttamaan mielipiteeseen, asenteisiin ja käyttäytymiseen).

Tämän jaottelun avaamisesta ja kunkin kohdan lyhyestä määrittelystä analyysin yhteydessä sai maks. 1,5 pistettä. Pääpaino vastauksessa tuli olla kokeessa jaetun aineiston analyysissä, josta sai maks 6,5 pistettä, jollei käsitteitä oltu määritelty Lockin ja Ludolphin mukaisesti. Tämän jaottelun lisäksi muista Lockin ja Ludolphin artikkelin käsitteistä voi saada maks. 0,5 pistettä (esim. musta, harmaa ja valkoinen propaganda tai artikkelin lopussa esitetyistä standardeista).

Tässä on esimerkkejä yksityiskohtaisesta analyysistä, joista kustakin sai 0,25 tai 0,5 pistettä. Myös muista kuin tässä mainituista perustelluista aineiston esimerkeistä sai 0,25 pistettä.

1. Dimensio: Suostutteleva viestintä vs. Yhteisymmärrykseen tähtäävä viestintä:

Yhteisymmärrys perustuu vastuullisuuteen, avoimuuteen ja osallistumiseen. Lockin & Ludolphin mukaan suostutteleva viestintä voi olla joko suhdetoimintaa (PR) tai propagandaa, jonka tarkoituksellisenä ja järjestelmällisenä pyrkimyksenä on manipuloida tietoja ja vaikuttaa suoraan tai epäsuorasti käyttäytymiseen. (0,25p)

Artikkeli 1 käsittelee enemmän suostuttelevaa viestintää, kuin yhteisymmärrystä.

Tavoitteena Australian hallituksella on nykykäytännön muutos suostuttelujen, uhkailujen ja keskustelujen jälkeen. (0,25 p.)

Esim. artikkelissa 1 toisaalta Australian media-yhtiöt ja maan hallitus ja toisaalta teknologiajätit Google ja Facebook turvautuivat painostuskeinoihin ja uhkailuihin tahoillaan. (0,25p.)

Samalla "valtiovarainministeri Josh Frydenberg ilmoitti keskustelleensa aiheesta viikonlopun aikana sekä Googlen toimitusjohtajan Sundar Pichain että Facebookin perustajan Mark Zuckerbergin kanssa". Tämä on osoitus pyrkimyksestä keskinäiseen yhteisymmärrykseen. (0,25p.)

Yhteisymmärryksen tavoittelua kuvaa myös tämä: "Teknologiajättien innostusta sopimiseen lisää todennäköisesti se, että Australian parlamentissa käsitellään teknologia-yhtiöiden asemaa säätelevää lakia." (0,25p.)

Artikkeli 2 keskittyy kokonaisuudessaan Yhdysvaltain presidentiksi valitun Donald Trumpin ja Britannian Brexit-äänestysten taustalla vaikuttaneeseen digitaaliseen propagandaan, joka on suostuttelevaa ja epäeettistä ja suoraa viestintää. (0,25 p.)

2. Dimensio: Eettinen vs. epäeettinen kommunikaatio.

Epäeettinen viestintä Lockin ja Ludolphin mukaan on valheellista, epäaitoa, epäkunnioittavaa ja epätasa-arvoista. (0,25 p.)

Artikkeli 1 on esimerkki, kuinka journalismissa raportoidaan suostuttelevan viestinnän ns. laillisista painostuskeinoista: hallitus ajaa lainsäädännöllä toivottua muutosta globaaleja teknologia yrityksiä vastaan, ja pakottaa ne vuoropuheluun, joka johtaa sopimuksiin kansallisten suurten mediayhtiöiden kanssa. (0,25p.)

Artikkelin mukaan "Facebook uhkasi syksyllä aikovansa estää uutisten jakamisen omistamissaan sosiaalisen median palveluissa Australiassa". Tämän voi tulkita epäeettiseksi viestinnäksi, koska FB toimisi omia periaatteitaan vastaan ja epätasa-arvoisesti verrattuna muihin maihin. Samalla se jakaa alustallaan ilmaiseksi toisten tekemiä uutisia, joihin on helppo myydä mainoksia ja saada tulot itselleen. (0,25p.)

Suostuttelevan viestinnän painostuskeinona Google ilmoitti, että se aikoo estää hakukoneensa käytön Australiassa, mikäli maan hallitus edistää sääntelyä. (0,25p.)

Artikkeli 2 käsittelee eettiseltä kannalta konsulttiyritys Cambridge Analytica (CA) – skandaaliin liittynyttä internetjättien piilovaikuttamista, mikä on tulkittavissa tässä propagandaksi. Siksi "Facebook pitäisi kieltää vaaleissa", koska äänestyskäyttäytymiseen voidaan vaikuttaa levittämällä valheita ja lietsomalla pelkoja. Tämä viittaa suoraan Googlen ja Facebookin epäeettiseen ja kommunikaatioon. Lock & Ludolph sen luokittelevat suostuttelevaksi viestinnäksi ja digitaaliseksi propagandaksi, jota nämä yritykset ja niiden kautta propagandistiset tahot harjoittivat mm. vuonna 2016 Britannian Brexit-vaaleissa ja Yhdysvaltain presidentinvaaleissa, joissa Trump voitti (0,75 p.)

Toimittaja Cadwalladr oli "törmännyt shokeeraavaan tietoon: maailman suosituimman hakukoneen algoritmi tarjosi harhaanjohtavaa, kärjistävää ja vihaan yllyttävää sisältöä", joka ohjaa suoraan yleisöä harhaan. Tämä on esimerkki, kuinka näiden yritysten (G ja FB) viestintä asettuu Lockin ja Ludolphin kuviossa vasempaan alakulmaan, ja voidaan tulkita vain näiden organisaatioiden digitaaliseksi propagandaksi. (0,5 p.)

Epäeettistä oli myös se, että FB salaili, peitteli eikä huolehtinut, että CA:n yksityisyydensuojaan liittyvät aineistot hävitetään: "Facebook tajusi jo tuolloin Cambridge Analytican rikkoneen käyttäjäehtojaan, mutta ei kertonut asiasta julkisesti." (0,25 p)

3. Dimensio: suora vs. epäsuora vaikuttaminen.

Lockin & Ludolphin määritelmän mukaan digitaalisessa ympäristössä epäeettinen suostutteleva viestintä on propagandaa, jolla pyritään joko epäsuorasti tai suorasti tavoitteeseen. Kuten Googlen ja Australialaisten medioiden tapaus tai että FB-asiakastietoja hyödyntämällä CA:n avulla propagandistit pystyivät kohdentamaan vaalimainontaa suoraan ihmisille, ja vaikuttamaan äänestystulokseen. (0,25 p.) Digitaalisessa ympäristössä organisaatioiden, kuten Google ja Facebook, markkinointi ja PR-toiminta on artikkeleiden mukaan suoraa suostuttelua yleisöille. Se voi olla joko eettistä tai epäeettistä, mutta vasta painostusten haetaan yhteisymmärryksen kautta kompromissia. (0,25 p.)

Piilovaikuttaminen on epäsuoraa ja epäeettistä suostuttelua (esim. Brexit ja Trump äänestyksissä). "Toimittaja Cadwalladria turhauttaa, kuinka vähän siitä edelleen tiedetään." (0,25 p.)

Artikkelissa 2 todetaan, että Donald Trumpin voiton jälkeen käynnistyi keskustelu nettipropagandasta, johon FB oli osallinen. Facebook oli luovuttanut luvatta 87 miljoonan käyttäjän tiedot CA:lle, mistä käyttäjätiedot vuodettiin kolmansille osapuolille ja levisivät väärinkäytöksiä ainakin 10 000 sovellukseen. Tämä täyttää organisoidun digitaalisen propagandan tunnusmerkit, minkä tarkoitus oli vaikuttaa epärehellisesti demokraattisiin vaaleihin. (0,75 p)

Algoritmit on suunniteltu niin, että ne tekevät mahdolliseksi suoran vaikuttamisen, joka on organisoitua digitaalista propagandaa, koska (vaali)mainontaa ohjaavat yksilön valinnat ja tykkäykset (0.25 p)

Epäsuoraa toimintaa ja varovaisuutta edustaa arvovaltaisen Guardian-lehden toimintatapa: "Cambridge Analytica -julkistuksia valmistellessaan The Guardian oli hakeutunut yhteistyöhön muiden mediatalojen kanssa nimenomaan vähentääkseen oikeusjuttujen riskiä" (0,25 p.)

Brexit-kampanjaa rahoittanut liikemies haastoi toimittajan oikeuteen kunnianloukkauksesta, kun toimittaja oli linkittänyt Brexit-rahoittaja Arron Banksin Venäjän hallitukseen, yhdestä lauseesta. Esimerkki väitetystä propagandistisesta valheesta, joka halutaan todistaa puolin ja toisin oikeaksi tai vääräksi. (0,25 p.)