

Matkaraportti International Communication Association (ICA) 2024 -konferenssimatkasta Australian Gold Coastille – Hetkellisyys ja visuaalisuus sosiaalisen median uutissisällöissä

Kesäkuun lopulla 2024 järjestettiin Australian itärannikolla viestinnän tutkimuksen kentän yksi suurimmista tapahtumista, vuosittainen ICA (International Communication Association) -konferenssi. Paikalla oli useampi tuhat viestintää eri näkökulmista ja tieteenaloilta tarkastelevaa tutkijaa. Pääsin konferenssimatkalle Media-alan tutkimussäätiöön matka-apurahan turvin ja esittelin konferenssissa kansainvälisen tutkimushankkeemme kahta tekeillä olevaa tutkimusta. Tutkimukset kiinnittyvät Jyväskylän yliopiston journalistiikan [Hetskellisyys ja visuaalisuus sosiaalisen median uutissisällöissä -tutkimushankkeeseen](#), jota rahoittaa muun muassa [Media-alan tutkimussäätiö](#). Hankkeen tutkimusyhteistyötahoja ovat Kööpenhaminan yliopisto sekä australialainen RMIT yliopisto. Kotimaiselta uutismediakentältä yhteistyötä tehdään Helsingin Sanomien, Ylen ja Keskisuomalaisen kanssa.

Esittelin konferenssin aikana tutkimusiamme kahteen otteeseen. Ensin osallistuin visuaalisiin tutkimusmenetelmiin keskittyneeseen prekonferenssiin Brisbanessa. Siellä esittelin uutismedian Instagramin tarinoiden käyttöön keskittyvän tutkimuksemme alustavia tuloksia. Instagramin tarinat nojaavat vahvasti visuaalisuuteen, sillä ne koostuvat pääasiallisesti joko kuvista tai videoista. Lisäksi niiden luonnetta voidaan kuvata hetkelliseksi, sillä tarinat ovat yleisön nähtävillä ainoastaan 24 tuntia julkaisun jälkeen. Tämän jälkeen suuntasin itse päätapahtumaan, varsinaiseen konferenssiin Gold Coastille. Siellä perehdyin useamman päivän ajan journalismin tutkimuksen kentän uusimpiin trendeihin sekä esittelin tutkimusryhmässämme tekeillä olevaa TikTok-videoihin keskittyvää tutkimusta. Myös TikTok on alustana vahvasti visuaalisuuteen nojaava ja senkin sisältöjä voidaan luonnehtia hetkellisiksi, sillä videot eli TikTokit ovat kestoiltaan lyhyitä ja nopeasti kulutettavaa sisältöä.

Konferenssissa esitettyjen kansainvälisten tutkimusten perusteella journalismin tutkimuksen kentällä vaikuttaa tällä hetkellä selkeästi trendaavan juuri visuaalisen sosiaalisen median videoiden ja muiden sisältöjen tutkiminen, johon tutkimamme IG-tarinat ja TikTokit voidaan luokitella. Lisäksi kaikenlainen generatiiviseen tekoälyyn liittyvä tutkimus on suuressa nosteessa. Tätä tekemääni havaintoa kahdesta vahvasta tämänhetkisestä journalismin kentän trendistä vahvistaa alkukesästä julkaistu Oxfordin yliopiston Reuters-instituutin [Digital News Report 2024](#). Nämä ovat molemmat tärkeitä tutkimusaiheita myös kotimaisen viestinnän ja median tutkimuksen kentällä, ja useampi varsinkin generatiiviseen tekoälyyn keskittyvä tutkimus onkin parhaillaan tekeillä suomalaisissa yliopistoissa. Omalta osaltamme tutkimusryhmämme pyrkii pitkällä tähtäimellä avaamaan laajemmin visuaalisen sosiaalisen median ja journalististen sisältöjen yhteennivoutumista sekä yleisöjen suhtautumista näihin sisältöihin, sillä varsinkin laadullista tutkimusta tarvitaan kentältä lisää ([Salonen, 2024](#); [Salonen & Laaksonen, 2023](#)). Pyrimme siis ymmärtämään visuaalisen somejournalismin ilmiöitä, tekijöitä ja uutisyleisöjen näkökulmia näihin sisältöihin.

Johtamani tutkimushanke käynnistyy laajemmin syksyllä 2024, mutta kuten jo mainittu, kävin esittelemässä tekeillä olevia tutkimusiamme ja alkavaa hanketta. Teen nyt nostoja alustavista havainnoista, pohdinnoista ja tuloksista. Yksi keskeinen asia, jota olen pohtinut, liittyy laajemmin hankkeen hetkellisyyden teemaan ja näkökulmaan. Temporaaisuus eli ajallisuus näyttelee isoa roolia varsinkin uudemmilla somealustoilla, Instagramissa ja TikTokissa. Olenkin pohtinut, miten

ajallisuuden elementit, esimerkiksi sisältöjen katoavuus, vaikuttaa uutisten tuotantoon ja kulutukseen sosiaalisessa mediassa. Mikä tässä on uutta, vai onko sittenkään mikään? Televisio ja radio ovat olleet aina kiinni ajallisuudessa. Katselemme aamu-tv:tä, iltauutisia ja varsinkin ennen internet-aikakautta radion ja myös television uutiset olivat luonteeltaan katoavia. Toista samanlaista lähetystä harvemmin nähtiin eikä niitä ollut mahdollista julkaista toisella alustalla. Se että uutissisällöt ovat lyhytvideoita/kuvasarjoja ja näkyvillä vain tietyn ajanjakson ajan, ei tee yksin niistä temporaalisuuden näkökulmasta uutta. Tässä pohdinnassa on päästävä vielä syvemmälle, ja varmastikin hankkeen laaja-aineisto auttaa meitä pohtimaan tätä kysymystä eteenpäin.

Brisbanessa osallistuin *Visual Affordances & Social Justice: Theory & Methods* -prekonferenssiin, jonka koin matkani hyödyllisimmäksi osuudeksi kokonaisuuden kannalta. Siellä esitteli pari kymmentä tutkijaa omia visuaalisuuteen nojaavia median ja viestinnän kentän tutkimuksiaan antaen paljon ideoita ja ajateltavaa tulevaa hanketta varten. Erityisesti runsaat kirjallisuusvinkit visuaalisten sisältöjen analyysiin ja teorioihin olivat tervetulleita, kuin myöskin verkottuminen saman kentän parissa tutkimusta tekevien kansainvälisten kollegoiden kanssa. Itse esittelin tapahtumassa Instagram-tutkimuksemme *Exploring visual and ephemeral news content on social media: Finnish news organisations' Instagram Stories* alustavia tuloksia Yle Kioskin Instagramin tarina-sisällöistä. Lisäämme aineistoon vielä myöhemmin Helsingin Sanomien tarina-julkaisuja, jotta saamme kattavamman kuvan Suomen suurimpien, kaupallisen ja julkisen palvelun medioiden, tarina-julkaisemisesta.

Alustavien tulosten mukaan tarina-julkaisuissa jaetaan niin sanottuja kovia uutisia (hard news) pehmeitä uutisia (soft news) enemmän. Tämä on mielenkiintoinen tulos, sillä aiempi tutkimus Instagramin feed-postauksista piirtää kuvaa Instagramista enemmänkin kevyempien uutisten jakopaikkana (ks. esim. [Salonen & Laaksonen, 2023](#); [Hendrickx, 2021](#)). Vaikuttaa siis siltä, että hetkelliset sisällöt tarjoilevat tärkeää ja ajankohtaista tietoa Suomesta ja maailmalta someystävällisessä muodossa. Tarinamuotoisissa uutisissa on huomioitu somen muotokieltä: On esimerkiksi kyselyitä ja tietokilpailuja pastellinsävyisellä visuaalisesti mielekiintoa herättävällä taustalla, mutta myös samalla on tarjottu päivän polttavia uutisia aina Ukrainan sodasta vaalien tuloksiin ja Suomen laajuiseen lakkoiluun. Kovien uutisten tarjoilu on mielestäni tärkeää somessa tehtävää demoratiatyötä varsinkin nuorien uutiskuluttajien suuntaan, sillä uutisia kulutetaan enenevässä määrin somen kautta ([Reuters Digital News Report 2024](#)). Tätä ajatusta somesta journalistisen demokratiatyön kenttänä avataan hieman myös väitöstutkimuksessani ([Salonen, 2024](#); [Salonen ym., 2023](#)). On siis tärkeää, että nuoret someuutisten kuluttajat saavat tärkeitä legitiimejä uutisia perinteisiltä uutistoimijoilta somen kautta. Tämä on tulevaisuudessa varmasti osittain kiinni siitä, kuinka somejätit aikovat kompensoida Suomen mediakentälle hyödyntämiään uutisisältöjä. Vaimennäkö Euroopassakin pian Kanadan suuntaan ja pelko uutisblokista somessa on seuraava iso kysymys.

Brisbanesta tein siirtymän Gold Coastille parin päivän jälkeen, kun itse pääkonferenssi oli alkamassa. ICA-konferenssi on vuoden paras tapahtuma tavata kansainvälisiä kollegoita ja verkottua uusien tuttavuuksien kanssa. Tapahtuma ei pettänyt tänäkään vuonna, vaan uusia yhteistyöajatuksia syntyi jälleen ja tätä satoa niitetään toivottavasti ensi vuoden konferenssissa uusien esitelmien muodossa. Konferenssin yhtenä päätavoitteena oli myöskin tavata alkavan hankkeen kansainväliset yhteistyötahot, jotka ovat mukana suorittamassa tulevia tutkimuksia. Tapasin australialaisen RMIT

yliopiston apulaisprofessori Diana Bossion sekä Kööpenhaminassa juuri apulaisprofessorina aloittavan belgilaisen tutkijan Jonathan Hendrickxin kanssa. Saimme suunniteltua hankkeen tulevaa osatutkimusta, jossa keräämme useamman kansainvälisen tutkijan voimin aineistoa nuorista uutistenkuluttajista eri puolilta maailmaa selvittäen laajassa kuvassa sitä, kuinka nuoret aikuiset kuluttavat uutisia Instagramissa, TikTokissa ja YouTubeissa ja mitä uutisten kuluttaminen somesta ylipäänsä heille merkitsee.

Pääkonferenssin päätteeksi esittelin TikTokiin keskittyvää tutkimustamme *Swipe Up For News: A Multi-Level Content and Discourse Analysis of Finnish and Belgian TikTok News Videos*. TikTok on alustana suurin viime vuosina uutisten kulutusta ja journalismin sometuotantoa muovannut sosiaalisen median alusta. TikTok ja yleisestikin sosiaalisen median visuaaliset uutissisällöt ovat kasvattaneet merkitystään maailmanlaajuisesti ([Reuters Digital News Report 2024](#)), minkä vuoksi visuaalisten uutissisältöjen ja TikTokin tutkiminen on tällä hetkellä tärkeää ja ajankohtaista. Vaikka TikTokin käyttö uutisten parissa on koko ajan kasvamaan päin ([Reuters Digital News Report 2024](#)), tutkimusta journalistisesta näkökulmasta on vielä vähän ja tarve varsinkin laadulliselle tutkimukselle on suuri (Hågvar, 2022). TikTok on journalismin tutkimuksen kentällä mielenkiintoinen tutkimuskohde senkin vuoksi, että se ei alustana mahdollista uutisten suoraa linkittämistä medioiden omilta sivuilta kuten vaikka Facebook ja X mahdollistavat. Kaikki TikTokiin tehtävä uutistuotanto on niin sanottua natiivituotantoa, joka pitää tuottaa erityisesti TikTokia varten. TikTok-uutisten tekeminen vaatii siis medioilta suunnitelmallisuutta ja ymmärrystä siitä, minkälaiset sisällöt kyseisellä alustalla saavat huomiota yleisöltä.

Tämä alkuvaiheessa oleva tutkimus pyrkii lisäämään ymmärrystä uutismedioiden TikTokin käytöstä Suomessa ja Belgiassa. Erytistä huomiota kohdistamme siihen, millaisista kokonaisuuksista TikTok-videot muodostuvat: Onko niissä hyödynnetty tarpeeksi alustan tarjoamia toimintoja, esimerkiksi trendaavaa musiikkia, jotta algoritmit nostavat sisältöä alustalla paremmin esiin? Huomiota on kiinnitettävä myös siihen, kuinka teksti ja audiovisuaaliset elementit muodostavat yhdessä järkevän mutta nuoria aikuisia kiinnostavan kokonaisuuden. Journalistisella kentällä on kuitenkin ennen kaikkea ensiarvoisen tärkeää, että uutinen tuotteena säilyttää autonomiansa, se siis on journalististen arvojen mukainen. Näiden kahden logiikan, somen ja uutismedian, välillä tasapainoilu vaatii toimiintajilta ja toimituksilta paljon ajatusta ja ammattitaitoa. Tavoitteenamme onkin nyt syventyä tarkemmin siihen, millaisista erilaisista teksti- ja audiovisuaalisista elementeistä TikTokit muodostuvat sekä minkälaisia keskusteluja, diskursseja, nuorilla aikuisilla on Ylen ja Helsingin Sanomien TikTok-videoiden yhteydessä. Ennakkokäsityksemme journalistisista TikTok-videoista on, että niitä tehdään paljon alustan ehdoilla, joten onkin mielenkiintoista nähdä, millaiseksi tämä tasapainoilu lopulta muodostuu. Tämän tutkimuksen kanssa olemme viisaampia ensi vuoden puolella, kun olemme tarkastelleet kotimaisen aineiston lisäksi belgialaisten uutismedioiden sisältöjä. Näin ollen saamme näkemyksiimme myös kansainvälistä otetta ja vertailua.

Yhteystiedot:

Margareta Salonen, tutkijatohtori

Jyväskylän yliopisto, kieli- ja viestintätieteiden laitos, journalistiikka

Sähköposti: margareta.salonen@jyu.fi

Tutkijaprofiili: <https://www.jyu.fi/fi/henkilot/margareta-salonen>