



Osallistu, keskustele, vaikuta! – Näkökulmia sosiaaliseen television ja livetviittamiseen

Elina Salomaa

Tässä artikkelissa tarkastellaan nykymedialle tyypillistä yleisön osallistamisen, aktiivisuuden ja vuorovaikutuksellisuuden pyrkimystä sosiaalisen television ja livetviittamisen näkökulmasta. Käsitteet kietoutuvat virallisen hashtagin ympärille, jonka kautta televisio-ohjelmien tai muiden livetapahtumien yleisöt linkittävät itsensä osaksi tilapäistä hashtag-yhteisöä ja laajaa julkista keskustelua. Artikkelissa esitellään Twitterin live-käyttöä mediatapahtumaan osallistumisessa ja pohditaan, millaisia käyttömahdollisuuksia livetviittamiseen ja sosiaaliseen television liittyvät käytännöt voisivat tarjota opetusmetodeina.

"Voitte lähettää viestejä Twitterin kautta, ja tänään meillä on paitoja jaossa, joten olkaa aktiivisia!" Näin Ylellä kutsuttiin suomalaista televisioyleisöä tviittaamaan jalkapallon MM-kisojen aikana. Samanlainen yleisön aktivointi ja osallistaminen on jo suurelle osalle nykymediatuotannosta arkipäivää. Niin suuret mediaspektaakkelit olympialaisista Oscareihin kuin asiaohjelmat vaaliväittelyistä A2-iltoihin, viihteellisiä sisältöjä unohtamatta, kannustavat televisioyleisöjään keskustelemaan, kommentoimaan ja ilmaisemaan tunteitaan reaaliaikaisesti sosiaalisen median, erityisesti Twitterin, välityksellä. Tällaista perinteisen television ja sosiaalisen median yhdistämistä kutsutaan *sosiaaliseksi televisioksi* (esim. Qihao & Raney 2015, 223).

Entinen passiivinen sohvaperuna ei tyydy enää sivustakatselijan rooliin, vaan se haluaa näkyä ja kuulua. *Livetviittamalla* ohjelman aikana tai suoraan tapahtuman ytimestä

yleisön on mahdollista raportoida tapahtumia, esittää omia mielipiteitään ja olla vuorovaikutuksessa muiden katsojien kanssa (Qihao & Raney 2015, 224). Sosiaalisessa televisiossa ja livetviittaamisessa hyödynnetään Twitterin elementeistä eritoten hashtagia (#), joka toimii viesteissä puheenaiheen tunnisteena. Televisio-ohjelmat ja erilaiset ihmisiä yhteen keräävät tapahtumat tarjoavat usein katsojilleen virallisen hashtagin, jota käyttämällä katsojat linkittävät itsensä osaksi laajaa hetkittäistä hashtag-yhteisöä. Virallisen hashtagin käyttöön kannustetaan usein nostamalla joitakin tviittejä televisiolähetykseen tai palkitsemalla niistä parhaita. Esimerkiksi jalkapallon MM-kisojen aikana suomalaisyleisö kutsuttiin mukaan ohjelmaan #ylemmfutis-hashtagilla, joka levisikin nopeasti jalkapalloa seuraavan Twitter-väen keskuudessa (ks. Salomaa 2016).

Tämän päivän oppija nähdään aktiivisena osallistujana, joka janoaa elämyksellisiä todellisen maailman kokemuksia. Tällaisia kokemuksia syntyy esimerkiksi luomalla interaktiivisia tiloja, joissa osallistujat voivat luoda sosiaalisia verkostoja ja olla aidossa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Esimerkiksi kurssille luotu yhteinen hashtag tuottaa tällaisen yhteisen digitaalisen tilan, jossa opiskelijat kohtaavat paitsi toisensa, myös mahdollisesti oman alansa ammattilaisia tai muiden koulujen opiskelijoita. Ylen lähetyksissä toistunut kehotus "Osallistu, keskustele, vaikuta!" tiivistääkin hyvin ajatuksen livetviittaamisesta sitoutumisena, ryhmän rakentamisena ja laajennettuna osallistumisena (Kinsky & Bruce 2016, 37).

Osallistu! – virallinen hashtag vuodatuskanavana

Tunnelmalliset jalkapallostadionit tuhansien kilometrien päässä Brasiliassa tunkeutuivat suomalaisten kotikatsomoihin, kun jalkapalloyleisölle tarjottiin mahdollisuus osallistua joukkueiden kannattamiseen sosiaalisen television välityksellä. Siinä missä tuuletukset, riemunkiljahdukset tai kirosanoin ryyditetyt pettymykset on aiemmin koettu affektiivisina reaktioina yksin kotisohvalta, voidaan ne nyt myös kielellistää 140 merkkiin ja jakaa tuhansille samaa ohjelmaa katsoville kansatviittaajille. Osallistuminen jalkapallon MM-kisoihin näyttäytyikin suurelta osin nimenomaan tunteiden – ilon, innostuksen, jännityksen tai pettymyksen – purkauksina.

JAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA
JAWOOOHL AAAAAAAAAAAAAAAAA
JAJAJAJAA!!!! KYLLÄ KYLLÄ KYLLÄ KYLLÄ
OIKEUS IHANUUS! #SAKSA
#ylemmfutis#mmfutis #ihanaa

14.25 - 13. heinäkuuta 2014



Yllä olevassa tviitissä tiivistyy ajatus yleisön halusta osallistua julkisesti ja reaaliaikaisesti joukkueiden kannattamiseen. Oleellista tällaisen intensiivisen osallistumisen onnistumisessa onkin nimenomaan livekokemus ja siten sitoutuminen mediatekstiin. Jotta katsoja voi ilmaista reaaliaikaisia tunteitaan laajalle yleisölle, on hänen tviitattava ohjelman rytmissä. Nopeus on valttia, sillä televisiossa tilanteiden nopeat muutokset tekevät osuvistakin tviiteistä äkkiä merkityksettömiä "eilisen päivän uutisia". Onnistuneen tviittaamisen intensiivisyyden vaatimus on kannustanut opettajia hyödyntämään Twitteriä välittömänä palautekanavana luentojen aikana. Sen on nähty innostavan opiskelijoita suuntaamaan huomionsa keskeisiin teemoihin ja keskittymään olennaiseen. (Kassens-Noor 2016.)

Tunteiden ilmaiseminen ei liity ainoastaan jalkapallokisoista tviittaamiseen, vaan Twitteriä ylipäätään leimaa emotionaalinen käyttö ja omien kokemusten heijastaminen kanssatviittajien kokemuksiin (Zappavigna 2015, 289). Livetviittaamiseen liittyvä affektiivinen lataus olisikin kenties mahdollista valjastaa omien tunteiden tunnistamiseen ja pohdiskeluun. Esimerkiksi reaaliaikaisen oppimispäiväkirjan kautta opiskelijat voisivat reflektoida omia kielenoppimiseen liittyviä tunteitaan ja hakea vertaistukea muiden opiskelijoiden tviiteistä.

Keskustele! – virallinen hashtag vuorovaikutuskanavana

Televisio on pitkään pyrkinyt vuorovaikutteiseen suhteeseen yleisönsä kanssa. Yleisö on vuosikymmeniä voinut lähettää kirjeitä ja sittemmin sähköposti- tai tekstiviestejä televisio-ohjelman tuotantoon, ja olla siten kosketuksissa katsomaansa ohjelmaan. Nykypäivänä virallinen hashtag mahdollistaa reaaliaikaisen, ja siten synkronisen keskustelun niin television ja yleisön välillä kuin yleisön jäsentenkin kesken. Sosiaalisen television sosiaalisuuden ja vuorovaikutteisuuden ulottuvuutta on kuitenkin pidettävä ennemminkin potentiaalina kuin siihen automaattisesti liittyvänä ominaisuutena.

Useissa tutkimuksissa (van Es 2016, 118) on osoitettu, että Twitterissä on nähtävissä itse asiassa varsin vähän suoraa dialogia (@-merkin käyttöä osoittamassa viestin vastaanottajaa) käyttäjien välillä.

Toisaalta livetviittaaminen itsessään voidaan tulkita haluksi olla osa laajaa keskusteluyhteisöä, joten jokainen tietyllä hastagilla varustettu kommenttikin voidaan nähdä julkiseen keskusteluun osallistumiseksi, vaikkei kommentteja esitettäisi varsinaisesti suoraan kenellekään yksittäiselle henkilölle. Jalkapallon MM-kisojen aikana suoraa dialogia käytiin jonkin verran, mutta huomattavasti yleisempää oli osoittaa kommentit televisiotuotannolle, tapahtuman osallistujille tai kuvitteellisille yhteisöille, kuten esimerkissä hetkittäiselle livetviittaajien yhteisölle.



Tviitissä tulee esille televisioyleisön jäsenten välisen keskustelun merkitys yksittäiselle tviittaajalle. Hän rakentaa merkityksellistä televisiokokemusta keskustelussa muiden livetviittaajien kanssa ja samalla vahvistaa livetviittaajien yhteenkuuluvuutta nimeämällä porukan "twitteristeiksi".

Vuorovaikutuksellisuuden ulottuvuus tarjoaa mahdollisuuden osallistaa opiskelijoita epävirallisen keskustelukanavan kautta opetussisältöihin. Kielenoppimisen näkökulmasta livetviittaaminen avaa lukemattomia mahdollisuuksia reaaliaikaiseen keskusteluun monikielisessä ja -kulttuurisessa ympäristössä. Opiskelijan kiinnostuksen mukaan valittu aihe ja siihen liittyvä kansainvälinen hashtag (esimerkiksi #FIFAWorldcup) voivat innostaa aivan uudenlaisiin kielellisiin kohtaaisiin.

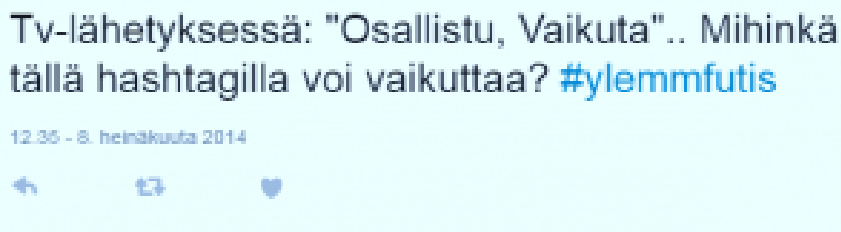
Keskustelemalla vertaisten kesken opiskelijat voivat yhdessä käsitellä oppimaansa ja rakentaa tietoa tviittien kautta. 140 merkkiin tiivistäminen vaatii opiskelijoita löytämään ja neuvottelemaan tiedon keskeisen sisällön ja puristamaan sanomansa naseviksi kommentteiksi. Livetviittaaminen saattaa myös helpottaa ujojen opiskelijoiden

osallistumista, kun vuoropuhelu käydään suuren luokkahuonekeskustelun sijaan teknologian välityksellä (ks. Journell, Ayers & Beeson 2017).

Vaikuta! – virallinen hashtag kansalaiskanavana

Vaikuttaminen liittyy ajatukseen sosiaalisesta mediasta demokratiana, jossa periaatteessa jokaisella on mahdollisuus tuoda julkisesti esiin ajatuksiaan ja näkemyksiään. Virallinen hashtag toimiikin eräänlaisena julkisena foorumina, jossa yleisön ja esiintyjän sekä kuluttajan ja tuottajan rajat hämärtyvät. Tviittaaja toimii katsomansa ohjelman yleisönä, mutta samanaikaisesti kommentoidessaan tietyllä hashtagilla hän asettuu itse esiintyjäksi julkiselle näyttämölle.

Televisio-ohjelmaan "vaikuttaminen" on kuitenkin usein korkeintaan näennäistä. Jalkapallon MM-kisojen aikana vaikuttamiseksi voidaan ajatella televisioruudulla pyörineet tviitit ja niiden nostaminen puheenaiheeksi asiantuntijavieraiden kesken. Siten tviitit eivät toimineet pelkästään irrallisina kommentteina, vaan ne linkittyivät suoraan ohjelmaan ja määrittivät sen suuntaviivoja. Tviittejä nostettiin kuitenkin varsin harvoin keskusteluun, ja ne toimivatkin lähinnä "päälleliimauksina" Ylen tarjoamalle valmiille ohjelmalle.



Tv-lähetyksessä: "Osallistu, Vaikuta".. Mihinkä tällä hashtagilla voi vaikuttaa? #ylemmfutis

12.35 - 8. heinäkuuta 2014



Vaikuttavuuden funktio ei ehkä toteutunut parhaimmalla mahdollisella tavalla jalkapallon MM-kisojen aikana, mutta opetuskäyttöön tätä julkisuuden ulottuvuuteen linkittyvää ajatusta voi hyödyntää ainakin periaatteessa suhteellisen helposti. Livetviittaamisen kautta opetussisällöt on mahdollista linkittää luokkahuoneesta laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluun, jossa yhteys "todelliseen maailmaan" tulee näkyviin (Kinsky & Bruce 2016, 39). Esimerkiksi television vaaliväittelyiden aikana livetviittaaminen ohjaa opiskelijan erilaisten näkökulmien äärelle, joita kommentoidessaan opiskelija voi tuoda esille oppimaansa tai hioa omia argumentointitaitojaan. Lisäksi Twitterin kautta opiskelijat voivat luoda aitoja kontakteja esimerkiksi alansa asiantuntijoihin tai maapallon toisella puolella tviittaaviin kieliryhmiin.

Tällä tavalla opiskelijat kohtaisivat ilmiöitä aidoissa konteksteissaan, eivät riisuttuina versioina luokkahuoneissa.

Lopuksi

Uusi media on helppo nähdä uhkana. Sosiaalinen media on uhannut julkisessa keskustelussa muun muassa perinteistä mediaa ja kansalaisten kirjoitustaitoa. Sosiaalisen television kontekstissa sosiaalinen media olisi kuitenkin nähtävä pikemminkin katsomiskokemusta täydentävänä välineenä kuin sen syrjäyttäjänä (Highfield, Harrington & Bruns 2013, 318). Samoin opetuskäytössä se voi muiden opetusmetodien rinnalla monipuolistaa ja syventää oppimiskokemusta. Uusi teknologia tarjoaa mahdollisuuksia luoda elämyksellisiä kokemuksia interaktiivisessa, reaaliaikaisessa ja julkisessa digitaalisessa ympäristössä, jossa suuri osa tämän päivän väittelyistä, tapahtumista ja muista kohtaamisista käydään.



Epävirallisena opetusmetodina livetviittaaminen parhaimmillaan täydentää opetussisältöjä oppijoita innostavalla tavalla. Tästä esimerkkinä Ylen kehittämät historian oppimista tukevat reaaliaikaiset #sota39 ja #Titanicilla -projektit (<http://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/01/27/herata-historia-henkiin-twitterin-avulla>), joiden tarkoituksena oli osallistaa koululaisia mukaan tviittaamaan erilaisina

todellisuuteen perustuvina tai kuvitteellisina historian hahmoina. Tällaisissa projekteissa paitsi tutustutaan historiaan elämyksellisellä tavalla, myös rakennetaan yhdessä tietoa, syvennetään ymmärrystä erilaisista ilmiöistä ja lujitetaan yhteenkuuluvuutta. Lisäksi osallistumista on mahdollista laajentaa yli luokka-, koulu- tai jopa maantieteellisten rajojen.

Kirjoittaja toimii väitöskirjatutkijana Vaasan yliopiston nykysuomen ja kääntämisen yksikössä. Hän tutkii väitöskirjassaan urheilupuheen merkitysten rakentumista Twitterin ja television välisessä vuorovaikutuksessa.

Lähteet

Es, Karin van (2016). Social TV and Participation Dilemma in NBC's The Voice. *Television & New Media* 17:2, 108–123.

Highfield, Tim; Harrington, Stephen & Bruns, Axel (2013). Twitter as a technology for audiencing and fandom. The #Eurovision phenomenon. *Information, Communication & Society*. 16:3, 315–339.

Journell, Wayne; Ayers, Cheril & Walker Beeson, Melissa (2017). Tweeting in the classroom. *Phi Delta Kappan* 95:5, 63–67.

Kassens-Noor, Eva (2012). Twitter as a teaching practice to enhance active and informal learning in higher education: The case of sustainable tweets. *Active Learning in Higher Education* 13:1, 9–21.

Kinsky, Emily & Bruce, Kimberly (2016). "It Throws you into the Ring": Learning from Live-Tweeting. *Teaching Journalism and Mass Communication* 6:1, 36–52.

Qihao, Ji & Raney, Arthur (2015). Morally judging entertainment: A case study of live tweeting during Downton Abbey. *Media Psychology* 18:2, 221–242

Salomaa, Elina (2016). Livetviittaaminen jalkapallon MM-kisojen mediaspektaakkelissa. Sosiaalisen television fanituva yleisö. *Media & viestintä* 39:3, 137–160.

Zappavigna, Michele (2015). Searchable talk: the linguistic functions of hashtags. *Social*

Semiotics 25:3, 274–291.