

Pääkirjoitus

Jenni Mäenpää

Kristallipallo haussa

Mikä on trendikästä median ja viestinnän tutkimuksessa juuri nyt, ja onko meillä media-tutkijoilla erityistä painetta välittää siitä? Nämä kysymykset tulivat mieleeni, kun osallistuinkin hetki sitten Vaasan yliopiston InnoLabin journalismin muutosta käsittelevään webinaariin ja Tampereen yliopiston COMET-tutkimuskeskuksen uuteen Studia Generaliaan, jossa tutkimuskeskuksen omat tutkijat kertovat käynnissä olevista tutkimuksistaan. Molemmissa tuli vahva tunne ajassa kiinni olemisen tärkeydestä. Esimerkiksi Tampereen luentosarjan nettisivulla todetaan, että ”perinteiset tutkimuskohteet kuten lehdet, radio, televisio ja elokuva ovat saaneet rinnalleen infrastruktuurien tutkimusta, mediaekologiaa ja datafikaatiota¹. Lisäksi mediatutkijat kiinnittävät entistä enemmän huomiota erityisesti ääneen, kuvaan ja laskennallisiin menetelmiin”. Jatkoin pohdiskelua tekemällä pienen ja epätieteellisen katsauksen muutamaa alamme englanninkielisen tieteellisen lehden tuleviin tai vuoden sisään julkaistuihin teemanumeroihin², koska ajattelen erikoisnumeroiden kertovan jotain siitä, millaiseen tutkimukseen tunnetaan vetoa juuri nyt.

Teemanumerokatsaus osoitti ensinnäkin, että digitaalisuus on läpileikkaava teema suurimmassa osassa tarkastelemiani erikoisnumeroita. Taustalla on tietysti digitalisoinnin aiheuttama, jo vuosikymmeniä kestänyt mullistava muutos, johon sopeutuminen on yhä kesken sekä käytännön mediatyössä että alan tutkimuksessa. Digitalisoituminen on muuttanut alan toimintaympäristöä ainakin sisältöjen, työkäytäntöjen ja talouden näkökulmista. Tutkimuksemme liikkuvat nykyään hybridissä mediaympäristössä, jossa perinteisen ja esimerkiksi sosiaalisen median sisällöt vaikuttavat toinen toisiinsa (Chadwick 2013). Teemanumeroiden kirjoittajakutsuja lukiessa näyttikin siltä, että perinteisiä median ja viestinnän tutkimusaiheita, kuten esimerkiksi yleisösuhdetta, mediatyötä, sukupuolta, populaarikulttuuria, promootiokulttuuria ja vuorovaikutusta katsotaan nyt digitaalisuuden aiheuttamien tai tarjoamien muutosten kautta. Havainto sai tukea esimerkiksi tämän tyyppisistä teemanumeroiden otsikoista: ”The Ongoing Transformation of the Digital Public Sphere”, ”Reconsidering Innovation: Situating and Evaluating Change in Journalism” tai ”Understanding Each Other when Communicating in Emerging Technology Mediated Environments.”

Uusina ja eri lehdissä toistuvina teemoina näkyivät datafikaatio, algoritmit, virtuaalisuus, automaatio, analytiikka, pelillisuus, ihmisen ja koneen vuorovaikutus ja näihin liittyvät mediainnovaatiot. Myös Media & viestinnässä julkaistaan ensi vuonna Dataistunut

media -teemanumero, jossa luodetaan mediaympäristön ja mediakokemusten muutoksia. Teknologiaapainotteisuuden lisäksi nyt meneillään oleva koronapandemia nousi esiin muutamassa kansainvälisessä teemanumerossa samoin kuin kiinnostus koko ajan ajankohtaista ilmastonmuutosta kohtaan.

Sosiaalisen median tutkimus näyttäisi myös olevan edelleen nousussa. Sitä halutaan katsoa nyt esimerkiksi yhteiskunnallisen koheesion ja ihmissuhdeverkostojen näkökulmista. Lisäksi kiinnostuksen kohteina ovat entistä enemmän sosiaalisen median niin sanotut influensserit sekä yrittäjät ja näiden toimintastrategiat. Näiden lisäksi teemanumeroissa esiintyvät sosiaalisen median osaltaan mahdollistamat informaatiovaikuttaminen, vale uutiset ja vaihtoehto- tai vastamediat.

Edellä kuvattuja muutoksia ja journalismin alan tulevaisuutta pohdittiin myös InnoLabin toimittajille ja tutkijoille suunnatussa tilaisuudessa, jonka asiantuntijapuheenvuoroissa tulivat esiin muun muassa yleisösuhteen muutos virtuaalisen tai lisätyn todellisuuden sovellusten ja joukkoistamisen näkökulmista sekä uudet pelillisyyttä ja tekoälyä hyödyntävät teknologiset sovellukset journalismissa. Kriittisenä näkökulmana esitettiin, että journalismi on yhä liiaksi kiinni vanhoissa käytännöissä, vaikka sen toimintaympäristö on muuttunut radikaalisti. Pelkästä uuden teknologian hyödyntämisestä haluttiin päästä eteenpäin kohti syvempää uudistumista arvojen ja käyttökotekstien tasolla esimerkiksi miettimällä, missä kaikkialla mediaa käytetään ja millaisia motivaatioita käyttöön voi liittyä.

Tunnustan, että trendeistä puhuminen on yleensä aiheuttanut itselleni lievästi kiusaantuneen olotilan, koska en ole koskaan kokenut olevani uuden tutkimuksen aallonharjalla kulkija tai teknologian nopea omaksuja. Ehkä meidän kaikkien ei tarvitsekaan olla. Sitä paitsi kenelläkään ei ole kristallipalloa näyttämään, mikä tutkimusaihe milloinkin nousee yhtäkkiä kiinnostuksen kohteeksi. Näin on käynyt esimerkiksi uskontotieteille 2000-luvulla (Vuola 2016), kun on peräänkuulutettu selityksiä uskonnon roolista radikalisoitumisen ja terrorismin lisääntymiseen (Malkki 2016). Onneksi teemanumerokatsaukseni perusteella näyttää myös siltä, että trendien ulkopuolistakin tutkimusta kaivataan, jos tällaisiksi voi luokitella esimerkiksi toimijuuden, vallan tai marginaalisten yhteisöjen tutkimisen. Tai miltä kuulostavat esimerkiksi seuraavat teemanumero-otsikot: "Encounters with Western Media Theory" tai "Celebrity status, fields and value"?

Kirjallisuus

Chadwick, Andrew (2013) *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press.

Malkki, Leena (2016) Uskonto terrorismin kokonaiskuvassa. *Politiikasta.fi* 31.8.2016. Saatavilla: <https://politiikasta.fi/uskonto-terrorismin-kokonaiskuvassa> (luettu 16.9.2020).

Vuola, Elina (2016) Uskonnon ymmärtämisen vaikeudesta. Blogi-kirjoitus Suomen Akatemian verkkosivulla 24.8.2016. Saatavilla: www.aka.fi/fi/akatemia/media/blogi2/2016/uskonnon-ymmartamisen-vaikeudesta (luettu 16.9.2020).

Viitteet

¹ Nick Couldryn termin datafikaatiolla tarkoitetaan datan merkityksen ja kaupallisen arvon korostamista yhteiskunnan eri alueilla.

² Media and Communication, Digital Journalism, New Media & Society, Javnost – The Public, Journalism, Journalism Practice, Journalism Studies, Communication & Society, Communication Studies, Communication and The Public, European Journal of Communication, European Journal of Cultural Studies ja Media, Culture & Society