

Anonyymi mobiiliviestipalvelu Jodel helpottamassa toimittajan työtä uutismediassa

Wilma Ruohisto



Tekijä Wilma Ruohisto	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Anonyymi mobiiliviestipalvelu Jodel helpottamassa toimittajan työtä uutismediassa	Sivumäärä + liitesivumäärä 34+9
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka vuonna 2015 perustettu anonyymi mobiiliviestipalvelu Jodel soveltuu toimittajan työkaluksi. Työssä keskityttiin kartoittamaan Jodelin hyötyjä ja ominaisuuksia sekä analysoimaan sen mahdollisuuksia ja ongelmia juttu- idea- ja vinkkilähteenä. Opinnäytetyössä myös esiteltiin Jodelin toimintaa ja analysoitiin sitä journalistieettiseltä kantilta. Jodelia verrattiin muihin sosiaalisen median sovelluksiin ja tarkasteltiin, kuinka anonyymi se todellisuudessa on.</p> <p>Opinnäytetyössä käytettävä tutkimusmenetelmä on laadullinen tutkimus, johon osallistui viisi valtakunnallisessa uutismediassa työskentelevää henkilöä, jotka ovat kaikki käyttäneet Jodelia jossain määrin työnsä puolesta. Tutkimushaastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, joissa haastateltavat saivat kertoa kokemuksiaan Jodelin hyödyistä ja ongelmista journalistisessa työssä.</p> <p>Tutkimustulosten mukaan Jodel on hyödyllinen sovellus uutismediassa työskentelevälle. Se soveltuu erityisesti juttujen ideointiin ja ajankohtaisten aiheiden seuraamiseen. Jodelista löytyy myös uutisvinkkejä, mutta vinkin totuudenmukaisuus on tarkistettava luotettavasta lähteestä. Kommentteihin, keskustelunavauksiin ja mahdollisiin uutisvinkkeihin tulee kaikkien haastateltavien mukaan suhtautua tilannekohtaisesti, journalistin ammattietiikan mukaan. Sovelluksesta löytyy myös ammattieettisesti arveluttavia piirteitä, jonka vuoksi sen sisältöä tulee analysoida mediakriittisesti.</p> <p>Jodel ei korvaa sovelluksena mitään yleisimmistä journalistien käyttämistä sosiaalisen median palveluista, mutta täydentää niitä. Jodel tarjoaa käyttäjälleen myös täysin uusia mahdollisuuksia muiden sosiaalisten median kanavien tarkasteluun, sillä Jodel on myös puheenaihemedia.</p> <p>Tutkimuksessa nousi esille myös, että Jodelin täydellinen anonymiteetti heikentää sen mahdollisuuksia luotettavana uutislähteenä. Toisaalta anonymiteetti tekee Jodelista poikkeuksellisella tavalla hyödyllisen esimerkiksi Facebookiin, Twitteriin, Instagramiin ja keskustelupalstoihin verrattuna.</p>	
Asiasanat Jodel, sosiaalinen media, journalistietiikka, anonymiteetti, uutismedia, laadullinen tutkimus	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyön aihe ja tavoitteet	1
1.2	Opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmä ja aineiston valikoituminen	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne ja työn kuvaus	2
1.4	Toimeksiantaja.....	3
2	Mikä on sosiaalinen media?	4
2.1	"Nyt se avautuu somessa" – Sosiaalinen media toimittajan työvälineenä	5
2.2	Facebook – someista suurin	6
2.3	Visuaalinen Instagram.....	8
2.4	Toimittajien ja päättäjien Twitter	8
3	Jodel, "hyperlokaali mobiiliviestipalvelu"	10
3.1	Jodel toimitukseen?	12
3.2	Jodelin säännöt.....	15
4	Anonyymi Jodel koettelee journalistin etiikkaa.....	17
4.1	Journalistietiikka.....	17
4.2	Sananvapaus	18
4.3	Onko käyttäjä sittenkään anonyymi?	20
4.4	JSN ja sosiaalinen media juttulähteenä.....	21
4.5	Yksityisyyden suojaa myös Jodelissa.....	22
5	Tutkimus Jodelin hyödyistä toimitusympäristössä	24
5.1	Haastateltavien hankinta.....	25
5.2	Omat lähtökohdat tutkijana	25
6	Tutkimuksen tulokset.....	27
6.1	Miten Jodelin pariin päädytään?.....	27
6.2	Mikä Jodelissa on hyödyllistä?	27
6.3	Jodelin käyttäminen lähteenä.....	29
7	Johtopäätökset.....	32
7.1	Miten tuloksiin tulisi suhtautua?.....	33
7.2	Opinnäytetyö prosessina.....	33
	Lähteet	35
	Liitteet.....	39

1 Johdanto

Syksyllä 2017 huomasin ensimmäistä kertaa toimitusympäristössä ilmiön, joka on sittemmin todistanut olevansa muutakin kuin ohimenevä trendi. Osastosta riippumatta somessa aktiiviset toimittajat ilmoittivat löytäneensä erilaisia uutisvinkkejä ja juttuaiheita anonyymiuteen perustuvasta viestipalvelu Jodelista. ”Jännittävää”, ajattelin, sillä olin itse käyttänyt Jodelia ajankohtaisten puheenaiheiden kartoittamiseen jo jonkin aikaa.

Uusi trendi alkoi näkyä yhä selvemmin. Jodel huomioitiin ilmiönä myös mediassa. Huomasin ensimmäisen ristiriidan toimitustyössäni, kun tein erääseen suomalaiseen julkisuuden henkilöön liittyvää juttua. Henkilö oli poistanut Instagram-julkaisustaan jutulle olennaisia kommentteja, joista kuitenkin keskusteltiin Jodelissa. Halusin käyttää Jodelia yhtenä lähteenä juttuun, mutta esimieheni oli eri mieltä. Juttua ei syntynyt, mutta jäin miettimään, mikä erottaa anonyymit kommentit Jodelissa esimerkiksi keskustelupalstan kommentteista – kummassakin keskustellaan anonyyminä, toisessa vain nimimerkillä.

Sittemmin alun perin Jodelista lähtöisistä asioista ovat uutisoineet mediat Seiskasta Helsingin Sanomiin. Olen itse soitellut asianosaisille lukuisista Jodelista löydettyistä ”uutisvinkeistä”, eroista perheenisäyksiin. Osa sovelluksessa esitetyistä ”faktoista” on pitänyt paikkansa, osa ei.

Lopulta päätin perehtyä tarkemmin Jodeliin ja sitä käyttävien toimittajien motiiveihin sekä työtapoihin. Tulosta syntyi opinnäytetyön verran.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millainen on sosiaalisen median uusi tulokas, mobiiliviestipalvelu Jodel ja kuinka se voisi hyödyttää toimittajia työssään. Tutkimuskysymykseen haetaan vastausta selvittämällä, kuinka valtakunnallisen uutismedian toimittajat käyttävät Jodelia ja millaisia eettisiä sekä juridisia ongelmia sen käyttöön liittyy.

Ensisijaisesti opinnäytetyössä haetaan tarttumapintaa uusimpaan merkittävään sosiaalisen median tulokkaaseen ja kartoitetaan laadullisen tutkimuksen keinoin sen mahdollisuuksia ja käyttöastetta toimituskäytössä. Opinnäytetyössä tutkitaan myös anonyymiin sovellukseen liittyviä eettisiä ja juridisia ongelmia. Opinnäytetyö keskittyy Jodelin hyötyihin ja haittoihin toimitustyössä. Työssä vertaillaan Jodelia myös muihin sosiaalisen median sovelluksiin ja niihin perustuviin aikaisempiin tutkimuksiin.

1.2 Opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmä ja aineiston valikoituminen

Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen eli määrällisen tai laadullisen tutkimuksen sisältävä opinnäytetyö. Työtä varten haastateltiin teemahaastattelulla viittä Jodelia käyttävää, valtakunnallisessa mediassa työskentelevää henkilöä.

Opinnäytetyön tutkimus on suoritettu kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen menetelmin. Tyypillinen tapa jaotella tutkimuksia on jakaa ne edellä mainittuihin kvalitatiivisiin tutkimuksiin sekä määrällisiin eli kvantitatiivisiin.

Laadullinen tutkimus ymmärretään yksinkertaisuudessaan tutkittavan aineiston ei-numeraalisen muodon kuvaukseksi. Se on saanut käyttövoimaansa pitkälti eroavaisuuksistaan määrälliseen tutkimukseen. (Eskola, Suoranta, 1998, 13) Laadullista tutkimusta voi pitää pohjana kaikelle tutkimustoiminnalle, sillä se pyrkii ymmärtämään tutkittavaa aiheen ominaisuuksia, tekijöitä ja niiden välisiä suhteita. (Kananen, 2013, 26)

Sekundaarinen tavoite tutkimuksessa on kartoittaa opinnäytetyössä somelähtöisten uutisten ja uutisvinkkien eettisiä ja juridisia ongelmia. Työn tavoite on tarjota tutkimukseen perustuvia faktoja somelähtöisen uutisoinnin tarjoamista mahdollisuuksista ja huomionarvoisista ongelmakohdista.

Ennen tiedonhankintamenetelmien päättämistä työssä pohditaan tutkimuksen perusteita ja kerrataan lähtökohtia Jodelin tutkimiselle. Tällaisia perusteita ovat muun muassa tiedon tarpeen määrää ja luonne, sekä mitä asiasta jo tiedetään. Onko tutkimuksella selvitettävä tieto jo saatavilla jostakin tai onko sitä jo mahdollisesti tutkittu, ja jos on, niin kuinka perusteellisesti. Jos aihealuetta on tutkittu, millaisia tuloksia tutkimuksella on saatu? On myös tärkeää laittaa merkille, onko tieto vanhentunutta, vastaako se tutkimuskysymykseen ja onko se luotettavaa. (Anttila, 2014)

Sillä Jodel on suhteellisen uusi sovellus, siitä ei toistaiseksi löydy juuri ollenkaan tutkimustietoa. Jodelista kertovia suomalaisia artikkeleita on julkaistu vain kourallinen, ja englanninkieliset artikkelitkin ovat harvassa. Aiempiin tutkimuksiin perustuvan tiedon puutteessa voi päätellä, että laadullinen tutkimus sovelluksen käytöstä toimituskäytössä olisi tarpeellinen.

1.3 Opinnäytetyön rakenne ja työn kuvaus

Opinnäytetyön ensimmäinen luku kattaa työn aiheen, tutkimuskysymyksen ja tutkimusmenetelmät, toimeksiantajan, aineiston valikoitumisen sekä työn kuvauksen ja

rakenteen. Toisessa luvussa esitellään sosiaalinen media toimittajan työvälineenä sekä olennaisimmat sosiaaliset mediat, joihin Jodelia opinnäytetyössä verrataan. Kolmannessa luvussa esitellään Jodel, sen toiminnot, käyttö ja säännöt. Luvussa tarkastellaan myös Jodelia journalistieettisestä ja sananvapauden näkökulmasta, perehdytään sovellukseen anonyymiteettiin ja tarkastellaan sitä JSN:n ohjeiden kannalta. Neljännessä luvussa esitellään opinnäytetyötä varten tehty laadullinen tutkimus. Luvussa käydään läpi tutkimus ja sen menetelmät ja vaiheet. Viides luku kattaa tutkimustulokset, jotka vastaavat opinnäytetyön tutkimuskysymykseen: Kuinka hyödyllinen mobiiliviestipalvelu Jodel on toimittajan työssä. Kuudennessa luvussa analysoidaan, millaisia tutkimustulokset ovat, miten niihin tulisi suhtautua, millainen tutkimus oli prosessina ja miten aihetta voisi tutkia lisää.

Opinnäytetyön lopusta löytyvät työn lähdeluettelo ja liitteet.

1.4 Toimeksiantaja

Opinnäytetyö on epäsuora toimeksianto työnantajaltani Ilta-Sanomilta. Sanoma Media Finland on osa Sanoma-konsernia ja Suomen monikanavaisin mediatalo. Sen piiriin kuuluvat lehdistä Ilta-Sanomien lisäksi Helsingin Sanomat sekä lukuisia aikakauslehtiä mukaan lukien vastikään nimensä muuttanut HS Metro -lehti. Radiokanavista Sanoma Media Finland omistaa Helmiradion, Groove FM:n, Metro Helsingin, Loopin, Radio Aallon, Radio Rockin ja Radio Suomipopin, sekä televisiokanavista Nelosen, Livin, Jimin, Heron ja Ruutu+:n.

Ilta-Sanomat on Suomen suurin iltapäivälehti muodostaen Suomessa oligopolin Alma Media -konserniin kuuluvan Iltalehden kanssa. Ilta-Sanomat on Suomen luetuin uutismedia jo viidettä vuotta peräkkäin (vuodet 2014-2018). (KMT 2018) Ilta-Sanomien viihdetoimitus kattaa merkittävän osan IS:n kokonaisliikenteestä verkossa. Viihteen osasto koostuu toimittajista, kahdesta uutispäälliköstä sekä osastopäälliköstä.

IS Viihde kerää viikoittain noin 10 miljoonaa sivunkatselua ja päivän luetuimpia juttuja luetaan satoja tuhansia kertoja. Monet viihteen aiheista perustuvat sosiaaliseen mediaan tai ovat lähtöisin sieltä.

2 Mikä on sosiaalinen media?

Sillä Jodel on sosiaalisen median uusimpia tulokkaita, tässä opinnäytetyössä sitä vertaillaan muihin suosittuihin sosiaalisen median palveluihin. Tutkimuksen (Juntunen 2017) mukaan toimittajat käyttivät työssään eniten Facebookia, blogeja, Wikipediaa, keskustelupalstoja, Twitteriä, YouTubea ja Instagramia. Näistä Facebook, Twitter ja Instagram ovat Jodelin tavoin mobiilisovelluksia ja sisältävät viestiominaisuuden. Näin ollen ne ovat lähimpänä Jodelin toimintaperiaatteita. Myös anonyymeillä keskustelupalstoilla on Jodelin kanssa samoja piirteitä, kuten johdannossa kerrotaan.

Sosiaalisen median käsite on suora käänös sen englanninkielisestä vastineesta ”social media”. Siitä käytetään Suomessa usein arkikielessä lyhennettä some. Sosiaalinen media tarkoittaa käsitteenä tietotekniikkaa hyödyntävää viestinnän muotoa, jossa käsitellään interaktiivisesti tuotettua sisältöä. Sosiaalinen media on synonyymi yhteisölliselle medialle, jossa sekä luodaan ja ylläpidetään verkostoja. Termillä ”sosiaalinen” viitataan ihmisten, tässä tapauksessa käyttäjien väliseen kanssakäymiseen. ”Medialla” taas tarkoitetaan informaatiota sekä kanavia, joiden myötä käyttäjät jakavat ja välittävät sisältöjä. (Kotimaisten kielten keskus, 2018) Sivustoista ja sosiaalisen median palveluista käytetään myös yläkäsitettä yhteisöpalvelu tai verkkoyhteisöpalvelu. Verkkoyhteisöpalvelun kautta ihmiset voivat viestiä keskenään ja jakaa esimerkiksi kiinnostuksen kohteitaan koskevia tietoja ja mielipiteitä. (Sanastokeskus 2010, 9)

Selkeimpiä tunnistettavia piirteitä sosiaaliselle medialle ovat yksinkertaisuus, maksuttomuus ja mahdollisuus luoda sisältöjä sekä itse, mutta myös muiden käyttäjien kanssa vuorovaikutuksessa. Sosiaaliselle medialle – tuttavallisemmin ”somelle” – ei ole edelleenkään täysin selkeää määritelmää, vaikka itse käyttö on kasvanut viime vuosina räjähdysmäisesti. Perinteisestä mediasta sosiaalinen media on poikkeuksellinen ja innovatiivinen siten, että käyttäjät ovat siinä myös sisällöntuottajia. Toiminta tuottaa sisällön ohella lisää sosiaalisuutta, verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä. (Hintikka, 2008)

Tilastokeskuksen tuorein tutkimus suomalaisväestön tieto- ja viestintätekniikan käytöstä on vuodelta 2017. Sen mukaan sosiaalinen media on vuosi vuodelta kasvattanut rooliaan suomalaisten arjessa. Sosiaalisen median palveluiden seuraaminen on kasvanut muutamilla prosenttiyksiköillä vuosittain. Sen sijaan se osa sosiaalista mediaa, joka liittyy verkkouutisten välittömään kommentointiin, blogeihin ja keskustelupalstoihin on menettänyt suosiotaan aiemmasta. (Tilastokeskus 2017)

Tutkimuksen mukaan Sosiaalista mediaa voi käyttää eri tavoin: käyttäjä voi olla muun muassa hiljainen seuraaja tai sisältöjä aktiivisesti tuottava ja jakava toimija. Vuosien 2010 ja 2014 tavoin miehet ovat edelleen naisia aktiivisempia kommentoijia ja keskustelijoita verkkomedioissa. Kuitenkin naiset lukivat, kommentoivat ja tykkäsivät miehiä yleisemmin, kuten myös osallistuivat miehiä yleisemmin sosiaalisen median palveluihin.

Myös pikaviestipalvelut ja -sovellukset ovat Tilastokeskuksen mukaan kasvattaneet suosiotaan. Pikaviestipalvelu määritellään nykyisellään palveluksi, jossa voi lähettää sisältöä joko yhdelle käyttäjälle tai useista käyttäjistä muodostuneelle ryhmälle. Viestit voivat olla sisällöltään hyvin monipuolisia ja niiden kirjo on kasvanut palveluiden kehittyessä. Viestintä tapahtuu reaaliaikaisesti, ja pikaviestit voivat sisältää muun muassa tekstiä, ääniviestejä, kuvia, animaatioita tai videoita. Pikaviestipalvelun käyttäminen vaatii rekisteröitymisen, jossa käyttäjä usein luovuttaa ainakin sähköpostiosoitteensa, nimensä ja puhelinnumeronsa palvelulle. (Tilastokeskus, 2014) Suosittuihin pikaviestipalveluihin lukeutuvat esimerkiksi WhatsApp ja Facebookin Messenger-sovellus.

Jodel ei täytä suoraan pikaviestipalvelun kriteereitä anonymiteettinsä vuoksi. Jodel ei myöskään vaadi rekisteröitymistä. Siinä on kuitenkin useita pikaviestipalvelun elementtejä, joista tärkein on reaaliaikaisuus.

2.1 ”Nyt se avautuu somessa” – Sosiaalinen media toimittajan työvälineenä

Sosiaalinen media tarkoittaa käsitteenä muutakin kuin yleiskieleen vakiintuneita sosiaalisen median kanavia ja sovelluksia, kuten Facebookia, Twitteriä, Instagramia tai keskustelupalstoja. Ne ovat kuitenkin lähimpänä opinnäytetyön tutkimuksen kohdetta, Jodelia.

Sosiaalinen media kasvattaa alati rooliaan journalismissa paitsi työvälineenä, myös juttuaihe- ja inspiraatiolähteenä. Journalistiliiton vuonna 2012 julkaiseman tutkimuksen mukaan 536 suomalaistoimittajan otannasta 62 prosenttia vastaajista käytti sosiaalista mediaa työssään päivittäin. Toimittajista 54 prosenttia kertoi käyttävänsä sosiaalista mediaa muun muassa juttuaiheiden etsimiseen ja 45 prosenttia toimittajista käytti sosiaalista mediaa haastateltavien ja mielipiteiden löytämiseen.

Vuonna 2016 suomalaistoimittajien sosiaalisen median käyttäytymistä tutkineen Juntusen (2016, 12) mukaan jopa toimittajat hyödynsivät sosiaalisen median eri palveluita

juttuideoiden tai jutunteon lähteenä lähes yhtä aktiivisesti kuin Journalistiliiton tutkimuksessa. Juntusen tutkimuksessa 155 kyselyyn vastanneesta toimittajasta Facebookia kertoi hyödyntävänsä ainakin satunnaisesti 88 prosenttia ja Twitteriä 65 prosenttia vastaajista. Instagramia käytti 33 prosenttia vastaajista. Juttuaiheita etsitään Juntusen tutkimuksen mukaan edellisten lisäksi myös blogeista, keskustelupalstoilta ja YouTubesta.

Juntusen tutkimuksen otanta on Journalistiliiton otantaa huomattavasti suppeampi (155<536), eivätkä tutkimuskysymysten asettelu ole täysin identtinen. Kahta tutkimusta vertailemalla voidaan kuitenkin päätellä, että yhä useampi toimittaja käyttää juttuideoiden ja jutunteon lähteenä sosiaalista mediaa.

Kummassakaan edellä mainitussa tutkimuksessa ei mainita Jodelia, sillä sitä ollaan käytetty Suomessa aktiivisesti vasta muutaman vuoden ajan.

Juntusen (2017, 29) tekemän tutkimuksen mukaan sosiaalinen media on nykyään myös keskeinen skruppien ja tietovuodon lähde jopa puolelle tutkimukseen osallistuneista toimittajista. Juntusen mukaan jopa kaksi kolmasosaa vastaajista pitää somea myös vähintään melko tärkeänä kanavana haastateltavien etsimiseen. Tutkimusraportista voi huomata, kuinka myös skruppin määritelmä on muuttunut sosiaalisen median myötä. Toivasen (2007) määritelmän mukaan aikaisemmin skruppi määriteltiin usein median yksinoikeudella hankkimaksi uutiseksi, joka julkaistiin ennen muita. Nykyään monet julkisuuden henkilöt valitsevat tiedotuskanavakseen sosiaalisen median esimerkiksi haastattelun sijaan. Nykyisen käsityksen mukaan sosiaalisesta mediasta lähtöisin olevaa uutista ei kuitenkaan pidetä skruppina, vaikka muut mediat löytäisivät uutisen vasta toisen median uutisoinnin jälkeen. Rajanveto on haastavaa, sillä hyvän journalistisen tavan mukaan uutisen ensin julkaissut media tulisi mainita jutussa, jos julkaiseva media ei olisi löytänyt uutista ilman toisen median uutisointia. Tämä kuitenkin toteutuu käytännössä harvoin.

2.2 Facebook – someista suurin

Facebook perustettiin Yhdysvalloissa helmikuussa 2004 ja se on maailman suurin sosiaalisen median palvelu. Sen perustaja on Facebook-yhtiön nykyinen toimitusjohtaja Mark Zuckerberg. Palvelu levisi Harvardin yliopisto-opiskelijoiden sosiaalisesta mediasta nopeasti ensin muiden yhdysvaltalaisen yliopisto-opiskelijoiden käyttöön. Vuonna 2006 Facebook laajeni kaikille avoimeksi sosiaalisen median kanavaksi. Facebookin ikäraajaksi

määriteltiin tuolloin 13 vuotta. (Pönkä 2014, 85.) Facebookia käyttää Pönkän mukaan tällä hetkellä 2,9 miljoonaa suomalaista kuukausittain.

Facebookissa esiinnyttään monista sosiaalisen median palveluista poiketen vain omalla nimellä. Facebookiin rekisteröidytään nimellä, sähköpostiosoitteella ja syntymäajalla. Sovellukseen voi syöttää perustietojen lisäksi lähes kaikki henkilökohtaiset tietonsa synnyinkaupungista työpaikkaan ja seurusteluhistoriaan. Facebookin yksityisyysasetuksia voi rajata niin, että omat tiedot ja julkaisut näkyvät vain halutuille käyttäjille. Oma nimi ja profiilikuva ovat aina julkisia, ja profiilikuvassa tulee esiintyä omilla kasvoillaan. (Facebook 2018)

Tilastokeskuksen teettämän suomalaisväestön tieto- ja viestintäteknikan käyttötutkimuksen mukaan Facebookia ilmoitti vuonna 2014 seuranneensa viimeisten kolmen kuukauden aikana 95 prosenttia sosiaalisen median palveluja käyttävistä vastaajista. Facebookin käyttäjämäärät ovat olleet tasaisessa kasvussa vuoteen 2018 asti. Elokuussa sosiaalisen median asiantuntija Harto Pönkä kertoi, että palvelun käyttäjämäärät olivat tippuneet suomessa 300 000 käyttäjällä.

Asia voidaan ilmaista myös niin, että niistä 3,2 miljoonasta suomalaisesta, jotka käyttivät Facebookia vielä huhtikuussa, on käytön lopettanut 9 prosenttia. Käyttäjämäärä on laskenut lähes kaikissa ikäluokissa, vain harvoissa se on pysynyt samana kuin huhtikuussa. (Pönkä 2018)

Eniten lopettaneita oli Pönkän mukaan 30–39-vuotiaissa, mutta käyttäjämäärä oli laskenut lähes kaikissa ikäluokissa. Kasvua ei ollut missään ikäluokassa ja trendi oli maailmanlaajuinen. Siinä missä Facebook menettää parhaillaan jopa kolme miljoonaa käyttäjää päivittäin, luvussa 2.0 esitellyt pikaviestipalvelut kasvattavat tasaisesti suosiotaan palvelussa. Sosiaalisen median palveluista suosiotaan on nostanut erityisesti kuvapainotteinen Instagram. (Pönkä 2018)

Facebook on paitsi sosiaalinen media, se on nykyään myös merkittävä juttuaiheiden ja -ideoiden lähde toimittajille. Juntusen teettämän tutkimuksen (2017) mukaan yli neljäviidesosaa 155 kyselyyn vastanneesta toimittajasta piti sosiaalista mediaa erittäin tai melko tärkeänä lähteenä ajankohtaisten juttuideoiden ja näkökulmien seuraamiseen ja ideointiin. 80 prosenttia toimitusten edustajista piti suositeltavana sitä, että toimittajat käyttävät sosiaalista mediaa yhtenä työvälineenään muun muassa juttuaiheiden etsimiseen.

Valtaosa toimittajakyselyn työssä käyvistä vastaajista ilmoittikin etsivänsä vähintään silloin tällöin juttuaiheita seuraamalla keskusteluita sosiaalisessa mediassa. Yli neljännes kertoi tekevänsä näin päivittäin ja selvästi yli puolet vähintään viikoittain. Vain kymmenesosa vastaajista ilmoitti, ettei käytä sosiaalista mediaa tällä tavoin juttuaiheiden etsimiseen koskaan. (Juntunen 2017, 29)

Silvermanin (2015) mukaan tiedotusvälineet ovat myös kohdanneet kritiikkiä siitä, että ne hankkivat aiheita sosiaalisesta mediasta ajoittain liian kevyin perustein. Mediaa on syytetty tarkoitushakuisesta kohujen ja skandaalien hakemisesta. Toimitukset ja uutismediat ovat saaneet osansa myös siitä, että yhteisöpalveluista ja sosiaalisen median kanavista aiheita poimiva puheenaihejournalismi suosii erityisesti keskustelua herättäviä, mysteerisiä ja yhteiskunnallisesti merkityksettä aiheita.

2.3 Visuaalinen Instagram

Instagram on sosiaalisen median kuvapalvelu, jossa käyttäjät jakavat kuvia ja videoita sekä kommentoivat ja tykkäävät toistensa sisällöstä. Instagramin perustivat 6.10.2010 amerikkalainen Kevin Systrom ja brasilialainen Michel Krieger. Jodelin tavoin Instagram toimi aluksi pelkästään älypuhelimessa. (Rouhiainen 2016, 131).

Instagramissa käyttäjät esiintyvät käyttäjätunnuksellaan. Oman henkilöllisyyden paljastaminen profiilissa toisille käyttäjille ei ole pakollista. Tosin sovellus vaatii siihen rekisteröityessä henkilön nimen, sähköpostiosoitteen ja syntymäajan. Sovelluksen ikäraja on Facebookin tavoin 13 vuotta. Instagram-tilin voi luoda myös Facebook-tiliä käyttämällä. Sovellus käyttää evästeitä. (Instagram 2018)

Sovellus nousi reilussa vuodessa maailman suosituimpien sovellusten joukkoon ja huhtikuussa 2012 palvelulla oli jo yli 30 miljoonaa käyttäjää. Facebook osti Instagramin samassa kuussa miljardilla dollarilla. (The Wall Street Journal, 2012) DNA:n kesäkuussa 2017 julkistaman digitaalisen elämäntavan tutkimuksen mukaan Instagramia käyttää päivittäin yli 25% suomalaisista. Facebookia tutkimuksen mukaan käyttää 60% suomalaisista. Instagram on kasvattanut suosionsa ohella myös merkitystään uutislähteenä.

2.4 Toimittajien ja päättäjien Twitter

Twitter on avoin sosiaalisen median palvelu ja sovellus, jossa käyttäjät lähettävät toisilleen 240 merkin pituisia viestejä. Viestin yhteyteen voi lisätä kuvan, videon tai gif-animaation. Sovelluksessa kaikki voivat nähdä ja lukea toisten julkaisemat viestit. Käyttäjä voi

kuitenkin estää toisen käyttäjän reagoinnin omiin twiitteihin. (Twitter 2018) Reagoinnilla Twitterissä kommentoimasta, jakamasta ja merkitsemistä. Twitterin perusti vuonna 2006 amerikkalainen Jack Dorsey.

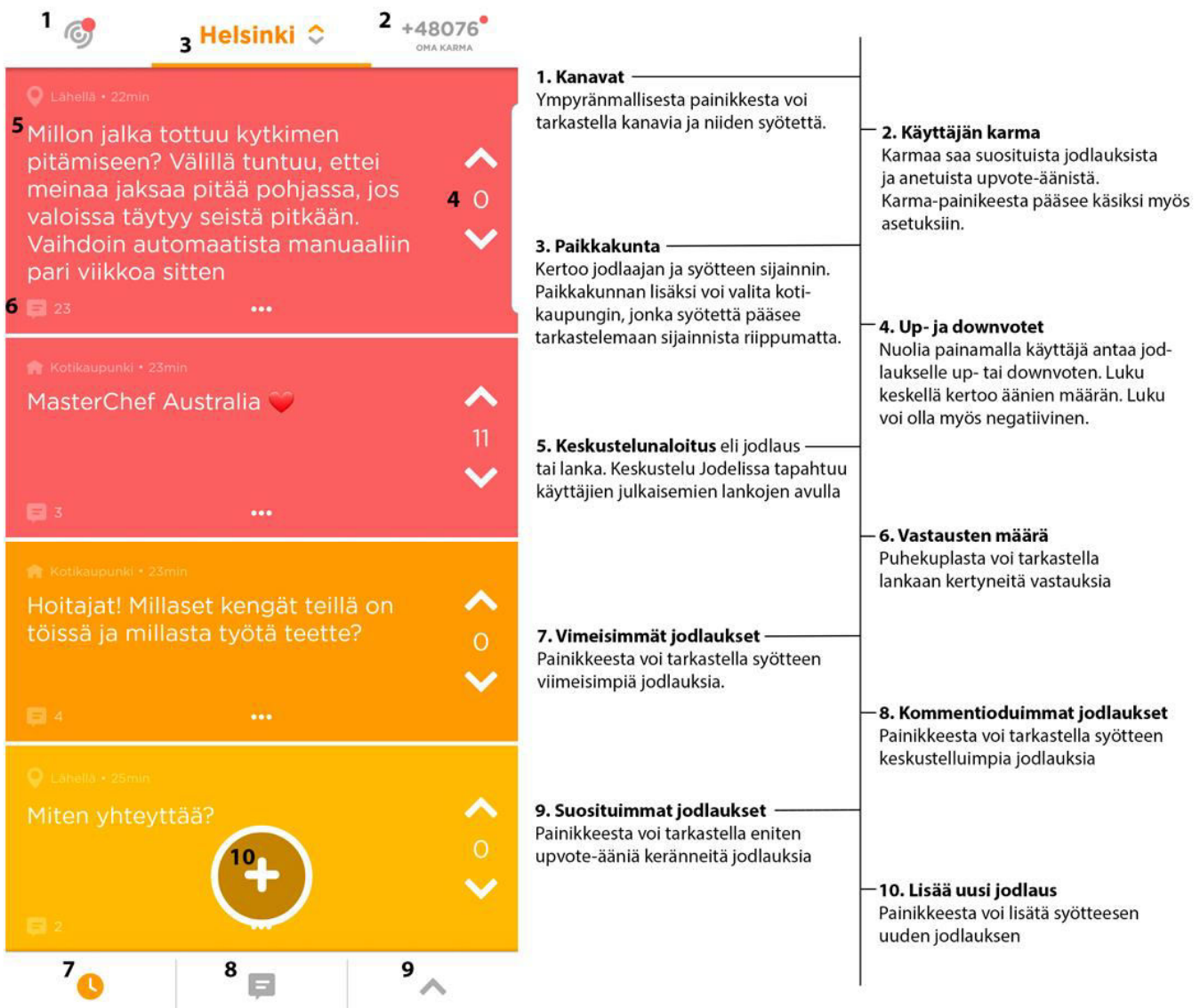
Eryisesti ammatissaan Twitteriä käyttävät poliitikot ja toimittajat. Twitter on suosittu erilaisten organisaatioiden ja yhdistysten viestinnässä. Myös monet julkisuuden henkilöt käyttävät Twitteriä tiedotuskanavanaan. (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 18-20)

Twitter ei Jodelin tavoin julkaise käyttäjämääriään. On kuitenkin arvioitu, että maailmassa olisi keskimäärin 330 miljoonaa Twitter-käyttäjää ja jopa 1,6 miljardia rekisteröitynyttä, muttei erityisen aktiivista käyttäjää (2017). Samana vuonna Suomessa arvioitiin melkein puoli miljoonaa käyttäjää, joista noin kymmenen prosenttia julkaisee Twitteriin sisältöä vähintään kerran viikossa. (Isotalus, Jussila & Matikainen 2018, 12). Twitteriä käytetään erityisesti uutistapahtumien, katastrofien tai merkittävien yhteiskunnallisten keskustelujen yhteydessä.

Twitterin merkittävin uudistus tapahtui vuonna 2017, kun se tuplasi marraskuussa twiittien merkkimäärän 140 merkistä 280 merkkiin. (Yle 2017) Merkkimäärä on lähes sama kuin Jodelissa. (230 merkkiä).

3 Jodel, ”hyperlokaali mobiiliviestipalvelu”

Jodel on sosiaalinen media ja mobiiliviestipalvelu, joka perustuu anonyymiuteen. Jodelissa täysin anonyymit eli tunnistamattomat käyttäjät voivat lähettää sivun syötteeseen viestejä, jotka näkyvät toisille käyttäjille 10 kilometrin säteellä. Viesti eli jodlaus voi olla kuva tai 230 merkin pituinen teksti. Kuvan päälle voi myös lisätä lyhyen kuvatekstin. Jodel lanseerattiin lokakuussa 2014. Sen perustaja on saksalainen Alessio Avellan Borgmeyer, joka toimii myös sovelluksen toimitusjohtajana. Vuonna 1990 syntynyt Avellan Borgmeyer opiskeli liiketaloutta ja koneenrakennusta ennen sovelluksen perustamistaan. Jodelin operatiivinen johtaja on Tim Schmitz. (Avellan Borgmeyer 2018)



Kuva 1: Kuvakaappaus Jodelin sovelluksen pääsyötteen näkymästä Helsingissä 13.9.2018. Kuvassa selitetty sovelluksen perustoiminnot.

Toisin kuin muissa sosiaalisen median palveluissa, käyttäjän tekemää keskustelunavausta kutsutaan sovelluksessa langaksi tai jodlaukseksi. Keskustelunavausta voi kommentoida anonyymisti ja sitä voi äänestää ylös- tai alaspäin. Näitä ääniä kutsutaan up- ja downvote-ääniksi. Äänestämällä keskustelu myös pysyy Jodelissa aisoissa: jos keskustelunavaus saa viisi ”downvote” -ääntä, se poistuu virrasta. Yli viisi downvotea saanut, mutta sovelluksen sääntöjen mukainen kommentti piiloutuu kommenttiketjusta. Sen voi kuitenkin halutessaan katsoa klikkaamalla. Jodlauksia voi myös tallentaa.

Sopimattoman sisällön voi myös liputtaa eli ilmiantaa. Jodelia moderoivat moderointioikeudet saaneet käyttäjät. Moderaattorit käyvät läpi liputettuja julkaisuja ja poistavat Jodelin sääntöjen vastaiset kommentit ja langat. Moderointioikeudet saa aktiivinen ja esimerkiksi keskustelevalta käyttäjältä.

Jodel on kaupunkikohtainen ja niin myös sen syöte. Sovellus käyttää GPS-paikannusta selvittääkseen käyttäjän sijainnin ja näyttää tälle keskustelunavaukset 10 kilometriä käyttäjän olinpaikasta. Kaupunkikohtaista syötettä kutsutaan pääsyötteeksi. Sovelluksessa käyttäjä voi valita itselleen yhden kaupungin syötteen, johon hän pääsee käsiksi mistä tahansa. Tätä kaupunkia kutsutaan kotikaupungiksi.

Pääsyötteen lisäksi Jodelissa on käyttäjien itse luomia, aihealueisia kanavia. Pääsyötteeseen julkaistaan niin paljon keskustelunavauksia eli lankoja, että monet aiheet hukkuvat virtaan nopeasti. Kanavilla keskustellaan sen teemaan sopivista asioista. Myös kanavat ovat paikkakunta-kohtaisia, eli niiden sisältö vaihtelee paikkakunnittain.



Kuva 2: Kuvakaappaus Oulun Jodelin paikkakuntaakohtaisesta syötteestä 13.9.2018. Uusia keskustelunavauksia ei ilmesty aivan yhtä usein kuin Helsingissä.

3.1 Jodel toimitukseen?

Opinnäytetyön tutkimushaastattelussa (luku 5) esiin nousivat kanavista erityisesti julkkisjuorut, blogijuorut, instajuorut, snäppijuorut ja rikosjuorut. Viiden kanavan lisäksi mainittiin muun muassa tv-ohjelmille perustettuja omia kanavia. Tällaisista kanavista hyvin suosittu on esimerkiksi temptationisland-kanava, jonka keskustelu pyörii Temptation Island Suomi-tosi-tv-ohjelman, sen käännteiden ja henkilöiden ympärillä.

Aamulehti eritteli heinäkuussa 2017 julkaisemassaan jutussa eri kaupunkien Jodel-aktivismia ja kaupungin erikoispiirteitä sovelluksessa. Lilyn toimittaja Mia Frilander (2017) kuvaili Jodelia ”yliopiston vessanseinäksi” ja ”entisaikojen chattihuoneeksi”, joihin pystyy

kirjoittamaan anonyyminä mitä tahansa. Jodelista kirjoittaminen vuoden 2018 aikana on yleistynyt huomattavasti. Jodelin suosio on myös kasvanut räjähdysmäisesti sitten artikkelin julkaisun. Sovelluksesta kertovien artikkelien myötä sen suosio on lisääntynyt. Muun muassa kanavilla on moninkertainen määrä jäseniä vuoteen 2017 verrattuna (kuvat 2 ja 3)

Keskustelun sävy vaihtelee Jodelissa voimakkaasti. Pääosin keskustelu on asiallista ja avuliasta, mutta anonyyminä on helppo trollata. Trollaus on yleistä myös muilla sosiaalisen median kanavilla. Median ja journalistiikan tutkija Maria Lassila-Merisalonen mukaan (Yle, 2014) trolliksi kutsutaan internetissä käyttäjää, joka tarkoituksenhakuisesti pyrkii aiheuttamaan konfliktitilanteita tai mielihapaa sosiaalisessa mediassa. Nimi juontaa juurensa englanninkielisestä sanasta troll. Avoimen ja rakentavan keskustelun lisäksi Jodelissa voi havaita muiden sosiaalisten medioiden kanavien tavoin paljon aggressiivista ja kärjekästä räyhäämistä. Tällaiseksi käytökseksi luetaan trollauksen lisäksi muun muassa vihapuhe, erilaiset ylireagoinnit ja huonot käytöstavat.

Jodelissa voi havaita myös omanlaistaan kansalaisaktivismia. Hypoteesina on, että toimittajat hyötyvät Jodelista työssään erityisesti kanavien myötä. Muun muassa viihdetoimittajat ovat kertoneet hyötävänsä erityisesti julkkisjuorut-aiheisesta kanavasta, johon on liittynyt yli 28 000 käyttäjää Helsingissä (luku 19.6.2018). Kanavalla käyttäjät keskustelevat pääosin suomalaisista julkisuuden henkilöistä ja heihin liittyvistä asioista. Vaikka kaikkeen Jodelissa julkaistavaan tulee suhtautua erityisellä varauksella anonyymiteetin vuoksi, uutisvinkeissä saattaa piillä totuuden siemen. Anonyymi lanka ei ole todiste, mutta vinkkiä voi alkaa selvittämään omin resurssein.



- **1. Kanavan nimi**
Kanavan nimi, tässä tapauksessa julkkisjuorut
- **2. Paluupainike**
Painikkeesta palataan kanavan valintaan.
- **3. Kanavan seuraajamäärä**
Luku kertoo, kuinka monta käyttäjää seuraa kanavaa 10 kilometrin säteellä
- **4. Seurauspainike**
Painikkeesta voi seurata tai lopettaa kanavan seuraamisen.
- **5. Kanavan syöte**
Kanavalle tehtyjä keskustelunavauksia eli jodlauksia voi tarkastella vain kanavan syötteestä.

Muut painikkeet toimivat samalla tavoin kuin pääsyötteessä (**kuva 1**)

Kuva 3: Kuvakaappaus julkkisjuorut-kanavasta 27.4.2018. Kuvassa selitetty kanavan toiminnot.

Jodel on saanut huomattavan paljon vaikutteita yhdysvaltalaiselta edeltäjältään, mobiiliviestipalvelu Yik Yakilta. Yik Yak ja Jodel jakoivat markkinat vielä 2010-luvun puolivälissä, ja monet mediat (mm. Wreight, 2016, Knibbs 2014) uskoivat vuonna 2013 perustetun Yik Yakin valtaavan markkinat ja ajavan kilpailijan ulos pelistä. Toisin kävi. Huhtikuussa 2017 Yik Yak ilmoitti, että sovellus suljettaisiin. Yik Yakin suljettua maailmanlaajuiset markkinat vapautuivat Jodelille, joita se Alessio Avellan Borgmeyerin mukaan tavoittelee. (Borgmeyer, 2018)

Toistaiseksi Jodel on erityisen aktiivinen Saksan lisäksi vain Skandinavian maissa ja Suomessa, mutta se aikoo laajentaa toimintaansa maailmanlaajuisesti. Borgmeyer ei haastattelussa suostunut aikaisemman linjansa mukaisesti avaamaan sovelluksen käyttäjämääriä. Google Play -sovelluskaupassa Jodelilla on yli miljoona sovelluslatausta.

(2018) Jodel on ladattavissa iOS-käyttösovellukselle Applen App Storessa. App Store ei ilmoita sivuillaan sovelluksen latausmääriä.

3.2 Jodelin säännöt

Jodelissa on yhteensä kahdeksan sääntöä, jotka kerrotaan sovelluksen lisäksi myös sovelluksen internet-sivuilla. Säännöistä ensimmäiseen kiteytyy sovelluksen tärkein ohje: Älä julkaise henkilötietoja Jodelissa. Säännöt painottavat, ettei sovelluksessa saa pyytää tai julkaista nimiä, osoitteita, puhelinnumeroita, rekisterikilpiä, sosiaalisen median tunnuksia tai muita henkilökohtaisia tietoja. Hyväksyttävää on kuitenkin julkaista julkisten henkilöiden nimiä, kik-tunnuksia, sähköpostiosoitteita ilman nimiä, fiktiivisiä nimiä tai julkisia paikkoja kuten ravintoloita tai baareja.

Toinen sääntö kieltää rasismia, häirinnän ja kiusaamisen sovelluksessa. Vitsailu on sallittua, kunhan ne eivät pilkkaa ketään rotuun, etniseen alkuperään, sukupuoleen, seksuaaliseen suuntautumiseen, vammaisuuteen tai muuhun erilaisuuteen katsomatta.

Kolmannessa säännössä kielletään väkivaltaisen ja alastomuutta sisältävän sisällön levittäminen Jodelissa. Kiellettyjä ovat myös seksuaalisesti häiritsevät viestit, seksin pyytäminen tai sen myyminen. Muuten seksistä ja seksuaalisuudesta on sallittua keskustella.

Neljäs sääntö kieltää mainonnan, kaupallisen sisällön ja muun roskapostin sovelluksessa. Poikkeuksena käyttäjät voivat jakaa toisilleen esimerkiksi löytämiään tarjouksia ja alekoodeja, joista saattaisi olla hyötyä toisille käyttäjille.

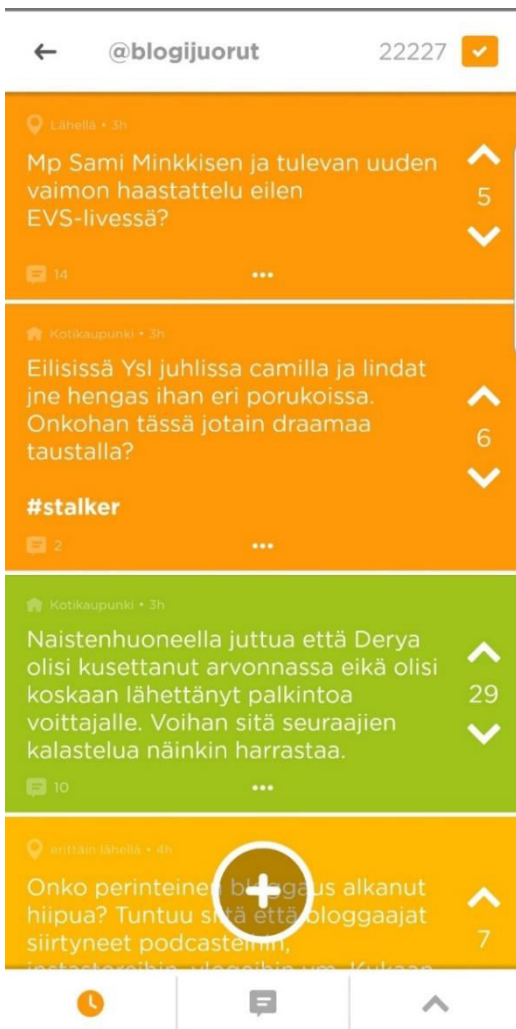
Viides sääntö sivuaa neljättä: se koskee sisällön uudelleenpostausta eli -julkaisua ja kolmannen osapuolen sisältöjä. Toisen käyttäjän tuottaman sisällön vitsien kopiointi paikkakunnasta toiselle on kiellettyä. Sisältöä ei ole sallittua lähettää muista sovelluksista, kuvankaappauksista tai puhelimen kuvagalleriasta.

Kuudes sääntö koskee spoilerereita. Spoilerilla tarkoitetaan Jodelissa erilaista paljastusta, kuten ohjelman tai elokuvan juonipaljastusta. Jos käyttäjä haluaa keskustella spoilerereita sisältävästä materiaalista, tulee hänen varoittaa muita käyttäjiä julkaisussaan. Näin käyttäjillä on mahdollisuus olla katsomatta kommentteja ja näkemättä spoilerereita.

Sääntöjen seitsemännessä osassa kielletään Jodelin turvatoimien väärinkäyttö. Sillä sovellusta moderoivat moderointioikeudet saaneet käyttäjät, kielletään säännöissä muun

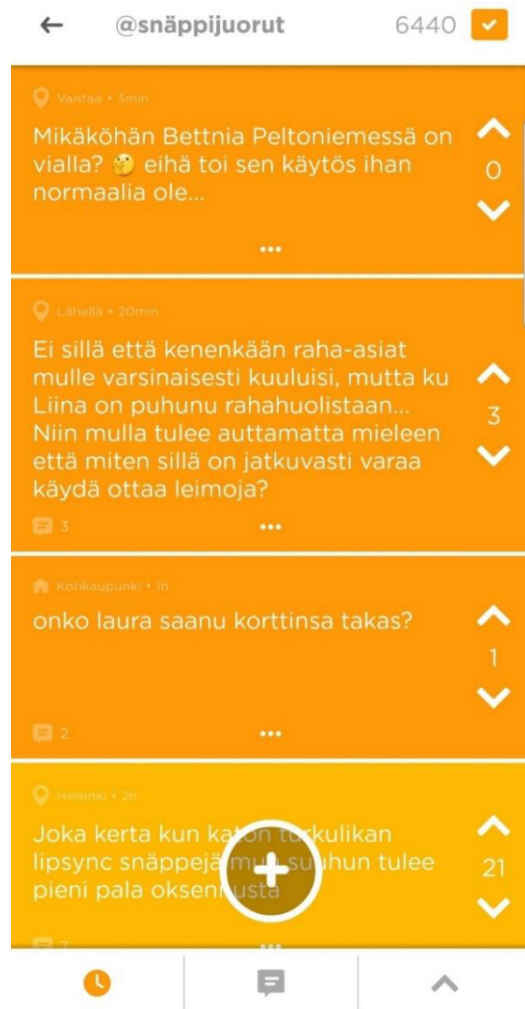
muassa downvote-äänillä trollaus sekä massaliputukset. Kiellettyä on myös käyttää GPS-paikanninta huijaavaa sovellusta, jotta käyttäjä voisi vieraila muissa kuin sijaintinsa ja kotikaupunkinsa syötteissä. (Jodel 2018)

Viimeinen eli kahdeksas sääntö koskee Jodelissa julkaistavia kuvia. Kuviin pätevät samat säännöt kuin sovelluksessa julkaistuun sisältöön: niissä on kiellettyä julkaista henkilötietoja, kuten rekisterikilpiä, nimiä tai osoitteita. Kiellettyä on myös seksuaalisen ja väkivaltaisen sekä kaupallisen sisällön julkaisu. Sen sijaan esimerkiksi selfieiden julkaisu on sallittua, kun henkilöt ovat itse tietoisia olevansa kuvassa. Selfie tarkoittaa henkilön itsestään ottamaa valokuvaa. Usein kuvat henkilöistä äänestetään alas kanavilta, jotka eivät keskity ihmisten kuviin. Omakuvia julkaistaan paljon muun muassa selfies- ja roast-kanavilla. Kuvien julkaisu yleisiltä paikoilta ovat myös sallittuja, kunhan kuvassa olevat ihmiset eivät ole kuvassa keskiössä.



Kuva 4.

Kuva 4:



Kuva 5.

Kuvakaappaus blogijuorut-kanavasta 27.4.2018.

Kuva 5: Kuvakaappaus snäppijuorut-kanavasta 27.4.2018.

4 Anonyymi Jodel koettelee journalistin etiikkaa

Anonymiteetti on toiminut osana viestinnän ja internetin perusrakenteita jo alusta alkaen. Sitä on suojeltu sananvapauden vuoksi, mutta se ole tuottaa myös ongelmia. Anonyyminä on helpompaa levittää vihapuhetta ja valheellista tietoa. (Karhunen 2017) Vuonna 2008 myös JSN:n puheenjohtaja Pekka Hyvärinen teki julkisen linjauksen siitä, että verkossa keskustellessa tulisi esiintyä omalla nimellä.

Anonyymilla asioinnilla on demokraattisessa yhteiskunnassa tärkeä rooli. Sen varaan rakennetuilla käytännöillä turvataan useiden kansalaisen perusoikeuksien toteutuminen, kuten sananvapaus, liikkumisen, kokoontumisen, uskonnon ja mielipiteenvapaus, vapaa tiedonsaanti ja yksityisyys. (Karhunen 2008, vastaus Hyvärisen linjaukseen)

Jodelissa käyttäjien anonymiteetti on olennainen osa sovelluksen toimintaa. Kaikki tapahtuu sovelluksen puolelta anonyymisti, vaikka joillakin kanavilla käyttäjät itse raottavat yksityisyydensuojaansa. Tällaisia kanavia ovat esimerkiksi luvussa 3.0 mainittu Jodelin selfiet-kanava, jonne käyttäjät lataavat itsestään ottamia kuvia muiden iloksi.

Liikenne- ja viestintäviraston selvityksen mukaan anonymiteetti ja kirjoittajan tai haastateltavan yksityisyydensuoja on uudistuvien menetelmien ja kehittyvien tietomurtojen vuoksi haasteiden edessä. Jodelin käyttäminen on yksityisyydensuojan kannalta melko turvallista, sillä sovellus ei missään vaiheessa kysy käyttäjänsä henkilökohtaisia tietoja. Näin tietoturvamurrossakin käyttäjät pysyvät anonyymeinä. Täydellinen anonymiteetti tekee Jodelista poikkeuksellisen, vaikka anonymiteetti on samalla sovelluksen suurin ongelma juridiselta ja eettiseltä kannalta.

4.1 Journalistietiikka

Etiikalla tarkoitetaan oppia periaatteista, joiden mukaan henkilön tulisi ohjata käyttäytymistään. Etiikalla viitataan käyttäytymisen perusteisiin sekä ihmisen tuottamaan hyvään ja pahaan, kun taas sen läheiskäsitemoraalilla tarkoitetaan tapoja ja tottumuksia. Moraali onkin painotetusti sosiaalinen käsite ja esiintyy useammin myös arkikielessä. Tarkasti eroteltuna etiikka on tieteenala, joka tutkii moraalialia. (Mäntylä 2008, 49)

Journalistietiikalla tarkoitetaan yhteiskunnallisia sekä ammatillisia tarkoituspäriä ja -toimia, joita journalistista työtä tekevien tulee tehtävässään noudattaa. Käytännössä toimittaja toimii moraalittomasti, jos hän tietoisesti rikkoo ammattieettisiä normejaan. Tällainen rike

voisi olla Mäntylän (2008, 50) mielestä esimerkiksi tahallinen tietojen ja lähteiden pimittäminen lukijalta.

Journalistin etiikka voidaan jakaa kahteen suuntaukseen: deontologiseen ja teologiseen etiikkakäsitykseen. Deontologisen käsityksen mukaan ihminen, tässä tapauksessa toimittaja toimii oikein, kun hänen valintansa seurauksista riippumatta noudattaa lakeja, joita muutkin vastaavassa tilanteessa noudattaisivat. Deontologisen etiikkakäsityksen omaksuneita toimittajia voidaan kutsua totuustoimittajiksi. (Puntanen 2000 12–14).

Teologisen etiikkakäsityksen omaksuneet toimittajat sen sijaan arvioivat jutun seurauksia enemmän kuin totuutta. Teologisen etiikkakäsityksen mukaisesti ajatteleva toimittaja on siis valmis poikkeamaan totuudesta sen aiheuttamien seurausten vuoksi. Tällaisen ajattelun taustalla on ajatus siitä, että halutaan maksimoida hyvää. Taustalla saattaa myös olla ajatus siitä, ettei toimittaja halua loukata jutullaan yleisöä, asianosaisia tai mainostajia. Puntanen (2000, 12–14) mukaan ajatusta kutsutaan utilitaristiseksi hyötyajatteluksi, jonka mukaan teko on oikea vain, jos se aiheuttaa mahdollisimman suuren määrän hyvää. Tekijälle juttua tärkeämpää on se, millaiset seuraukset jutun julkaisemisella on.

Deontologisen ja teologisen etiikkakäsitysten käyttöä on tutkinut Suomessa muun muassa Anu Kuistiala. Kuistiala (1992) piti tutkimustuloksiansa perusteella haastattelemiensa toimittajien eettistä ajattelutapaa sekavana ja harkintaa vähäisenä. Toimituksellisen kiireen väitettiin estävän eettisiä pohdintoja, mutta todellisuudessa kyse Kuistiala arveli esteiden olavan vain välinpitämättömyyttä ja huolimattomuutta. (Mäntylä 2008, 58)

Mäntylän mukaan Suomessa journalisteille kohdistettujen kyselytutkimusten perusteella on syntynyt tilanne-etiikan käsite. Tämä tarkoittaa, että toimittajien etiikkakäsitys vaihtelee deontologisen ja teologisen välillä. Toisissa tilanteissa toimittajat julkaisevat tiedot seurauksista välittämättä, kun taas toisissa he haluavat olla hienotunteisia markkinoita tai yleisöä kohtaan. (Mäntylä 2008, 56.)

Ei voida siis suoralta kädeltä sanoa, kumpi eettisistä käsityksistä olisi parempi käytäntöä ajatellen. Etiikkakäsitysten monipuolisuus konkretisoitui opinnäytetyön tutkimuksessa haastateltujen toimittajien vastauksissa. Vastausten diversiteetti korostui erityisesti etiikkasidonnoissa kysymyksissä. Tällaisia kysymyksiä olivat muun muassa sovelluksen kommenttien käyttäminen jutuissa sellaisenaan.

4.2 Sananvapaus

Suomessa vallitsee sananvapaus, jonka mukaan jokaisella on oikeus tietoon ja tiedon välittämiseen, oikeus mielipiteeseen ja sen välittämiseen. Sananvapaus on demokratian perusarvoja ja se on turvattu Yhdistyneiden kansakuntien vuonna 1966 valmistuneessa, kansalaisoikeuksia ja poliittisia oikeuksia koskevassa yleissopimuksessa, sekä Euroopan neuvoston vuonna 1953 voimaan tulleessa ihmisoikeussopimuksessa. (Tiilikka 2008, 55.)

Vuonna 2004 sananvapauslain ensimmäistä pykälää täydennettiin myös tarkennuksella, jonka mukaan henkilön viestintään ei saa puuttua enempää kuin on välttämätöntä huomioiden sananvapauden merkitys demokraattisessa oikeusvaltiossa (Laki sananvapauden käyttämisestä joulukuun 13. päivän 2003/460).

Päätoimittajien Yhdistyksen mukaan ainoastaan päätoimittaja nauttii tiedotusvälineessään sananvapautta. Tämä tarkoittaa sitä, että tiedotusvälineen alaisuudessa työskentelevällä toimittajalla ei ole oikeutta julkaista työnantajansa nimissä mitä tahansa. Sananvapauden rajoittuminen päätoimittajan tekemiin päätöksiin julkaistavasta materiaalista ei rajoita tiedotusvälineen palveluksessa olevien sananvapautta. (Ahosniemi, Ylä-Anttila, 2017)

Sananvapauden mukaan jokaisella suomalaisella on oikeus myös ilmaista, julkistaa ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään ennakolta estämättä. Sananvapaus tukee siis Jodelin toimintaperiaatteita anonyyminä mobiiliviestipalveluna. Sananvapaus ei ole kuitenkaan täysin rajoittamaton oikeus. Suomella on muiden maiden tavoin sananvapautta rajoittavia pykäläitä, joiden on tarkoitus estää sananvapauden väärinkäyttö. Lakikielessä puhutaan oikeushyvästä, joita ovat muun muassa ihmishenki ja ruumiillinen koskemattomuus. Henkilön sananvapautta voidaan rajoittaa, jos se esimerkiksi loukkaa henkilön oikeutta kunniaan tai yksityisyyteen. (Suomen perustuslaki 1999). Rikoslainsäädäntö on linjannut sananvapauden väärinkäyttämiseksi muun muassa kunnianloukkauksen (RL 24:9), yksityiselämää loukkaavan tiedon levittämisen (RL 24:8) ja sukupuolisiveellisyyttä loukkaavan markkinoinnin (17:18) ja kuvan levittämisen (RL 17:18). (Rikoslaki 19.12.1889/39)

Tässä kohtaa sananvapaus ja Jodel törmäävät. Sillä sovellus on anonyymi, siellä voidaan käytännössä rikkoa sananvapautta rajoittavia lakeja. Esimerkkinä tästä Ilta-Sanomat julkaisi toukokuussa STT:n uutisen (liite 4), jonka mukaan Jodelin kanavat ovat aiheuttaneet yrityksille ongelmia. STT:n mukaan yritysten työntekijät keskustelevat Jodelissa yhä enemmän nimettömästi työpaikkansa asioista. Ongelmana artikkelin mukaan on, että työhön liittyvien asioiden lisäksi kanavilla keskustellaan

yrittäjäsalaisuuksista. Esimerkiksi McDonald'sin työntekijöiden Jodel-kanavalla on jutun mukaan keskusteltu tuotteiden myynneistä ja tulevista kampanjoista. Keskusteltavat teemat ovat yrityksen liikesalaisuuksia.

Yritysten ahdingossa korostuu Jodelin ongelmallisuus lähteenä ja keskustelualustana. Yritysten on mahdotonta rajoittaa työkeskeistä keskustelua Jodelissa, sillä anonyymissä sovelluksessa ei voi tietää, onko tiedon kirjoittanut kanavalle yrityksen työntekijä vai joku aivan muu. Keskustelut eivät myöskään ole yksityisiä, sillä Jodelissa kanavalle voi liittyä keskustelemaan kuka tahansa.

Jodeliin julkaistaan jatkuvasti myös erilaisia ”paljastuksia” julkisuuden henkilöistä median linjauksiin. On mahdotonta sanoa ilman viranomaistoimia, kuinka totuudenmukaisia väitteet ovat ja jos ovat, onko vuotaja esimerkiksi tietopaljastuksen kohteeksi joutuneen toimijan palveluksessa.

4.3 Onko käyttäjä sittenkään anonyymi?

General Data Protection Regulation eli GDPR 2016/679, Euroopan unionin uusi tietosuoja-asetus astui voimaan 25. toukokuuta. GDPR:n avulla Euroopan parlamentti, Euroopan unionin neuvosto ja Euroopan komissio pyrkivät yhtenäistämään tietosuojaa koskevaa lainsäädäntöä kaikkien Euroopan unionin jäsenmaiden kesken. GDPR ei rajoitu pelkästään EU:n sisäiseen säätelyyn, vaan se koskee myös tahoja, jotka tallentavat toiminnassaan EU-kansalaisten henkilötietoja jäsenmaiden ulkopuolelle. Uuden tietosuoja-asetuksen päämääränä on vahvistaa EU-alueella asuvien henkilöiden oikeuksia omiin henkilötietoihinsa sekä yksinkertaistaa tietosuojalakia valtioiden välillä. GDPR korvasi tietosuojadirektiivin (95/46/EY) joka annettiin vuonna 1995.

Tietosuoja-asetuksen myötä jokaisella EU-kansalaisella on oikeus tarkistaa, mitä tietoja hänestä on tallennettu, sekä saada selville, kuinka tiedot on kerätty. Kansalaisella on myös oikeus tietää, kuinka tietoja käsitellään ja kenelle ne voidaan luovuttaa. Uuden tietosuoja-asetuksen myötä kansalainen voi myös poistaa ja oikaista hänestä kerättyä tietoa. (Euroopan unionin virallinen lehti, asetus 2016/679)

GDPR:n myötä myös Jodel joutui ilmoittamaan julkisesti, mitä tietoja se kerää käyttäjistään ja mihin se noita tietoja käyttää. Jodel myös päivitti yksityisyyskäytäntöjään käsittelevät sivut (liite 5) uudistuksen myötä. Yksityisyyskäytäntöjä käsittelevältä sivulta selviää, että Jodel kerää sovelluskäyttäjiltä satunnaisen käyttäjänumeron, IP-osoitteen, käyttöjärjestelmän (Android, iOS), laitteen mallin (esim. Samsung Galaxy, iPhone), sovelluksessa käytetyn ajan ja sijainnin. Käyttäjä voi myös tarjota sovellukselle muita

henkilökohtaisia tietoja, kuten iän tai ammatin. Nämä tiedot eivät kuitenkaan ole pakollisia. Satunnaiselle käyttäjänumerolle tallennetaan käyttäjän sovellukseen jättämä datajälki: kommentit, up- ja downvotet, tallennetut ja jaetut langat.

Sovelluksen mukaan se tallentaa tiedot, jotta käyttäjä voidaan yksilöidä. Se ei vaadi missään käytön vaiheessa käyttäjän henkilökohtaisia tietoja, kuten nimeä, ikää tai sähköpostiosoitetta. Sovellukseen ei myöskään kirjauduta, vaan sitä pystyy käyttämään vain yhdellä laitteella kerrallaan.

Käytettäessä sovellusta kannettavalla tietokoneella se tallentaa automaattisesti käyttäjän IP-osoitteen, vierailupäivän ja -ajan, selaintyyppin ja sen version, käyttöjärjestelmän ja kielen, jolla sovellusta käytetään. Jodel kertoo sivuillaan, että se saattaa joutua luovuttamaan keräämiään tietoja viranomaisille, jos lain puolesta niin vaaditaan. Tällaisiksi tilanteiksi eritellään esimerkiksi oikeuden päätös tai viranomaisten vaatimus luovuttaa tiedot.

Jodelin GDPR-selvityksen mukaan anonyymin keskustelijan mobiililaitte voidaan tarpeen tullen jäljittää ja täten keskustelija paikantaa. Uhka ei ole välitön, sillä tietojen hankinta vaatii viranomaisen vaatimuksen. (Jodel 2018)

4.4 JSN ja sosiaalinen media juttulähteenä

Ensimmäiset Journalistin ohjeet, tuolloin Etikettisäännöt Suomen sanomalehtimiehille luotiin vuonna 1957. Niiden jälkeen luotiin Toimittajan huoneentaulut sekä Lehtimiehen ohjeet vuosina 1968, 1976 ja 1983. Nykyisten Journalistin ohjeiden uusin versio luotiin vuonna 2014. (Mäntylä, 10)

Journalistin ohjeet on Julkisen sanan neuvoston (JSN) laatima ammatillinen eettinen ohjeistus sanomalehtien, tv-kanavien ja vastaavien viestimien toimittajille. Ohjeiden tavoitteena on edistää ja tukea sananvapauden vastuullista käyttämistä joukkoviestimissä. Journalistin ohjeiden noudattamista valvoo JSN, joka on tiedotusvälineiden kustantajien ja toimittajien perustama elin. JSN:n perustehtävänä on hyvien journalististen tapojen mukaan ja puolustaa sananvapauden lisäksi ja julkaisemisen vapautta Suomessa. JSN ei käytä toimissaan julkista valtaa, sillä se ei ole tuomioistuin. Sen päätöksillä on kuitenkin painoarvoa yhteiskunnallisissa keskusteluissa. Journalistin ohjeisiin on kiteytetty journalistien ja julkaisijoiden näkemys siitä, millaisten eettisten periaatteiden mukaan he haluavat suomalaisen joukkoviestinnän toimivan. (JSN)

JSN on aikaisemmin linjannut päätöksissään esimerkiksi Facebookin julkiseksi lähteeksi muiden joukossa. Ohjeiden kohdassa 27 todetaan, että yksityiselämän erikoisia arkaluonteisia seikkoja voisi julkaista vain asianomaisen suostumuksella. Poikkeuksena tähän katsotaan vain se, että seikoilla on merkittävää yhteiskunnallista merkitystä.

Vuonna 2014 Timo Huovinen kirjoitti JSN:n blogissa nettiuutisointiin, keskustelupalstoihin ja sosiaalisen median käyttöön liittyvien uutisten lisääntyneen. JSN linjasi tuolloin, että Facebook on uutislähde siinä missä muutkin, mutta tietojen uutisarvoa on syytä pohtia muiden uutislähteiden tavoin.

Onko Facebookissa julkinen asia myös niin julkinen, että se on uutisoitavissa? Onko FB-päivitys julkaistu yksityisessä vai julkisessa ryhmässä? Kuka on julkaissut asian? Mikä asema hänellä on yhteiskunnallisessa päätöksenteossa? Onko henkilö "avannut" julkisuuttaan jo aiemmin? Miten hän on tätä tehnyt? Millaisiin keskusteluihin henkilö on FB:ssa osallistunut? Miten hän on tätä kautta "astunut julkisuuteen"? (Huovisen pohdintaa JSN:n blogissa 12.12.2014.)

Nyt JSN kohtaa samoja kysymyksiä muiden sosiaalisen median kanavien kanssa. Jodelista ei olla toistaiseksi vielä tehty vastaavia linjauksia. Sen sijaan muun muassa Twitteriä ja Instagramia käytetään uutismedioissa lähteinä siinä missä Facebookiakin.

4.5 Yksityisyyden suoja myös Jodelissa

Journalistin ohjeiden kohdassa 27 todetaan, että "yksityiselämään kuuluvia erityisen arkaluonteisia seikkoja voi julkaista vain asianomaisen suostumuksella tai jos niillä on poikkeuksellista yhteiskunnallista merkitystä." Kohdassa 30 taas korostetaan, että "julkistakin aineistoa julkaistaessa pitää ottaa huomioon yksityiselämän suoja. Kaikki julkinen ei välttämättä ole julkaistavissa." Vuonna 2004 JSN julkaisi lausuman, jossa korostettiin, että jokaisella henkilöllä saamastaan julkisuudesta riippumatta yksityiselämän suoja ja ihmisarvo. (JSN 3420/L/04)

Julkisen sanan neuvosto on myös täsmentänyt lausumassaan (1980) yksityisyyden suoja koskevia ohjeita jakamalla kansalaiset kolmeen ryhmään sen mukaan minkä tasoista yksityisyyden suoja he saavat. Nämä ryhmät ovat:

- A. Merkittävät vallankäyttäjät politiikan, hallinnon ja elinkeinoelämän alalla.
- B. Aikalaishistoriaan kuuluvat, tunnetut, julkisuudessa esiintyvät henkilöt, esim. kulttuurin ja viihde-elämän alalla.
- C. Tavalliset kansalaiset. (JSN 1980)

JSN:n lausumassa henkilön suoja-alue supistuu, mitä merkittävämmästä vallankäyttäjistä on kysymys. Suoja-alueella tarkoitetaan tässä asiayhteydessä yksityisyyttä ja kynnystä uutisoida henkilöön liittyvistä asioista. Myös henkilön tietoinen pyrkimys julkisuuteen ja siellä esiintyminen esimerkiksi viihteen tai urheilun piirissä vaikuttaa suoja-alueen laajuuteen.

Jodelin keskustelusäännöissä on selviä yhteneväisyyksiä JSN:n yksityisyyden kolmen tason kanssa. Sovelluksen säännöissä kielletään yksityishenkilöistä puhuminen heidän omilla nimillään, eikä mitään sellaista saa julkaista, joka aiheuttaisi jonkun käyttäjän henkilöllisyyden paljastamisen. Kuitenkin julkisuuden henkilöistä keskustelu on Jodelissa sallittua. Esimerkiksi julkisjuorut-kanava perustuu julkisuuden henkilöistä puhumiseen. Jodel siis mukailee JSN:n luomia rajoja, vaikka keskustelijat ovatkin anonyymejä.

5 Tutkimus Jodelin hyödyistä toimitusympäristössä

Opinnäytetyötä varten tehtiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa haastateltiin teemahaastattelun muodossa viittä Jodelia käyttävää, valtakunnallisessa mediassa työskentelevää henkilöä. Haastateltavista kaksi työskenteli toimittajana, yksi esimiesasemassa, yksi tuottajana ja toimittajana sekä yksi tuottajana. Lähes kaikkien haastateltavien työtehtävät siis erosivat hieman toisistaan. Heitä kuitenkin yhdisti se, että kaikki tuottavat sisältöä valtakunnalliseen uutismediaan. Jokainen henkilö työskenteli myös eri osastolla. Sillä tutkittava sovellus perustuu anonyymiyteen, myös haastateltavat esiintyvät opinnäytetyössä anonyymeinä. Haastateltavat esiintyvät tutkimuksessa kirjaimilla A, B, C, D ja E. Kirjaimet on annettu haastateltaville satunnaisesti.

Haastattelut koostuivat teemahaastattelulle tyypillisestä kysymysrungosta (liite 2), joiden avulla pyrittiin saamaan mahdollisimman laajalti vastauksia tutkimuskysymyksiin. Tutkimusta varten luotu tutkimushaastattelurunko on varsin yksityiskohtainen, mutta sitä ei tuijotettu haastattelussa orjallisesti. Kysymysrunko oli tavallisen haastattelun tavoin enemmänkin tukemassa ja muistuttamassa tutkimuksen avainkysymyksistä, jotka esiintyvät rungossa yläotsikoina. Haastattelut suoritettiin kahvilla tai lounaalla ja keskustelu haastattelutilanteissa oli hyvin vapaata ja polveilevaa. Haastateltavalle annettiin tilaa puhua niistä asioista, joista hänellä oli sanottavaa. Haastattelutilanteesta pyrittiin myös tekemään henkilöille mahdollisimman mukava ja helppo. Tutkijan näkökulmasta osaan haastatteluista saattoi vaikuttaa se, että haastateltava oli tutkijalle entuudestaan tuttu.

Tutkimustulokset analysoitiin aineistolähtöisesti, sillä aikaisempaa tutkimusperustaa samasta aiheesta ei ole. Tuloksia peilattiin kuitenkin osittain olemassa olevaan, muita sosiaalisen median kanavia tutkimalla hankittuun tietoon ja teoriaan. (Tuomi, Sarajärvi, 2002, 98) Tutkimuksen pohjamenetelmä oli selvittää uudesta ilmiöstä laadullisin menetelmin, kuinka Jodel käytännössä esiintyy valtakunnallisten medioiden toimituksissa, millainen on sen hyöty-haittasuhde sekä miten sitä käytetään. Sillä Jodel ei esiinny tuoreimmissakaan sosiaalista mediaa käsittelevissä tutkimuksissa, loogisin tapa selvittää vastaukset näihin kysymyksiin oli kysyä sitä työssään Jodelia käyttäviltä henkilöiltä itseltään.

Haastattelujen kesto vaihteli vajaasta puolestatoista tunnista vajaaseen puoleen tuntiin. (liite 3) Haastattelu-aika ei kuitenkaan korreloinut haastateltavan Jodelin käytön mukaan, vaan käytetty aika näkyi lähinnä haastateltavan tavassa kertoa asiansa. Haastateltava, joka ilmoitti käyttävänsä Jodelia hyvin vähän ja vain uteliaisuudesta, halusi keskustella

laveammin anonymiteetistä journalismissa, kun taas sovellusta paljon käyttävä saattoi vastata lyhyesti ja ytimekkäästi esitettyihin kysymyksiin. Litteroiduista haastatteluista rajattiin tulokset tutkimuksen kannalta olennaisimpiin kysymyksiin sekä vastauksiin. Niitä käsiteltiin induktiivisen eli aineistolähtöisin keinoin. Lopulta haastatteluista muokattiin valittu ja analysoitu data opinnäytetyössä hyödynnettävään muotoon.

Sillä haastattelumuotona toimi teemahaastattelu, ryhmiteltiin haastatteluvastaukset teemoittain. Teemahaastatteluaineistoa analysoidaan Eskolan ja Vastamäen (2010, 43) mukaan useimmiten teemoittelemalla ja tyypittelemällä. Materiaalia viidestä haastattelusta tuli runsaasti ja vastaukset olivat hyvin vaihtelevia. Aineistoa päätettiin analysoida sen pääkysymysten kautta, jotta tutkimustulokset vastaisivat mahdollisimman kattavasti, mutta silti selkeästi asetettuihin tutkimuskysymyksiin.

5.1 Haastateltavien hankinta

Haastateltavat hankittiin tutkimukseen valtakunnallisten uutismedioiden toimituksesta. Noin 260 vastaanottajalle lähetettiin sähköpostitse kysely (liite 1) kiinnostuksesta tutkimushaastatteluun. Sähköpostissa tiedusteltiin Jodelia työssään käyttäviä henkilöitä tutkimushaastatteluun. Tavoitteena oli saada haastatteluun 3–5 haastateltavaa. Muutaman tunnin sisällä haastatteluun oli ilmoittautunut jo kuusi haastateltavaa. Heistä haastateltiin lopulta viisi.

Tutkimusaineiston litteroinnin jälkeen oli ajankohtaista päättää, haettiin kerätystä datasta sisällönanalyyysissä yhtäläisyyttä vai erilaisuutta. Oli myös päätettävä, missä muodossa tutkimustulokset esitetään. (Tuomi, Sarajärvi, 2002, 95.) Tutkimustuloksista pyrittiin etsimään yhteneviä teemoja, jotka auttaisivat vastaamaan tutkimuskysymykseen. Tämä osoittautui odotettua haastavammaksi, sillä vastaukset erosivat toisistaan huomattavasti hypoteesia eli oletusta enemmän. Tämä ei ollut kuitenkaan tutkimuksen kannalta huono asia, sillä tarkoituksena oli nimenomaan kartoittaa Jodelin hyötyjen ja haittojen lisäksi sen mahdollisuuksia toimituskäytössä.

5.2 Omat lähtökohdat tutkijana

Sillä työskentelen itse toimittajana uutismediassa, minulla oli hypoteesi siitä, kuinka haastateltavat saattaisivat käyttää Jodelia toimituskäytössä. Tutkimusta tehdessä tuntui myös haastavalta analysoida haastateltavien kollegoiden työtapoja esimerkiksi eettiseltä tai JSN:n laatimien ohjeiden kannalta.

Tutkimusta tehdessä ja tarkastellessa oli myös muistettava, että kerätty tutkimusaineisto ei itsessään kuvaa todellisuutta, vaan tutkimustulokset välittyvät sen tarkastelijalle tulkinnallisten tarkasteluperspektiivien välittämänä. Aineistoa kerätessään tutkija rajaa aineistonsa oman tulkinnallisen perspektiivinsä eli näkökulmansa välityksellä ja valitsee aineistosta vain sen ydinsanoman. Ydinsanoman rajaamalla otan väkisinkin kantaa siihen, mitä haluan nostaa tutkimuksessa tarkastelun keskipisteeksi. (Kiviniemi, 2001, 71)

Ajankohtaisin sosiaalisen median tutkimus on Laura Juntusen tutkimus vuodelta 2017. Juntunen käsitteli etiikkaa sosiaalisen median aikakaudella. Sillä tässä opinnäytetyössä käsitellään samoja teemoja Jodelin näkökulmasta, tuloksia verrattiin osittain Juntusen tuloksiin.

6 Tutkimuksen tulokset

Tutkimushaastattelut kertovat, että Jodelista ainutlaatuisen ja hyödyllisen tekevä anonymiteetti on samalla yksi sen suurimmista ongelmista. Haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että anonymiteetti mahdollistaa Jodelissa vapaan ja spekulatiivisen keskustelun sekä jopa yksityisen tiedon levittämisen, mutta se samalla heikentää sen ominaisuuksia luotettavana lähteenä. Kuten Juntunen (2017, 32) tutkimusraportissaan toteaa, verkkoympäristössä tietoa keräävän toimittajan tarkkaavaisuutta koettelevat niin vahvistamattomat huhut, virheet ja väärät tiedot kuin suoranaiset valheet sekä tietoiset harhautus- ja trollausyritykset. Sosiaalisen median lähteen, tässä tapauksessa Jodelin haasteet liittyvät paitsi saatavilla olevan tiedon edustavuuteen myös ja ennen muuta sen luotettavuuteen. Tehdyn tutkimuksen tulokset tukevat ja myötäilevät Juntusen tuloksia myös journalistieettisistä ja juridisesta näkökulmasta.

6.1 Miten Jodelin pariin päädytään?

Kolme viidestä haastateltavasta oli kuullut Jodelista ystävältään tai tutultaan ja ladannut sen heidän suosittelunsa seurauksena. Haastateltava C oli lukenut Jodelista lehtiartikkelin, jonka jälkeen päätyi lataamaan sovelluksen matkapuhelimeensa. Sovellus ladattiin kiinnostuksesta uusiin sovellustrendeihin, innosta oppia uutta ja pysyä sosiaalisen median aallonharjalla. ja latasi Jodelin tutustuakseen siihen. Suurin osa haastateltavista oli ladannut sovelluksen alle vuosi sitten.

Poikkeuksen teki vain haastateltava E, joka latasi sovelluksen yli vuosi sitten, mutta alkoi käyttää sitä aktiivisesti vasta noin puoli vuotta sitten. E latasi sovelluksen kollegan suosituksesta, muttei ensin ymmärtänyt, kuinka sieltä löytäisi juttuvinkkejä ja ideoita. E:n mukaan sovelluksen hyödyt avautuivat hänelle vasta kanavien – kuten julkkis- ja rikosjuorut – löytämisen myötä.

Osa haastateltavista kertoi käyttävänsä Jodelia useita kertoja päivässä, osa vain muutamia kertoja viikossa. Otannan perusteella voi päätellä, että sovelluksen käyttäjät jakaantuvat lähtökohtaisesti kahteen tyyppiin: aktiivikäyttäjiin ja satunaisiin selailijoihin.

6.2 Mikä Jodelissa on hyödyllistä?

Kolme neljästä vastaajasta koki Jodelin jossain määrin hyödylliseksi työnsä kannalta. Eniten tuloksissa yllätti vastausten monipuolisuus. Kaikki haastateltavat työskentelivät eri osastoilla, joka myös heijastui vastauksiin. He kaikki hyötyivät Jodelista työkäytössään eri tavalla. Haastateltava A ei käyttänyt sovellusta työssään suoranaisesti tällä hetkellä, vaan

enemmänkin pysyäkseen mukana ajan hermolla. Täten se ei hyödyttänyt häntä ammatillisessa mielessä, vaikka näki Jodelissa potentiaalia myös apuvälineeksi omaan työhönsä. Kaikki vastaajat kertoivat käyttävänsä Jodelia inspiraatiolähteenä. Potentiaalisia juttuaihteita sieltä etsi kolme vastaajaa. Yhtenevä mielipide annettiin myös siitä, että Jodel tulee vielä kasvattamaan suosiotaan median keskuudessa juttu-, idea ja vinkkilähteenä. Myös vastaajan asema, työtehtävä ja osasto heijastui haastateltavan vastaukseen.

Haastateltava	Kuinka hyödyllisenä pidät Jodelia?
A	Se ei ole työni kannalta oleellinen, mutta mielenkiintoinen.
B	Jodel täydentää muita sosiaalisen median kanavia idela- ja juttuvinkkilähteenä.
C	Jodel korvaa olennaisesti muita sosiaalisen median kanavia työssäni.
D	Jodel auttaa tietämään päivän kuumimmat puheenaiheet.
E	Jodel säästää aikaa muiden sosiaalisen median kanavien selailulta.

Kuva 6: Kuinka hyödyllisenä pidät Jodelia?

Haastateltavat hyötyivät Jodelista työkäytössään eri tavalla, vaikka mukaan mahtui myös samoja käyttötarkoituksia. Haastateltava A ei käyttänyt sovellusta työssään suoranaisesti tällä hetkellä, vaan enemmänkin pysyäkseen sovelluskehityksessä ja -uudistuksissa ajan hermolla. B ja E käyttivät Jodelia juttuvinkkien ja -ideoiden metsästykseseen. C testasi tuottamilleen visoja ja testejä etukäteen ja keräsi sovelluksesta sisällölleen palautetta. D kertoi käyttävänsä sovellusta tietääkseen viimeisimmistä puheenaiheista jo ennen kuin niistä tuli valtakunnallisia puheenaihteita. Kaikki Jodelin hyödylliseksi kokeneet vastaajat kertoivat käyttävänsä Jodelia inspiraatiolähteenä. Potentiaalisia juttuaihteita sieltä etsi kolme vastaajaa.

Jodel ja varsinkin sen kanavat ovat siitä hyviä, että sieltä saattaa löytää sellaisia juttuvinkkejä, joita ei tulisi muuten edes ajatelleeksi tai ei varsinkaan tarkistaisi. Sitä ei voi tietenkään käyttää suoraan lähteenä tai faktana, mutta asiaa voi ruveta itse selvittämään. -Haastateltava E.

Kaikki haastateltavat käyttävät työssään myös muita sosiaalisen median kanavia. Näistä mainittiin opinnäytetyössään esitellyt Facebook ja Instagram ja Twitter. Haastateltavat kertoivat seuranneensa työnsä puolesta ajoittain myös blogeja ja anonyymejä keskustelupalstoja, kuten Vauva.fi -sivuston keskustelupalstaa. Osa haastateltavista pohti, että Jodelin anonymiteetti lisäsi sen eettisiä ongelmia muihin sosiaalisen median kanaviin nähden.

Haastateltavien mukaan Jodel ainakin täydentää muita sosiaalisen median kanavia inspiraatio- ja juttuvinkkilähteenä. Haastateltavien mielipide oli yhtenevä myös siinä, että Jodel ei sellaisenaan korvaa mitään sosiaalisen median kanavaa.

Kolme viidestä haastateltavasta oli sitä mieltä, että Jodelissa hyödyllisin sisältö löytyy kanavista. A oli ainut, joka ei ollut liittynyt millekään kanavalle, vaan oli selannut vain paikkakuntakohtaisia syötteitä. C taas hyödynsi sovelluksen paikkakuntakohtaisia syötteitä. Muiden neljän haastateltavan mukaan varsinkin Helsingissä pääkanavalle tehdään niin paljon keskustelunaloituksia, että arvokas sisältö hukkuu virtaan. Kanavista kerrotaan lisää luvussa (3.0). erityisen hyödyllisiksi haastateltavat kokivat julkisjuorut, rikosjuorut ja ulkkisjuorut eli ulkomaiset julkisjuorut. Myös blogijuorut ja instajuorut mainittiin

Esimerkiksi julkisjuoruista voi löytää uutisia somesta ja maailmalta, joita ei olisi itse huomannut niin nopeasti. Jodelin vilkaisu on huomattavasti nopeampaa kuin kaikkien eri blogien ja Instagram-tilien läpikäynti. Jos jokin puhuttaa, siitä tehdään keskustelunavaus Jodeliin. (Haastateltava E).

6.3 Jodelin käyttäminen lähteenä

Kaikilta haastateltavilta kysyttiin, voisivatko he käyttää, tai kenties käyttävätkö he jo Jodelin kommentteja jutuissaan. A ei nähnyt syytä siihen, miksi niitä ei voisi käyttää, jos lähde mainitaan. B ei käyttäisi kommentteja jutussa missään tilanteessa niiden lähteen epäselvyyden vuoksi. C on jo käyttänyt kommentteja jutussa, mainiten aina kommenttien lähteen. D ei nähnyt estettä sille, miksi kommentteja ei voisi käyttää jutuissa, kunhan niiden lähde mainitaan. E oli pitkälti D:n kanssa samoilla linjoilla, mutta kommenttien käyttö silti epäilytti häntä: kommenttien käyttö riippui vahvasti aiheesta. Haastateltavat vertasivat Jodelia keskustelupalstoihin, joissa käyttäjät keskustelevat nimimerkeillä. Yksittäisenä lähteenä Jodelia ei käyttäisi yksikään haastateltava.

Haastateltava	Käyttäisikö Jodelin kommentteja jutussa?
A	Voisin käyttää, lähdetietojen kanssa.
B	En edes lähdetietojen kanssa.
C	Olen jo käyttänyt, lähdetietojen kanssa.
D	Voisin käyttää lähdetietojen kanssa.
E	En todennäköisesti käyttäisi, riippuu vahvasti aiheesta.

Kuva 3: Käyttäisikö Jodelin kommentteja jutussa?

Kommenttien käytössä jutun yhteydessä haastateltavissa nousi esiin myös huoli siitä, että Jodelissa keskustelunavaaja tai kommentoija voi olla täysin kuka tahansa: esimerkiksi julkiksesta itsestään hänen vihamieheensä. Kommentteihin, keskustelunavauksiin ja mahdollisiin uutisvinkkeihin tulee kaikkien haastateltavien mukaan suhtautua tilannekohtaisesti, journalistin ammattietiikan mukaan. Sovelluksesta löytynyt uutisvinkki tulee aina vahvistaa luotettavasta lähteestä.

Juntusen (2017) tutkimuksessa kolme neljästä journalistista (75%) oli sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttö journalistisena tietolähteenä on monilta osin ongelmallista, koska tietojen paikkansapitävyyttä on vaikeaa varmistaa. Tämän vuoksi 70% vastanneista oli sitä mieltä, että tutkimuksessa keskustelupalstoja ei tulisi siteerata, sillä trollien tunnistaminen keskustelijoista on haastavaa. Esimerkiksi erilaiset tietovisat vaikuttivat sopivan neutraaleja aiheita kommenteille, kun taas julkisuuden henkilöitä käsittelevät aiheet vaativat tarkempaa harkintaa ja esimiehen konsultointia. Haastateltavista erityisesti B kritisoi, että sovelluksen täysi anonymiteetti heikentää sen mahdollisuuksia luotettavana uutislähteenä. Toisaalta anonymiteetti tekee Jodelista poikkeuksellisella tavalla hyödyllisen esimerkiksi Facebookiin, Twitteriin ja keskustelupalstoihinkin verrattuna.

Esimerkiksi julkisjuorut-kanavalla toistuvat tietyt nimet jatkuvasti. Jodelissa ei ikinä tiedä, kuka kommentin on kirjoittanut. Se voi olla kyseisen henkilön vihamies, fani, julkisuuden henkilö itse tai vaikka hänen somevastaavansa. Kommentoijat on eroteltu numeroin, mutta sama henkilö voi aloittaa kanavalla vaikka kuinka monta keskustelua kenenkään siitä tietämättä. Siksi kaikkeen sieltä löytämäänsä tulee suhtautua neutraalisti ja kyseenalaistaen. (Haastateltava B).

Haastateltava C käyttää Jodelia poikkeuksellisella tavalla muihin haastateltaviin verrattuna. Toisin kuin muut, C kertoi myös tuottavansa sisältöä osittain sovelluksen kautta ja olevansa näin vuorovaikutuksessa sen käyttäjien kanssa. C testasi Jodelissa luomiaan testejä ja visoja jo ennen niiden virallista julkaisua uutismedian sivustolla. Aikaisemmin C oli käyttänyt testaukseen Facebookia, mutta sen käyttö palautteen ja kommenttien keräämiseen osoittautui haastavaksi Facebookin julkisuuden vuoksi. Jodelissa C kykeni keräämään testin onnistumisprosentin sekä kommentteja anonyymeiltä käyttäjiltä jo ennen testin julkaisua. C:n mukaan Jodel on nopeuttanut ja korvannut juttuprosessia merkittävästi. Jodel on C:n mukaan ainut kanava, jossa hän voi kokeilla testin toimivuutta ja saada ennakkotuloksia ennen sen virallista julkaisua. C käyttää työssään hyödykseen myös sovelluksen alueellisuutta. Sillä yksi jodlaus eli keskustelunavaus näkyy vain 10 kilometrin etäisyydellä oleville käyttäjille, testin voi julkaista Jodelissa useassa paikassa. Näin myös laajempi yleisö näkee julkaisun ja

vastauksia tulee vielä enemmän. Kaikkia sosiaalisen median kanavia Jodel ei korvannut myöskään C:n työssä.

Muut neljä haastateltavaa eivät osallistuneet keskusteluihin työmielessä, vaikka he tiedostivat, että esimerkiksi vinkkien kysyminen olisi mahdollista anonyyminä. Kaikki kuitenkin käyttivät Jodelia myös töiden ulkopuolella. Vapaa-ajalla haastateltavat seurasivat ja käyttivät sovellusta eri tavoin kuin työtehtävissään. Osa kertoi tekevänsä vapaa-ajalla sovellukseen myös keskustelunavauksia.

7 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli ensisijaisesti selvittää, kuinka anonyymi mobiiliviestipalvelu Jodel soveltuu toimituskäyttöön valtakunnallisessa uutismediassa. Erilaisten sosiaalisen median palveluiden soveltuvuutta lähteeksi on tutkittu varsin laajalti. Jodelista tällaista tutkimusta ei oltu kuitenkaan aikaisemmin tehty. Tutkimuskysymystä lähdettiin selvittämään laadullisen tutkimuksen keinoin. Haastateltavia tutkimuksessa oli viisi. Ennen tutkimusta opinnäytetyössä esiteltiin vasta kolme vuotta sitten perustettu Jodel. Työssä käsiteltiin myös Jodelin mahdollisuuksia ja ongelmia journalistieettiseltä ja juridiselta kannalta.

Jodelissa on sosiaalisena mediana ja mobiiliviestipalveluna hyvin paljon samanlaisia piirteitä kuin muissa uutismedian toimittajien käyttämissä yhteisöpalveluissa. Tutkimustulosten mukaan se on vakiinnuttanut omaa paikkaansa uutislähteenä ja paikkana, jonne käyttäjät jakavat uutisia ja ajankohtaisia aiheita muista sosiaalisen median kanavista luodakseen keskustelua. Hypoteesista poiketen oli jopa yllättävää, kuinka usein ja monipuolisesti Jodelia käytettiin toimitusympäristössä. Useimmiten Jodelia käytetään juttu- tai idealähteenä.

Kaikkien viiden haastateltavan vastauksissa oli havaittavissa diversiteettiä ja jokainen haastateltava käytti siis sovellusta hieman eri tarkoituksiin. Tämä antaa vahvaa näyttöä siitä, että Jodel on työkaluna toimitusympäristössä monipuolinen. Vastausten diversiteettiä lisäsi oletettavasti myös se, että kaikki haastateltavat olivat eri osastoilta. Tarkoituksellinen hajonta haastateltavia valitessa osoittautui tulosten varjolla onnistuneeksi ratkaisuksi.

Tutkimus osoittaa, että anonymiteetti paitsi vaikeuttaa sovelluksen käyttöä toimituksessa, se herättää toimittajissa aiheellisiksi todettuja epäilyksiä. Jodelin käyttäjät julkaisevat sovellukseen löytämiään puheenaiheita ja uutisia, sillä he lähtökohtaisesti haluavat keskustella niistä. Niitä kuitenkin voidaan hyödyntää tutkimustuloksien perusteella haastateltujen toimittajien mukaan siinä missä toimitukseen saatuja anonyymejä uutisvihjeitäkin.

Sillä Jodelissa jaettu tieto tulee anonyymistä lähteestä, se vaatii aina luotettavan vahvistuksen. Journalistin ohjeiden mukaisesti tietolähteisiin on aina suhtauduttava kriittisesti, sillä lähteellä voi olla asiassa hyötymis- tai vahingoittamistarkoitus. Tämä pätee myös Jodeliin. Opinnäytetyötä varten haastatellut toimittajat olivat asiasta samaa mieltä.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että Jodel erottuu muista sosiaalisen median kanavista juuri käyttäjien täydellä anonymiteetillään. Tekee siten sovelluksesta erityisen eli tarpeellisen. Erityisesti sovelluksen kanavat nopeuttavat eri yhteisöpalveluiden tarkistamista mahdollisten uutisaiheiden varalta. Se ei sellaisenaan korvaa muita yhteisöpalveluita, mutta täydentää niitä. Sovellusta käytettiin laajalti myös juttuaiheiden ideointiin. Tulosten mukaan Jodel hakee lupaavasti paikkaansa uutismedian toimituksissa yhtenä sosiaalisen median juttu- ja idealähteistä.

7.1 Miten tuloksiin tulisi suhtautua?

Tutkimuksessa haastateltiin vain viittä henkilöä, eli sen otanta on hyvin suppea. Toisaalta tutkimuksen tarkoituksena olikin selvittää, kuinka uutismediassa työskentelevät Jodelia käyttävät sovellusta työssään. Haastateltavat tarjosivat viisi uutta näkökulmaa, kuinka soveltuu toimituskäyttöön uutismediassa. Tutkimus antoi uutta tietoa Jodel-ilmiöstä, joten pitäisin sitä onnistuneena.

Opinnäytetyö käsitteli laadullisen tutkimuksen keinoin, kuinka Jodel soveltuu nykyisellään toimituskäyttöön. Aihetta olisi ollut luonnollisesti mielenkiintoista tutkia laajemmalla otannalla ja ottaa sen tueksi esimerkiksi lomakekysely uutistoimituksessa työskentelevien henkilöiden sosiaalisen median palveluiden käytöstä ja asenteista niiden käyttöön journalistisessa työssä.

Jodelia ja siihen liittyviä ongelmia ja hyötyjä voisi tutkia myös tapaustutkimuksena. Alun perin Jodelista lähtöisin olevia uutisia on paljon, vaikkei sovellusta aina edes mainita artikkelissa. Jodel on päässyt otsikoihin pommiuhkauksista, julkkisten bongauksista, tietovuodoista ja julkisuuden henkilöiden kirjoituksista. Olisi mielenkiintoista tietää, kuinka nämä uutiset rakentuvat: miten tapauksia on käsitelty toimituksissa ja kuinka Jodelin sisältö on lopulta jalostunut uutiseksi. Olisi mielenkiintoista myös analysoida laajemmin anonymien sosiaalisten median palveluiden eroa niihin, joissa käyttäjä esiintyy omalla nimellään tai luovuttaa tietonsa sovellukselle.

7.2 Opinnäytetyö prosessina

Aloitin opinnäytetyöni tekemisen keväällä 2018. Työ oli lopulta valmis lokakuussa 2018. Tein opinnäytetyössä omasta mielestäni monia aikataulullisia virheitä, jotka hankaloittivat huomattavasti opinnäytetyön tekemistä ja pitkittivät sen valmistumista. Olin täyspäiväisesti töissä koko opinnäytetyöprosessin ajan, joten en voinut missään vaiheessa voinut keskittyä siihen täyspäiväisesti. Vaikka työni toimittajana Suomen suurimmassa uutismediassa innoitti alun perin tekemään opinnäytetyön Jodelin soveltumisesta

toimituskäyttöön, oli suunnitelma opinnäytetyön tekemisestä muun toimitustyön ohella varsin epärealistinen. Käytännössä aloitin opinnäytetyöni keväällä ja viimeistelin sen syksyllä, mutten erittäin työntäyteisen kesän aikana edistänyt sitä. Tämä aiheutti minulle runsaasti ylimääräistä työtä ja kertausta syksyllä, kun työ piti saada valmiiksi. Jos tekisin toisen tutkimuksen, varaisin sille enemmän aikaa. Erityisesti prosessin loppupuolella huomasin, että tulosten käsittelylle ja niiden analysoimiselle aikaa olisi pitänyt varata enemmän.

Opinnäytetyön tekeminen oli projekti, joka tuntui ajoittain ylitseppäsemättömän haastavalta työkiireiden vuoksi. Anonymiteetti ja eettisyys someviestinnässä eivät myöskään olleet aihealueista niitä helpoimpia. Vasta aivan opinnäytetyön loppupuolella aloin nähdä työni jäljen kokonaisuutena ja ymmärtämään, että tutkimus poiki lopulta paljon tulevaisuudessa hyödynnettävää tietoa mobiiliviestipalveluiden ja muiden anonymiteettiä hyödyntävien yhteisöpalveluiden käyttöön toimitusympäristössä.

Lähteet

Ahola J. 2015. Facebook-päivitys uutislähteenä – Someuutisoinnin eettiset porsaanreiät. Opinnäytetyö, Haaga-Helia.

<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99071/Jenni%20Ahola%20oppi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ahosniemi A. & Ylä-Anttila M. 14.2.2017. Päätoimittajan tehtävä on kirkas. Päätoimittajien yhdistys. Luettavissa: <http://www.paatoimittajat.fi/paatoimittajan-tehtava-on-kirkas/> Luettu 15.9.2018.

Anttila P. 17.5.2014. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Methodix. Luettavissa: <https://methodix.fi/2014/05/17/anttila-pirkko-tutkimisen-taito-ja-tiedon-hankinta/> Luettu 14.4.2018.

Aula V. Tietoaineistojen lisääntymisen ja avaamisen haasteet kansalaisten anonymiteetille. Viestintäpolitiikan osasto, Liikenne- ja viestintäministeriö. Luettavissa: https://www.viestintavirasto.fi/attachments/toimialatieto/finictsisallot/projektit/FI_tietoaineistojen_avaamisen_haasteet_kansalaisten_anonymiteetille_Aula.pdf

Avellan Borgmeyer, A. 15.3.2018. Sähköposti.

Knibbs K. The Daily Dot 21.4 2014. Is this the first anonymous app that understands the power of secrets? Luettavissa: <https://www.dailydot.com/debug/yik-yak-app/> Luettu 2.4.2018

Ekholm K, Karhula P & Olkkonen T. 2017. Tiellä sananvapautteen 1917–2017. Into Kustannus.

Eskola, J. & Vastamäki, J. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 2010. PS-kustannus. Jyväskylä.

Eskola, J. & Suoranta, J. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 1998. Vastapaino.

Euroopan unionin virallinen lehti. 4.5.2016. Euroopan parlamentin ja neuvoston asetetus (EU) 2016/679. Luettavissa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=FI> Luettu 12.9.2018.

Facebook. Tietojen käyttäminen ja lataaminen. Luettavissa: <https://www.facebook.com/help/1701730696756992> Luettu 12.9.2018.

Forbes, 28.9.2017. Anonymous Messaging Apps: Is Honesty Really The Best Policy? Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/capitalone/2017/09/28/anonymous-messaging-apps-is-honesty-really-the-best-policy/#1e2039d73c75> Luettu 2.4.2018.

Hintikka K. A. Sosiaalinen media. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media> Luettu 15.9.2018.

Huovinen T. 12.12.2014. Julkisen sanan neuvoston blogi. Mediankäyttötavat muuttuvat – journalistin ohjeet kestävät. Luettavissa: <http://www.jsn.fi/blog/mediankayttotavat-muuttuvat---journalistin-ohjeet-kestavat/> Luettu 24.4.2018.

Ilta-Sanomat: Taloussanomat 21.7.2008. Siteeraus Savon sanomien Pekka Hyvärisen haastattelusta vuonna 2008 (alkuperäinen julkaisu ei ole enää saatavissa). Luettavissa: <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000001580139.html>. Luettu 2.4.2018.

Ilta-Sanomat, STT. 2018. Firmojen riesa: salaisuuksia vuotanut Jodel-sovellukseen – ovatko asialla työntekijät? Luettavissa: <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000005681940.html> Luettu 10.9.2018.

Isotalus P, Jussila J & Matikainen. 2018. Twitter viestintänä ja sosiaalisen median ilmiönä. Vastapaino.

Jodel. Yhteisön säännöt. Luettu 24.4.2018 Luettavissa: <https://jodel.com/fi/guidelines/>

Jodel. Privacy Policy. Luettu 19.6.2018. Luettavissa: <https://jodel.com/privacy/>

Julkisen sanan neuvosto. 2004. 3420/L/04. Lausuma julkisuuden henkilöiden yksityisyyden suojaa koskevassa asiassa.

Julkisen sanan neuvosto. 2012. Vapauttava 4888/SL/12. Julkisen sanan neuvoston päätökset. Luettavissa: <http://www.jsn.fi/paatokset/4888-sl-12/?year=2012> Luettu 16.4.2018.

Juntunen L. 2017. (s. 13) Kulttuurien törmäys? Journalismin etiikka sosiaalisen median aikakaudella. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Sosiaalitieteiden laitos, Helsingin yliopisto. Luettavissa: http://www.hssaatio.fi/wp-content/uploads/2017/02/kulttuurientormays_Laura-Juntunen.pdf

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kansallinen mediatutkimus 2018. Luettavissa:

http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/09/KMT_S17-K18_lukijamaarat.pdf

Luettu 19.8.2018

Karhula P. 24.7.2008. Blogiteksti. Mihin tarvitaan anonymiteettia? Luettavissa

<http://parlamenttikirjasto.blogspot.com/2008/07/mihin-tarvitaan-anonymiteettia.html> .

Luettu 16.9.2018.

Karhula P. 2017. Anonymiteetti – suojaa vai tunnistusta. Luettavissa:

<https://sananvapauteen.fi/artikkeli/2715> Luettu 2.7.2018

Kotimaisten kielten keskus. 2018. Kielitoimiston sanakirja: sosiaalinen. Luettavissa:

<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?ListWord=sosiaalinen&SearchWord=sosiaalinen&dic=1&page=results&UI=fi80&Opt=1> Luettu 15.9.2018

Mäntylä J. 2008. Journalistin etiikka. Gaudeamus.

Paavola N. Aamulehti. 22.07.2017. Nuorten suosimassa Jodel-sovelluksessa jaetaan

vessakoodeja ja piilokuvia alapäästä – katso, mistä Tampereella puhutaan. Luettavissa:

<https://www.aamulehti.fi/kotimaa/sosiaalisen-median-jodelissa-jaetaan-piilokuvia-alapaasta-ja-vessakoodeja-katso-mista-tampereella-puhutaan-200279820/> Luettu

16.4.2018.

Puntanen A. 2000. Kuka tappoi prinsessan?: prinsessa Dianan kuoleman herättämä

journalismikriittinen keskustelu suomalaisessa sanomalehdistössä. Pro gradu -tutkielma.

Tampereen yliopisto.

Pönkä H. 27.8.2018. Facebookin käytön on lopettanut tänä vuonna lähes 300 000 suomalaista. Blogiteksti. Luettavissa: <https://harto.wordpress.com/2018/08/27/facebookin-kayton-on-lopettanut-tana-vuonna-lahes-300-000-suomalaista/> Luettu 16.9.2018.

Raice S. & Ante S.E. The Wall Street Journal. Insta-Rich: \$1 Billion for Instagram. Luettavissa:

<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303815404577333840377381670>

Luettu: 18.9.2018

Rouhiainen, L. 2016. CreateSpace Independent Publishing Platform. 101 Facebook Marketing Tips and Strategies for Small Businesses.

Sanastokeskus TSK. 2010. Sosiaalisen median sanasto. Helsinki.

Silverman G. 2015. Lies, Damn Lies and Viral Content. How News Websites Spread. Tow Center for Digital Journalism. Luettavissa: http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf Luettu 16.9.2018.

Sullivan M. 10.12.2017. How do you use an anonymous source? The mysteries of journalism everyone should know. The Washington Post. Luettavissa:

https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/how-do-you-use-an-anonymous-source-the-mysteries-of-journalism-everyone-should-know/2017/12/10/fa01863a-d9e4-11e7-a841-2066faf731ef_story.html?utm_term=.3fa2f936fbe2 Luettu 12.8.2018.

Suomen perustuslaki. 11.6.1999/731. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990731>.

Tilastokeskus. 2014. Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö -tutkimus.

Toivanen M. 2007. Ennen muita: Skuuppi suomalaisessa journalistisessa kulttuurissa. Pro gradu –tiivistelmä. Viestinnän laitos, Valtiotieteellinen tiedekunta, Helsingin yliopisto.

Luettavissa:

<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/11617/abstract.pdf?sequence=1> Luettu

2.4.2018

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi.

Twitter. Help Center. Twitter Guide. 2018. Luettavissa: <https://help.twitter.com/en/twitter-guide> Luettu 16.9.2018.

Wreight M. 22.2.2016. Analysis: Yik Yak or Jodel? Luettavissa: <http://meshedsociety.com/yik-yak-or-jodel/> Luettu 16.4.2018.

Yle: Maria Lassila-Merisalon haastattelu: Älä ruoki trollia – sadistinen verkkohäirikkö hiljenee, kun häneen ei reagoida. 15.9.2014. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-7466029>

Liitteet

Liite 1: Hakusähköposti tutkimushaastatteluun

Moikka!

Käytätkö mobiiliviestipalvelu Jodelia ideointiin, juttuvinkkien etsintään tai oikeastaan mihin tahansa työhön liittyvään? Teen opinnäytetyötäni Jodel-ilmiöstä toimittajan keskuudessa ja kaipaisin haastateltavia asian tiimoilta. Homma ei vie paljoa aikaa, mutta haastattelut ovat työn kannalta elintärkeitä. Haastateltavat esiintyvät työssä anonyyminä.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Jodelin käyttökelpoisuutta (eli sen hyötyjä ja ongelmia) sekä eroja muihin someihin toimittajan työssä.

Jos käytät sovellusta edes jossain määrin, vastaa tähän viestiin ja auta allekirjoittanutta valmistumaan! Lupaan tarjota kahvit kiitokseksi avusta.

*Kevätterkuin,
Wilma Ruohisto*

Liite 2: Haastattelun kysymysrunko

Peruskysymykset:

- Miten löysit Jodelin?
- Milloin aloit käyttää sitä?
- Kuinka paljon käytät Jodelia? Paljon aikaa vietät sen parissa?
- Onko Jodel sinulle toimittajana hyödyllinen?

Jodel toimittajan työssä:

- Miten hyödynnät Jodelia toimittajan työssä?
- →Mihin jutunteon vaiheisiin? Ideointi vai tiedonhankinta, kenties haastateltavien esintä?
- →Mistä siinä on eniten hyötyä?
- Mihin et käyttäisi/käytä?
- Mitkä ovat Jodelin hyödyt? Entä haitat?
- Missä töihin liittyvässä hyödynnät Jodelia eniten?
- Mitä eettisiä ongelmia Jodelin käytössä on?
- Entä juridisia? Jodeliin vuodetaan vaikka minkälaista tietoa, jota on saatettu hankkia myös laittomasti. (esim. Seiskan kansia ja muuta sisäpiirin tietoa) Mitä ongelmia siihen mielestäsi liittyy journalistisesti, vai liittyykö?
- Onko ollut muita ongelmia kuin eettisiä tai juridisia? Millaisia?
- Onko näitä samoja ongelmia muissa somekanavissa?
- Miten suhtaudut Jodelin anonymiteettiin? Millaiset ovat sen hyöty- ja haittasuhteet?
- Oletko löytänyt juttuihisi / toimitukselliseen työhösi liittyvää kritiikkiä/palautetta Jodelista?

Jodel ja muut somet:

- Käytätkö muita sosiaalisen median kanavia toimittajan työssä? Mitä niistä?
- Miten Jodel eroaa muista someista juttulähteenä/inspiraatiolähteenä?
- Uskotko, että Jodelin käyttö yleistyy toimitustyössä tulevaisuudessa? Miksi/miksi ei?
- Korvaako Jodel mielestäsi muita someja?
- Kuinka hyödyllinen se loppujen lopuksi on?
- Mitä someja Jodel korvaa tai täydentää?
- Millasia neuvoja antaisit muille toimittajille Jodelin käytöstä?

Liite 3: Tutkimushaastattelut

A: 2.5.2018 Kesto 1h03min

B: 8.5.2018. Kesto 28min

C: 8.5.2018. Kesto 55min

D: 8.5.2018 Kesto 42min

E: 15.5.2018 Kesto 31min

Liite 3: Ilta-Sanomien & STT: Firmojen riesa: salaisuuksia vuotanut Jodel-sovellukseen ovatko asialla työntekijät?

Tuoreimmat Päivän lehti Lähetä vihje tai kuva Älypää Äkkilähdöt Työpaikat TV-ohjelmat

TALOUSSANOMAT OMX HELSINKI ↑ +0,82 % SOPRANO OYJ
18:36 10 094,74 18:29

ETUSIVU UUTISET PÖRSSI YRITYST

Firmojen riesa: salaisuuksia vuotanut Jodel-sovellukseen – ovatko asialla työntekijät?



Jodelissa on kerrottu yrityssalaisuuksia, joskin osin tahattomasti. (KUVA: Panu Kabilo / IS)

Julkaisu: 16.5. 8:50

Jaa 5 Twiittaa in

Sovelluksessa viestit kirjoitetaan nimettömästi. Täydellä varmuudella on vaikea sanoa, onko viestit kirjoittanut yrityksen työntekijä.

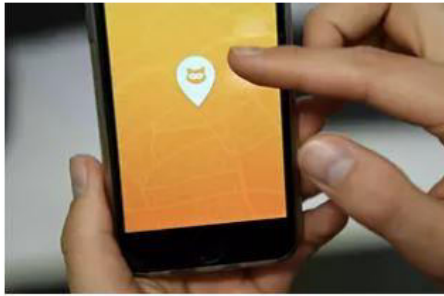
Työntekijöiden kahvipöytäkeskustelut käydään Jodelissa Yritysten työntekijät keskustelevat yhä enemmän työpaikkansa asioista nimettömästi viestintäsovellus Jodelissa. Kollegoilta kysytään positiiviseen sävyyn neuvoja ja noloja kysymyksiä työhön liittyen, mutta myös möläytyksiä mahtuu mukaan keskusteluun. Esimerkiksi McDonald'sin työntekijöiden Jodel-kanavalla on keskusteltu tuotteiden myynneistä ja tulevista kampanjoista.

– Nämä kuuluvat salassapidon piiriin, eivätkä ne kuulu Jodeliin, sanoo McDonald'sin Suomen viestintäjohtaja **Helmi Ryhänen**.

Jodel on kännykkäsovellus, jossa viestitään nimettömästi.

McDonald's ei ole ainut yhtiö, jonka kanavalla on keskusteltu yrityssalaisuuksista. Esimerkiksi Espresso Housen kanavalla on myös pohdittu kahviloiden myyntejä ja yrityksen taloudellista tilannetta. Yrityksen Suomen toimitusjohtaja **Anssi Thureson** kertoo, ettei asialle voi oikein tehdä mitään.

– Sitähän ei tiedä kukaan, että ovatko keskustelijat meidän työntekijöitä, Thureson sanoo.



(KUVA: Jussi Nukari / Lehtikuva)

Tässä piilee juuri Jodelin ongelmallisuus yrityksille. Jodelissa ei voi ikinä tietää, pitääkö joku tieto paikkaansa tai kuka sen on kirjoittanut. Kanavilla voidaan keskustella yrityksen asioista, mutta kirjoittaja voi olla ulkopuolinen trolli tai entinen työntekijä, eikä välttämättä yrityksen nykyinen työntekijä.

Keskusteluja ei voi myöskään pitää mitenkään yksityisinä, koska kuka

tahansa voi liittyä kanavalle ja keskustella siellä.

Esimerkiksi Linnanmäellä työskentelee vuodessa noin 650 kausityöntekijää, mutta silti linnanmäkeläisten Jodel-kanavalla on noin 1 700 jäsentä. Se onkin yksi suosituimmista ja aktiivisimmista työpaikan ympärille muodostuneista kanavista.

Työntekijöillä on sananvapaus, jopa Jodelissa

Linnanmäki on monien muiden yritysten tapaan tehnyt työntekijöilleen ohjeistuksen, jonka mukaan sosiaalisessa mediassa tulisi toimia. Ohjeet eivät ole kuitenkaan tyhjentävät.

– Jokaisella on oikeus käyttää sananvapauttaan netissä tiettyyn pisteeseen asti, sanoo Linnanmäen henkilöstöjohtaja **Elina Örthén**.


Työ- ja viestintäoikeuteen erikoistunut asianajaja **Pirkko Pesonen** kertoo, että työnantaja voi myös ohjeistaa työntekijöitään olemaan kirjoittamatta Jodeliin ja ohjeistuksilla yritys voi yrittää vaikuttaa työntekijöidensä sosiaalisen median käyttöön. Myös ilman ohjeistuksia työntekijällä on velvollisuus olla lojaali työnantajaa kohtaan. Pesonen kehottaakin jokaista pohtimaan, ovatko omat Jodel-kirjoitukset sopivia.

Usein myös muut keskustelijat puuttuvat asiattomiin viesteihin sanomalla, että tämä ei kuulu Jodeliin. Muut keskustelijat voivat myös ilmiantaa viestin tai äänestää viestin pois näkyvistä.

STT



Liite 4: Jodelin uudet GDPR-säännöt. Elokuu 2018. (5 sivua)

HOME BLOG ENGINEERING JOBS FAQ CONTACT

Privacy Policy

Last Updated: Aug 2018

This Privacy Policy shall apply to the Jodel mobile App (the “App”) and the websites <https://jodel.com/>, <https://jodel-app.com/> and <https://share.jodel.com> (these websites together also the “Website”) (App and Website together the “Services”).

1. GENERAL

Regarding the Services The Jodel Venture GmbH, Wilhelmstraße 118, 10963 Berlin (“Jodel”, “we”, “us” or “our”) is the controller within the meaning of the General Data Protection Regulation (“GDPR”).

This privacy policy shall inform you on how we collect, process and use (“Use”) your Personal Data in connection with the Services.

2. DATA WE COLLECT, PROCESS AND USE

a. In general, you can use the Services without providing any personal information such as e.g. your name, email address, postal address, telephone number, financial information (all such information concerning the personal or material circumstances of an identified or identifiable individual data subject together “Personal Data”). Therefore, unless otherwise provided for in this privacy policy if you do not provide us directly with Personal Data in another way or actively consent to the Use by us of certain Personal Data, we do not Use your Personal Data.

b. Regarding the Website: if you visit the Website your browser automatically transfers certain data so that it can access the Website, in particular:

- the IP address
- the date and time of the request
- the browser type
- the operating system
- the language and version of the browser software

Such data is processed, in particular, as without such data the Website cannot be accessed.

c. In connection with the use of the App a random user number (hash value) is generated for you based on your mobile device that allows us to allocate your Jodel activities (posts, replies, karma, etc.) to an account. The use of such number is required for the registration of your account (as without such value we cannot connect your activities within the App to your account and therefore a use of the App would not be possible). We cannot relate this number or the account to your name or other personal information of you. Furthermore, we also store data on the language in which you use the App in order to provide to you the App and respective content in your preferred language.

d. In addition, regarding the App certain data transmitted by your mobile device is collected, namely your IP address, the periods of time in which you use the App, the date of the registration of your account, the operating system of your device (Android or iOS) and the type of device you use (e.g. iPhone, Samsung Galaxy). Such data is collected, in particular, in order to be able to distinguish actual App users from bots, prevent abusive behaviour and block abusive content that is reported by other users.

e. If you actively provide us in the App with additional basic demographic data such as profession, gender and age we might use such data to personalize the experience for you with regard to the App, as well as providing information tailored towards your profession, gender or age. If you prefer not to receive respective information tailored to you, you can opt out by going to the “Me” section in the app, and choosing the corresponding option. Regarding your age, we might process such data also in order to verify whether you are old enough to use the App.

f. In addition, the full functionalities of the App are only accessible to you if you grant access to your mobile device's geo location. To this end, when you use the App for the first time you will be asked by your device whether location data may be used. If you do not allow this or if you allow this, but later deactivate this functionality in the settings of your mobile device, please note that the App or at least certain features and functionalities of the App might not work or might not be accessible to you.

g. If you provide to us information on the Website via a request form contained on the Website or on another way then we will process your data in order to answer your respective (information) requests.

h. We might disclose your Personal Data where such disclosure is required by law (for example, upon request of a court or of law enforcement authorities).

i. We might disclose certain (anonymous) user data (such as information about posts and information about activity) to universities in order for them to further analyse use patterns of our users and help us classify content created by our users. The respective data disclosed to such universities cannot be traced back by such universities to a specific user.

j. The legal basis for the processing of personal data described above in

- *section 2.b* (to the extent such data is to be considered Personal Data) is Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the legitimate interests to Use such data arises from the fact that without such data the Website cannot be accessed).
- *section 2.c* (to the extent such data is to be considered Personal Data) is Art. 6 (1) sentence 1 lit. b GDPR (fulfilment of contract and pre-contractual measures).
- *section 2.d* (to the extent such data is to be considered Personal Data) is Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the legitimate interests are that we need a way to distinguish users from bots, prevent abusive behaviour and block abusive content when users report it).
- *section 2.e* is Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the legitimate interests are that we use and analyze the respective data to improve the App, such as by gaining a better understanding of your interests and to help personalize your user experience, as well as providing you features exclusive to your specific demographic; regarding age verification we have an interest to verify whether you are old enough to use the App).
- *section 2.f* is Art. 6 (1) sentence 1 lit. b GDPR (fulfilment of contract and pre-contractual measures) and Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the legitimate interest is that we can only provide the App services with all its functionalities, if respective geo location data is processed). For the avoidance of doubt: we will not process your geo location data if you choose to not allow your device to share such data with regard to the App (cf. also above under 2.f).
- *section 2.g* is Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the legitimate interests are that we need to process the respective data in order to being able to answer your (information) requests).
- *section 2.h* is Art. 6 (1) sentence 1 lit. c GDPR (legal obligation).
- *section 2.i* (to the extent such data is to be considered Personal Data) is Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the universities have a legitimate interest to analyze respective data from a scientific point of view and this analysis is not trivial for us to reproduce as we use the results of such analysis to further our understanding of our user base and its preferences).

3. USE OF ANALYZING, ADVERTISING AND OTHER TOOLS

a. With regard to the App we use the advertising identifiers IDFA (for iOS devices) and AAID (for Android devices) (together the "Advertising Identifiers"). These Advertising Identifiers are non-personal, non-permanent numbers contained on your mobile device. We do not combine the Advertising Identifiers with any other mobile device related information or other personal information of you. The Advertising Identifiers identify your user data to enable us to provide you with personalized advertising and to evaluate your usage of the App. You can deactivate the use of the Advertising Identifiers in the settings of your operating system by switching off ad tracking on iOS (under "Settings/Privacy/Advertising") or resetting your AAID on Android (under "Settings/Ads").

b. We also use the following tools to better understand user preferences through user actions:

aa. We use a self-developed tool with regard to the App that evaluates and stores user activity (in particular what features are used, what features are not used) and derive conclusions from that data to give us a better picture of how the App is used by our users. We use that data to improve the usability of the App for the users and to develop new features.

bb. We also use the Facebook Software Development Kit (“Facebook SDK”) of Facebook Inc., 1601 S. California Ave., Palo Alto, CA 94304, USA (“Facebook”) with regard to the App. The Facebook SDK allows for analyzing anonymized behavioral data, in particular the counting of active users and activity events (e.g. posts, replies, votes). For further information regarding the Facebook SDK please refer to https://developers.facebook.com/docs/ios?locale=en_GB and https://developers.facebook.com/docs/android?locale=en_GB. This does not give us any access to data from Facebook or a user’s Facebook account by any means. Certain (pseudonymized) data of you might be submitted to Facebook servers in the USA. To our best knowledge Facebook complies with the EU-US Privacy Shield Framework as set forth by the US Department of Commerce regarding the collection, use and retention of personal information from EU member countries. Facebook has certified that it adheres to the relevant Privacy Shield Principles. The European Commission qualifies the US to provide an adequate legal protection for personal data transferred from the EU to self-certified organisations in the US that are certified under the Privacy Shield programme. Further information can be found at: <https://www.privacyshield.gov/EU-US-Framework>.

cc. In addition, we also use the Goedle Software-Development Kit (“Goedle SDK”) of Goedle, goedle.io GmbH Am Hof 20-26 50667 Cologne Germany with regard to the App. The Goedle SDK allows analyzing user behavior patterns within the first few days of usage and calculates the likelihood of whether the user uses the App for longer. We use this information to improve our service and better understand the needs of our users. Certain (pseudonymized) data of you might be submitted to Goedle servers in the European Union. Based on this information we may send push notifications to inactive users (if the respective users have priorly agreed to receiving respective push notifications), after having understood what lead them to inactivity, and when we have been able to counter such reasons (abusive content, lack of specific features, etc). For further information regarding the Goedle SDK please refer to <https://goedle.io>.

dd. The Website uses Google Analytics, a web analytics service provided by Google, Inc. (“Google”). Google Analytics uses “cookies”, which are text files placed on your computer, to help analyze how you use the Website. The information generated by the cookie about your use of the Website will normally be transmitted to and stored by Google on servers in the United States. Google will use this information on behalf of the operator of the Website for the purpose of evaluating your use of the Website, compiling reports on Website activity and providing other services for the Website operator relating to Website activity and internet usage. You may refuse the use of cookies by selecting the appropriate settings on your browser, however please note that if you do this you may not be able to use all functions of the Website. You can also opt-out from the storage by Google of the data that is created by the cookie and is related to the use of the Website (including your IP address) and the processing of such data by Google by downloading and installing the Google Analytics opt-out Browser add-on available under <https://tools.google.com/dlpage/gaoptout?hl=en>. For further information on Google Analytics please refer to: <http://www.google.com/analytics/terms/gb.html>, <https://support.google.com/analytics/answer/6004245?hl=en>, <http://www.google.de/intl/en-GB/policies/privacy/>. To our best knowledge Google complies with the EU-US Privacy Shield Framework as set forth by the US Department of Commerce regarding the collection, use and retention of personal information from EU member countries. Google Inc. (and its wholly-owned US subsidiaries) has certified that it adheres to the relevant Privacy Shield Principles, including for Google Analytics. The European Commission qualifies the US to provide an adequate legal protection for personal data transferred from the EU to self-certified organisations in the US that are certified under the Privacy Shield programme. Further information can be found at: <https://www.privacyshield.gov/EU-US-Framework>.

ee. We use the Firebase SDK of Google LLC, 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, USA (“Firebase”; Firebase is a subsidiary of Google, LLC) with regard to the App. Firebase SDK is a real-time database, which we are using for real-time data exchange and data storage. Firebase SDK also allows for analyzing anonymized behavioral data, in particular the tracking of active users and activity events (e.g. posts, replies, votes), as well as information about crashes, application distribution, application usage and adoption rates for specific app versions. Certain (anonymized) user data is sent to Firebase servers outside the EU. For further information regarding the Firebase SDK please refer to the Firebase privacy policy available over the following link: <https://www.firebase.com/terms/privacy-policy.html>.

ff. We use the tool branch.io of Branch Metrics, Inc. 1400 Seaport Blvd, Building B, 2nd Floor, Redwood City, CA 94063, USA (“Branch Metrics”) with regard to the App. branch.io is a real-time database, which we are using for real-time data exchange and data storage. branch.io also allows for analyzing anonymized behavioral data, in particular the analyzing of active users and activity events (e.g. posts, replies, votes). We also use branch.io to analyse more complex use cases of the app which we otherwise would not be able to understand (connection between sharing content and engagement, what is the source of users registering into the app) so that we can further optimise the app and identify real users and bots. Certain (anonymized) user data might be sent to Branch Metrics. For further information regarding branch.io please refer to <https://branch.io/policies/#privacy>. To our best knowledge Branch Metrics complies with the EU-US Privacy Shield Framework as set forth by the US Department of Commerce regarding the collection, use and retention of personal information from EU member countries. Branch Metrics has certified that it adheres to the relevant Privacy Shield Principles. The European Commission qualifies the US to provide an adequate legal protection for personal data transferred from the EU to self-certified organisations in the US that are certified under the Privacy Shield programme. Further information can be found at: <https://www.privacyshield.gov/EU-US-Framework>.

gg. We use the tool Periscope from Periscope, Inc., Periscope Data 1125 Mission Street, San Francisco, CA 94103 (“Periscope”). Periscope is a data analysis and visualisation tool which we use to help develop services and features for Jodel. By using Periscope, we send certain (anonymised) data to Periscope servers, located in the USA. The respective data is, in general, only accessible by the Jodel team and, to the best of our knowledge, Periscope secures and encrypts all the data we send over to it. In addition, the respective data is only kept in Periscope for a maximum of three months. For further information regarding Periscope and privacy, please refer to <https://www.periscopedata.com/privacy-policy>. To our best knowledge Periscope Inc. complies with the EU-US Privacy Shield Framework as set forth by the US Department of Commerce regarding the collection, use and retention of personal information from EU member countries. Periscope Inc has certified that it adheres to the relevant Privacy Shield Principles. The European Commission qualifies the US to provide an adequate legal protection for personal data transferred from the EU to self-certified organisations in the US that are certified under the Privacy Shield programme. Further information can be found at: <https://www.privacyshield.gov/EU-US-Framework>.

hh. If you decide to deactivate (some of) the tools described in this section 3.b (to the extent this is possible), please note that certain features and functionalities of the Services might not work or might not be accessible to you.

c. The legal basis for the processing of the data described in the sections 3a and 3b (to the extent such data is to be considered Personal Data) is Art. 6 (1) sentence 1 lit. f GDPR (legitimate interests; the legitimate interests to Use such data is that we use and analyze the respective data (i) to improve our Services, such as by gaining a better understanding of your interests and requirements regarding our Services, (ii) to help personalize your user experience, (iii) to recognize user patterns in order to protect the App against bots, abusive members and abusive content, and (iv) to provide you with certain features of the Services (without us using such data some of the functionalities of the Services might not work or might not be accessible (this applies, in particular, to the tools mentioned above in sections 3.b bb, cc, ee, ff, gg; with regard to item (iv) such processing of data is also based on Art. 6 (1) sentence 1 lit. b GDPR (fulfilment of contract and pre-contractual measures)).

4. TECHNICAL IMPLEMENTATION OF THE SERVICES BY SUBCONTRACTORS

We partly use service providers who process Personal Data on behalf of us to operate the technical platform for the Services. These service providers process the data exclusively according to our instructions (order processing). The legal basis for the data processing described in this section 4 is Art. 6 (1) sentence 1 lit. b GDPR (performance of contract and pre-contractual measures) and Art. 28 GDPR (order processing).

5. DURATION OF STORAGE OF PERSONAL DATA

Unless no shorter storage period is indicated in this privacy policy, we, in general, store Personal Data as long (i) as required for the provision of the Services to you, and/or (ii) as it is necessary with regard to the contractual relationship with you, thereafter only if and to the extent that we are obliged to do so by mandatory statutory retention obligations. If we no longer require the respective Personal Data for the purposes described above, such Personal Data will only be stored during the respective legal retention period and not processed for other purposes.

6. YOUR RIGHTS

You have the right to request information from us at any time about your Personal Data stored by us. If the legal requirements are met, you also have rights vis-à-vis us to request from us access to and rectification or erasure or restriction of processing concerning your Personal Data or *to object to the processing of your Personal Data* as well as the right to receive from us your Personal Data provided to us in a structured, established and machine-readable format (you can transfer this data to other parties or have it transferred; data portability).

If you have given your consent to the use of personal data, you can revoke such consent at any time (for the future).

If you believe that the processing of your Personal Data by us is in breach of the applicable data protection laws, you can issue a complaint with the competent supervisory authority for data protection.

7. CONTACT; DATA PROTECTION OFFICER

You can contact us, for example, via the address indicated above in section 1., via dpo@jodel.com and/or by using the contact info contained in the App or on the Website.

For all questions regarding data protection at Jodel (including the assertion of your rights further describe above under section 6.), you can also contact Jodel's Data Protection Officer directly. The contact details of the data protection officer are:

- Data Protection Officer, The Jodel Venture GmbH, Wilhelmstraße 118, 10963 Berlin, Germany
- dpo@jodel.com

8. KEEPING YOUR PERSONAL DATA SECURE

We place great importance on the security of all Personal Data associated with the use of our Services. We have security measures in place to attempt to protect against the loss, misuse and alteration of Personal Data under our control. Our security and privacy policies are periodically reviewed and enhanced as we consider it appropriate and only authorised personnel have access to Personal Data. Whilst we cannot ensure or guarantee that loss, misuse or alteration of information will never occur, we use all reasonable efforts to prevent it.

We have taken additional extensive security precautions relating to our Services and its use. However you should bear in mind that in spite of such security measures, submission of information over the internet is never entirely secure. We cannot guarantee the security of information you submit via our Services whilst it is in transit over the internet.

TRANSPARENCY REPORT

Here you will find our first [Transparency Report](#) (in German for now), which we prepared to let you know how our moderation system and cooperation with legal authorities works, what were the biggest challenges in the last few months and what is coming in the future.

Since Jodel started we have always deeply respected our user's right to privacy while at the same time granting right to free uncensored speech. Additionally, for the last weeks we have been working hard on making sure that our internal processes are in line with the new GDPR law. That is why you can be sure that this topic is especially important for us.