

**This is an electronic reprint of the original article.
This reprint *may differ* from the original in pagination and typographic detail.**

Author(s): Nikunen, Kaarina

Title: Media, monimuotoisuus ja digitaalinen ympäristö

Year: 2017

Version:

Please cite the original version:

Nikunen, K. (2017). Media, monimuotoisuus ja digitaalinen ympäristö. Tieteessä tapahtuu, 35(5), 27-30. <https://journal.fi/tt/article/view/65828/26629>

All material supplied via JYX is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all or part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorised user.



MEDIA, MONIMUOTOISUUS JA DIGITAALINEN YMPÄRISTÖ

KAARINA NIKUNEN

Digitalisoituminen ja sosiaalisen median suosio ovat muuttaneet mediamaisemaa merkittävästi viimeisten vuosien aikana ja haastaneet perinteisen median asemaa yhteiskunnallisen keskustelun areenana. Tämä on herättänyt huolta julkisen keskustelun sirpaloitumisesta, polarisoitumisesta sekä erilaisen manipuloidun tiedon leviämisestä. Millaiselta näyttää suomalainen media moniarvoisuuden ja vireän julkisen keskustelun näkökulmasta?

Kuinka media on tavoittanut ne keskustelut, jotka kansalaisia liikuttavat? Onko media onnistunut luomaan julkisuuden alueen, jossa yhteiskunnallista keskustelua käydään monipuolisesti, intohimoisesti ja vastuullisesti? Vastauksia etsittäessä lähtökohdaksi voidaan ottaa oletttamus, jonka mukaan tarvitaan monipuolista mediaa, jotta erilaiset näkökulmat pääsisivät esiin ja jotta keskustelua voitaisiin käydä. EU:n median monimuotoisuutta käsittelevä tutkimus kertoo, että suomalaisella medialla ei ole suuria ongelmia, mutta kaksi seikkaa nousi tutkimuksessa esiin: median keskittyminen ja vähemmistöjen näkymättömyys mediassa (Manninen 2016).

Keskittymisen kannalta ongelmana on se, että omistajuus on harvojen käsissä. *Helsingin Sanomat* ja YLE hallitsevat uutis- ja ajankohtaistarjontaa, ja vaikka sanomalehtiä olisi määrällisesti paljon, useilla lehdistä on sama omistuspohja. Tämä vaikuttaa siihen, että esimerkiksi maakuntalehtien kesken julkaistaan paljon yhteistä sisältöä. Digitalisoinnin myötä mediakentän on nähty pirstoutuvan, mutta kansainväliset tutkimukset osoittavat, että vaikeina aikoina vahvojen mediayhtiöiden valta tapaa vahvistua. Myös edellä mainitun tutkimuksen tulos näyttäisi viittaavan siihen, että Suomessa nimenomaan suuret mediayhtiöt ovat selvinneet mediamurroksesta tai että selviytyminen on vaatinut yhdistymisiä.

Digitalisoinnin ei ole kuitenkaan vain hyödyttänyt suuria. Niin sanotun valtamedian rinnalle on noussut täysin digitaalisessa ympäristössä toimivia pienempiä mediayhtiöitä. Suomalaiselle mediakartalle on ilmestynyt sellaisia uusia tekijöitä, kuten *Long Play* (Ruotsiin mm. *Blankspot* ja *Journalism++*), joka keskittyy tutkivaan journalismiin. Nämä ovat digitaalisen journalismin lippulaivoja ja tulevaisuuden toivon kipinöitä. Tutkivaan journalismiin keskittyvä media tuo variaatiota suurten mediayhtiöiden valtaan ja osaa ehkä tarttua aiheisiin, joita valtamediassa ei käsitellä.

Uudet mediayhtiöt toimivat kuitenkin ympäristössä, jota kuvaa taloudellinen epävarmuus. Mediaympäristön muutos on osa jälkiteollista murrosta, jolle on tyypillistä yksityisen ja julkisen rajan hämärtyminen, lisääntynyt joustavuus, individualisointi ja yrittäjäisyys. Optimistisimpien näkökulmien mukaan työn yksityistyminen ja sääntelyn

purkaminen vapauttaa ihmiset aiemmista kaavamaisista rakenteista ja antaa enemmän mahdollisuuksia liikkua uusille alueille ja toteuttaa omaa potentiaalia ja luovuutta. Kuitenkin useat media-alan työtä koskevat tutkimukset osoittavat, että digitalisointi on merkinnyt tiukkaa taloutta, koventunutta kilpailua ja pitkiä työpäiviä. Työtä tehdään usein omalla persoonalla Facebookissa ja Twitterissä, missä itsen brändäys, tykkäysten keräily ja jatkuva verkostoituminen on osa media-työtä.

Tämä niin sanottu affektiivinen työ on intohimoista ja omistautunutta, mutta samalla siihen sisältyy epävarmuutta, ahdistusta, lisääntynyttä kilpailua ja ajanhallintaa. Taloudellisten paineiden ohella se vaatii entistä enemmän tunneresursseja työntekijöiltä, ovat he sitten toimittajia, tuottajia, kirjoittajia, kuvaajia tai suunnittelijoita. Parhaimmillaan uusi ympäristö luo uusia yhteyksiä ja mahdollisuuksia hyödyntää uutta teknologiaa, mutta pahimmillaan se vie huomion pois itse asiasta, syvällisestä, perehtyneestä tiedontuottamisesta – eikä aina välttämättä edes lyö leiville.

Median monimuotoisuutta käsittelevässä tutkimuksessa esiin noussut toinen ongelma eli vähemmistöjen näkymättömyys vaikuttaa puolestaan siihen, miten yhteiskunnallista keskustelua käydään ja ketkä ovat keskustelun osapuolia. Esimerkiksi Suomen maahanmuuttokeskustelua on aika pitkään käyty maahanmuuttoa vastustavien ja valtapoliitikkojen tai viranomaisten välillä. Etniset vähemmistöt ja maahanmuuttajat ovat jääneet keskustelussa syrjään, ainakin valtamedian osalta. Internet on kuitenkin avannut uusia mahdollisuuksia osallistua julkiseen keskusteluun. Tässä suhteessa juuri digitaalinen mediaympäristö ja sosiaalinen media on tehnyt näkyväksi monikulttuurista Suomea. Verkkoon on syntynyt uusia mediayhteisöjä sekä yksittäisiä blogeja, jotka osallistuvat eri tavoin yhteiskunnalliseen keskusteluun tuoden esiin uusia näkökulmia suomalaisesta kulttuurista, mm. *Ruskeat Tytöt* ja *The Migrant Tales*. Nämä molemmat sivustot ovat syntyneet henkilökohtaisina blogeina ja laajentuneet useamman toimijan mediaksi. Molemmat tuovat esiin, eri tavoin, kokemuksia ja epäkohtia suomalaisesta yhteiskunnasta: millaiselta se näyttää tummaihoisen suomalaisen silmin tai millaisia ongelmia on turvapaikanhaki-

joiden kohtelussa. Molemmat blogit kertovat näistä kysymyksistä tavalla, johon meidän varsin valkoinen valtamedia ei ole osannut tarttua.

Tämä on tyypillistä niin sanotulle hybridille mediaympäristölle, missä perinteinen ja uusi media, ammatti- ja amatööri tuotanto, toimivat yhtä aikaa, osin vuorovaikutuksessa keskenään. Vaikka perinteisellä medialla on eniten valtaa ja näkyvyyttä, pienet toimijat voivat nousta merkittävään asemaan yhteiskunnallisen keskustelun herättäjinä. Esimerkiksi rasismia koskevissa keskusteluissa kaikki edellä mainitut ”pienet” mediat ovat tehneet tärkeitä avauksia.

Digitalisoitumisen myötä julkiseen keskusteluun osallistuminen on entistä helpompaa ja siksi on oletettu, että digitalisoituminen lisää demokratiaa, uudistaa politiikkaa ja kansalaisaktivismia. Olemme kuitenkin saaneet nähdä, kuinka julkinen keskustelu on individualisoitunut, pirstaloitunut ja polarisoitunut. Osallistuminen verkossa ei ole automaattisesti tuottanut yhteistä tilaa yhteiskunnalliselle keskustelulle vaan pikemminkin rinnakkaisia ja riitaisia keskusteluja, myös vihapuhetta ja epädemokraattisia ääniä. Eli osallistuminen ei ole johtanut keskusteluun, joissa tunnustettaisiin (tai kuunneltaisiin) toiset. Pikemminkin keskustelut pirstaloituvat tai kärjistyvät.

Andrew Chadwick kuvaa poliittisen viestinnän näkökulmasta, kuinka hybridissä mediasysteemissä valtaa on niillä, jotka luovat ja ohjaavat informaatiovirtoja vastaamaan omia tarpeitaan siten, että ne muokkaavat, mahdollistavat ja estävät muiden valtaa halki uuden ja vanhan median. Mediaympäristö on entistä monimutkaisempi ja on vaikea hahmottaa, mitä esimerkiksi ”vaihtoehtoisella” medialla tarkkaan ottaen tarkoitetaan. Aiemmin vaihtoehtoisella medialla on viitattu erilaisiin pieniin kansalaisliikkeistä tai alakulttuureista ponnistaviin demokratiaa, vähemmistöjen oikeuksia tai marginaalikulttuureja tukevien liikkeiden julkaisuihin (esim. fanzinet). Yhä useammin vaihtoehtoinen media tarkoittaa kuitenkin äärioikeistolaista, maahanmuuttoa vastustavien ja/tai naisvihamielisten (esim. yhdysvaltalaisia) alt-right ryhmien mediaa. Näitä erilaisia mediamuotoja tarkastellessa on tärkeää pohtia toiminnan motiiveja: Onko tarkoituksena tuoda esiin uusia näkökulmia julkiseen keskusteluun ja esimerkiksi nostaa

esiin epäkohtia? Vai onko pyrkimyksenä kärjistää keskustelua ja lisätä konflikteja levittämällä tahallisesti väärää tietoa tai luoda pelkoa tiettyjä kansanryhmiä kohtaan esimerkiksi verhoitujen sivustojen kautta?

On myös yhä haastavampaa ymmärtää, millaisia tiedonlähteitä uudessa mediaympäristössä käytetään ja millä tavalla uutisia tehtaillaan ja kierätetään. Polarisoituneen julkisen keskustelun taustalla on useita tekijöitä, kuten syrjäytyneisyyden ja näköalattomuuden kokemukset tai muutoksen pelko, mutta mediatutkimuksen näkökulmasta on tärkeää kiinnittää huomiota myös siihen, kuinka mediaympäristö mahdollisesti kiihdyttää, lievittää tai vahvistaa polarisaatiota.

Suomalainen media on osa globaalia verkkoympäristöä, missä sosiaalisen median alustat ovat pitkälti suurten kaupallisten mediayhtiöiden hallussa. Näiden toimintaa määrittää ensisijaisesti talous ja teknologia. Tämä vaikuttaa siihen, kuinka ihmiset kokoontuvat digitaalisessa ympäristössä ja jakavat ajatuksia keskenään. Kaikki tiedämme, että Facebookin ja Twitterin kaltaiset alustat tarjoavat näkyvyyttä erilaisille äänille, ryhmille ja liikkeille, ja näin ollen niiden voidaan katsoa myös edistävän julkista keskustelua.

Tiedämme myös, että näkemykset ”julkisuuden renessanssista” internetin myötä ovat olleet liioiteltuja. Internet ei ole mitenkään erityisen vapaa alue. Sitä kontrolloivat suuret mediayhtiöt, joiden valta on läsnä jokapäiväisessä elämässämme: sosiaalisen median käytössä sekä valvonnan ja tiedonkeruun muodossa. Digitaalisen mediaympäristön paradoksi onkin tässä. Samalla kun sitä hallitsevat suuret kaupalliset mediayhtiöt, tavalla jota Jodi Dean määrittelee kommunikaatiiviseksi kapitalismiksi, se myös tarjoaa tilaa osallistumiselle, protesteille ja aktivismille.

Kommunikaatiivinen kapitalismi tarkoittaa, että mediayhtiöt tekevät voittoa osallistumisen ihanteella: ne rohkaisevat meitä kaikkia osallistumaan ja verkottoitumaan sosiaalisessa mediassa, mutta ne hyötyvät tästä osallistumisesta taloudellisesti. Se, kuinka tämä tapahtuu, on kuvattu Jose van Dijckin kirjassa *Culture of Connectivity* (2013). Hän osoittaa, kuinka sosiaalisen median, kuten Facebookin, teknologisia elementtejä kehitetään taloudellisista lähtökohdista parantamalla mahdollisuuk-

sia kerätä käyttäjätietoja ja houkutellessa mainostajia. Tarleton Gillespie on tutkinut samaa asiaa ”alustojen vallan” näkökulmasta. Gillespien mukaan alusta (*platform*) -termin omaksuminen (esim. YouTuben tapauksessa) on luonut tietynlaisen diskursiivisen resonanssin edistyksellisen, tasavertaisen ja jopa voimauttavan, toimintaa mahdollistavan järjestelmän kanssa. Tämä resonanssi on kuitenkin harhaanjohtava. Alustat, kuten Youtube tai Facebook, eivät vain tarjoa mahdollisuuksia olla esillä ja toimia. Algoritmien avulla ne myös vaikuttavat, valikoivat ja muokkaavat digitaalisen median julkista kulttuuria ja osallistumisen muotoja.

Algoritmit edesauttavat kuplien tai algoritmisten julkisoiden syntymistä, jolloin olemme yhteydessä tai seuraamme vain heitä, joilla on samantyyppisiä intressejä. Tämän samankaltaisuuden kierre myös muokkaa kokemuksia, odotuksia, oletuksia ja kykyämme kohdata eroja ja erilaisia näkemyksiä ja myös omalta osaltaan vahvistaa ennakkoluuloja. Yksi tähän liittyvä keskeinen ongelma on se, etteivät ihmiset usein ole täysin selvillä siitä, millaista valikointia ja järjestelyä esimerkiksi heidän Facebook-sivustoon tai Twitterin uutisvirtaan liittyy. Verkkoympäristön hallinnan mekanismit eivät ole avoimia. Vaikka me ymmärrämme tämän periaatteessa, aika harva meistä osaa kertoa, kuinka algoritmit käytännössä toimivat.

Kaupallinen verkko asettaa myös uudenlaisia haasteita mediaetiikalle. Samalla kun mediayhtiöt keräävät voittoa myymällä käyttäjätietoja mainostajille – tai viranomaisille, he tekevät tämän usein ilman sisältöihin liittyvää vastuuta. Toisin sanoen Facebook ja Google ovat haluttomia vastaamaan alustojensa sisällöstä: toki sisällöillä on tietyt eettiset linjaukset, mutta esimerkiksi rasistinen ja vihamielinen sisältö poistetaan vasta, kun muut käyttäjät tästä raportoivat. Ja silloin kun käyttäjät tietyssä ryhmässä ovat hyvin saman henkisiä, ilmoituksia tuskin tulee. Viimeaikaiset poliittiset tapahtumat, kuten Yhdysvaltain presidentinvaaleihin liittynyt kohu valeutisista ja Charlottesvillen tapahtumat, ovat lisänneet painostusta mediayhtiöitä kohtaan, ja viimeksi Google kieltäytyi yhteistyöstä natsistisen The Daily Stormer -sivuston kanssa. Sisällön kontrollointi on hankala kysymys näille yhtiöille, jotka promotoivat mahdollisimman vapaata ja vilkasta verkkoa, osin taloudelli-

sin motiivein. Tämä osoittaa myös mediaetiikkaan liittyvät ongelmat nykyisessä mediaympäristössä, jossa linjauksia tehdään melko sattumanvaraisesti.

Yhtenä ratkaisuna kaupallisen verkon ongelmiin on esitetty vaihtoehtoisia sosiaalista mediaa, joka perustuu avoimeen lähdekoodiin. Tässä infrastruktuurissa käyttäjätietoja ei kerätä, eikä sisältöä kaupata mainostajille. Sen sijaan käyttäjät itse hallitsevat sisältöä ja tavoitteena onkin usein opettaa verkkoympäristön mekanismeja ja parantaa käyttäjien ymmärrystä siitä, millaisia valtarakenteita verkkojulkisuuteen sisältyy. Esimerkkeinä tällaisista ovat Diaspora, GNU social ja rstat.us. Näiden vaihtoehtojen ongelmana on tietenkin se, että niiltä puuttuu kriittinen massa, joka houkuttelisi mukaan suuren yleisön. Harva meistä on koskaan kuullutkaan näistä vaihtoehtoista. Halusimmepa sitä tai emme, mutta nykyisessä mediaympäristössä demokratia onkin yhä enemmän myös mediateknologinen kysymys.

Tällä hetkellä voidaan siis hahmottaa useita haasteita digitalisoituneessa mediaympäristössä, jotka vaikuttavat median monimuotoisuuteen ja siihen, miten julkista keskustelua käydään. Julkisen keskustelun osalta tavoitteena ei kuitenkaan pitäisi olla samankaltaisuuden vaatimuksesta ponnistava yhteisyyden vaatimus tai jonkinlainen hymistelevä mediajulkisuus. Tavoitteena pitäisi pikemminkin olla dissonanssista ponnistava solidaarisuus, joka tunnistaa erot, muttei kompastu niihin. On tärkeää, että julkisuudessa voidaan keskustella ja kiistellä, välillä kiihkeästi tai jopa vähän typerästikin. Ongelmana on se, jos keskustelua ei käydä lainkaan tai jos siitä ei kanneta minkäänlaisia vastuuta. Monimuotoista mediaa tarvitaan pitämään huolta siitä, ettei keskustelu lakkaa ja että se hyödyttäisi kaupallisten intressien sijaan yhteiskuntaa monella eri tasolla.

Lähteet

Manninen, V. (2016) *Media Pluralism Monitor 2016: Median monimuotoisuus Euroopassa ja lähialueilla*. Center for Media Pluralism and Media Freedom. Saatavana verkossa: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/46795/Cover_Finland.O.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Van Dijk, J. (2013) *Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.

Kirjoittaja on median ja viestinnän tutkimuksen professori Tampereen yliopistossa. Artikkelin perustuu Tieteiden päivillä 14.1.2017 pidettyyn esitelmään.