

Kriittinen mediateoria, työryhmä MEVI2016

SEMINAARIHUONE B325

AIKATAULU

Perjantaina 14.00-15.00

Ella Lillqvist ja Anu Harju

Kriittinen näkökulma sosiaalisen median kommodifikaatioon: konteksti- manipulaatio ideologian välineenä

Lars Lundsten

Min avatar - medierad representation, medialiserad identitet eller media-fantom?

Markus Ojala

Koordinaatio, identiteettityö, valta: globaalien eliitin rakentuminen viestinnässä

Lauantaina 10.00-10.30

Johanna Sumiala, Katja Valaskivi, Minttu Tikka ja Jukka Huhtamäki

A Clash of Imagined Communities 2.0?: Rethinking 'Hybrid' as a Concept for Theory on Media Events

Lauantaina 10.45-12.00

Leena Ripatti-Torniainen

Teoreettisen tutkimuksen pedagoginen murros: sivistyksen käsitteestä johdetut osaamistavoitteet viestinnän tutkimuksen opetusratkaisujen määrittäjäksi

Tarmo Malmberg

Mitä suosittu puhe monitieteisestä tutkimuksesta jättää sanomatta?

ABSTRAKTIT

Median ja viestinnän tutkimuksen päivät MEVI 2016 Arcada, Helsinki 8. -9.4.2016

Ella Lillqvist ja Anu Harju

Organisaatioviestinnän yksikkö, Johtamisen laitos

Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu

Helsinki

e-mail: ella.lillqvist@aalto.fi ja anu.harju@aalto.fi

Kriittinen näkökulma sosiaalisen median kommodifikaatioon: kontekstimanipulaatio ideologian välineenä

Sosiaalisen median kaupallistumista on tutkittu kriittisessä mediatutkimuksessa, usein marxilaisen kritiikin näkökulmasta (Fuchs, 2009; 2010, 2014). Tämän tutkimussuuntauksen mukaan käyttäjät joutuvat kommodifikaation kohteeksi kun heidän tietojansa, aikaansa sekä digitaalista työtään (labour) myydään mainostajille (Kang & McAllister, 2011; Fuchs, 2012, 2014; Smythe, 1977). Näin olen palvelu ei varsinaisesti ole ilmaista. Vaikka diskursiiviset prosessit ovat kommodifikaatiossa tärkeässä roolissa (Fairclough, 1994), kriittistä tutkimusta sosiaalisen median kommodifikaatiosta diskursiivisesta näkökulmasta on suhteellisen vähän (Lillqvist et al., 2015; Thurlow, 2013).

Tässä paperissa tutkimme käyttäjien kommodifikaation mahdollistavia diskursiivisia mekanismeja, ja kehitämme relevanssiteoriaan (Sperber & Wilson, 1995 [1986]) pohjautuen kontekstimanipulaation (context manipulation) käsitteen selittämään tätä ideologista prosessia. Esitämme, että kontekstimanipulaatio johtaa kognitiivisiin illuusioihin (Johnson-Laird & Savary, 1999; Maillat & Oswald, 2009) – nämä ovat loogisesti valideja inferenssejä, jotka voivat kuitenkin antaa harhaanjohtavan kuvan maailmasta. Empiirisenä tapauksena analysoimme Facebookin yhteisöstandardeja ja niitä koskevaa keskustelua.

Tutkimus lisää empiirisen tutkimuksen avulla teoreettista ymmärrystä kommodifikaatiosta esittämällä kuinka voidaan kuvata viestinnän laajempaan muutokseen liittyvää diskursiivista prosessia, johon vaikuttavat yleiset sosio-ekonomiset muutokset ja vallalla oleva neoliberalismi (Androustopoulos, 2014). Marxilaisen teorian mukaan tuotteella (commodity) on käyttöarvon lisäksi vaihtoarvo: Facebookin käyttösääntöjä koskeva viestintä nostaa esiin käyttöarvoa, kun taas yrityksen toimintalogiikka perustuu palvelun vaihtoarvoon, eli käyttäjien kommodifikaatioon. Tämä näkökulma jää kuitenkin usein huomaamatta kontekstimanipulaation seurauksena.

Relevanssiteorian näkemys on, että ihmisillä on kognitiivinen taipumus maksimoida viestin relevanttius kontekstissaan: tämä mahdollistaa manipulaation (Wilson & Sperber, 2002). Väitämme, että Facebookin tarjoama konteksti selittää miksi käyttäjät osallistuvat palvelun toimintaan sen kommodifikaatiivisesta luonteesta riippumatta.

Asiasanat: Relevanssiteoria, kommodifikaatio, kontekstimanipulaatio, kognitiivinen illuusio, sosiaalinen media,

Viitteet:

Androutsopoulos, J. (Ed.) (2014). *Mediatization and sociolinguistic change*. Berlin: De Gruyter.

Fairclough, N. (1994). Conversationalization of public discourse and the authority of the consumer. In N. Abercrombie, R. Keat, & N. Whiteley (Eds.), *The Authority of the Consumer* (pp. 235-249). London: Taylor & Francis.

Fuchs, C. (2009). Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet. *European Journal of Communication* 24(1); 69 – 87.

Fuchs, C. (2010). Labor in Informational Capitalism and on the Internet. *The Information Society* 26(3): 179 – 196.

Fuchs, C. (2012) Dallas Smythe Today – The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value. *tripleC* 10(2): 692 – 740.

Fuchs, C. (2014). *Digital Labor and Karl Marx*. New York: Routledge.

Johnson-Laird, P. N. & F. Savary (1999). Illusory inferences: a novel class of erroneous deductions. *Cognition* 71: 191 – 229.

Kang, H. & McAllister, M. P. (2011). Selling You and Your Clicks: Examining the Audience Commodification of Google. *tripleC* 9(2): 141-153

Lillqvist, E., Louhiala-Salminen, L., & Kankaanranta, A. (2015). Power relations in social media discourse: Dialogization and monologization on corporate Facebook pages. *Discourse, Context & Media*. DOI: 10.1016/j.dcm.2015.11.001

Maillatt, D. & S. Oswald (2009). Defining Manipulative Discourse: The Pragmatics of Cognitive Illusions. *International Review of Pragmatics* 1, 348 – 370.

Smythe, D. (1977) Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Vol. 1 (3).

Sperber, D. & Wilson, D. (1995 [1986]). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.

Thurlow, C. (2013). Fakebook: Synthetic media pseudo-sociality and the rhetorics of web 2.0. In D. Tannen & A. M. Trester (Eds.), *Discourse 2.0: Language and New Media* (pp. 225-249). Washington, DC: Georgetown University Press.

Wilson, D. & Sperber, D. (2002). Relevance Theory. Working Papers in Linguistics. Accessed 5th December, 2015 http://www.phon.ucl.ac.uk/publications/WPL/02papers/wilson_sperber.pdf

Lars Lundsten
FD, docent
lars.lundsten@arcada.fi

Min avatar – medierad representation, medialiserad identitet eller mediefantom?

De så kallade sociala medierna – Facebook, LinkedIn, Twitter m.fl. – bygger alla på ett grundläggande antagande om någon form av ontologisk eller metafysisk ekvivalens mellan mig och min avatar, d.v.s. min ”profil” eller mitt ”konto” på respektive plattform. Således räknas avatarens handlingar som mina handlingar. Samtidigt räknas också mina handlingar utanför det specifika sociala mediet som min avatars handlingar.

På grund av denna antagna ekvivalens mellan riksdagsman Olli Immonen och dennes Facebook-avatar inleddes kvällen den 24 juli 2015 en händelsekedja som ledde till att Immonen lämnade det Sannfinländska partiets riksdagsgrupp på hösten. Debatten gällde huruvida Immonen och hans olika digitala representationer på nätet kunde antas vara nazister eller rasister. En tvist om påvens skägg, tyckte många. Andra ansåg det klart att en riksdagsman kan vara demokrat i sin position i riksdagen samtidigt som en avatar med samma utseende och samma namn kunde umgås i de mest suspekta kretsar.

Ur en kritisk teoretisk synvinkel är frågan minst lika utmanande som ur en praktisk-politisk synvinkel. Min fråga lyder: Är min avatar en medierad representation av mig eller ett uttryck för att min identitet i dagens mediesamhälle har blivit medialiserad? Eller är min avatar helt enkelt en mediefantom som lever sitt eget liv?

I detta bidrag visar jag att det finns goda argument för alla dessa tre tolkningar av avatarens väsen. Det är givetvis så att en bild av Immonen i sällskap av ivriga nynazister är en medierad representation av riksdagsmannen med samma namn. Det är också självklart att dagens mediesaturerade samhälle uppställer andra villkor för vår offentliga identitet än de villkor som gällde på Napoleons, Karl den stores eller Caesars tid. Sist men inte minst finns det också klara argument som talar för att min avatar kan skena iväg och bli en mediefantom som i själva verket har en egen existens, sitt eget sociala fält och sitt eget väsen där min identitet blir en funktion av avatarens och inte omvänt.

Koordinaatio, identiteettityö, valta: Globaalin eliitin rakentuminen viestinnässä

Markus Ojala
markus.ojala@helsinki.fi

Eriarvoisuus globaalin varallisuuden jakautumisessa on saavuttanut maailmansotia ja suurta lamaa edeltäneet mittasuhteet. Kehitystä selitetään usein globalisaation ja finansialisaation kaltaisilla rakenteellisilla kehityskuluilla. Viimeaikaiset viittaukset eliitteihin tai "yhteen prosenttiin" kertovat kuitenkin siitä, että huomiota on alettu kiinnittää niin populaarissa kuin akateemisessakin keskustelussa myös näistä prosesseista eniten hyötyneiden yritys- ja pankkisektorin johtajien aktiiviseen toimijuuteen ja poliittiseen vaikutustyöhön. Kriittisessä tutkimuksessa voidaan ammentaa esimerkiksi C. Wright Millsin (1956) valtaeliittiä koskevasta tutkimuksesta, kun pyrkimyksenä on analysoida eliittien yhteiskunnallista tiivistymistä ja poliittista vallankäyttöä. Ylikansallisia eliittejä ei ole kuitenkaan toistaiseksi tutkittu juurikaan media- ja viestintätutkimuksen näkökulmasta. Tässä esityksessä määrittelen "globaalin eliittiviestinnän" talouseliittien ja poliittisten eliittien välisenä ylikansallisena viestintänä ja vuorovaikutuksena ja kiteytän sen keskeiset piirteet. Esittelen lyhyesti globaalin eliittiviestinnän nykyisiä muotoja ja niiden historiallista taustaa sekä vuorovaikutuksen tarkoituksiperiä. Väitän, että 2000-luvun ylikansallisen eliitin viestinnässä voidaan nähdä sekä jatkumoa että yhtenevyyksiä prosesseihin, joiden kautta eurooppalainen porvaristo muotoutui 1700- ja 1800-luvuilla. Lopuksi arvioin globaalin eliittiviestinnän merkitystä erityisesti ylikansallisten talous- ja poliittisten eliittien tiivistymisen ja vallankäytön näkökulmasta.

Johanna Sumiala, Katja Valaskivi, Minttu Tikka ja Jukka Huhtamäki

A Clash of Imagined Communities 2.0?

Re-thinking 'Hybrid' as a Concept for Theory on Media Events

In this paper we will discuss the idea of 'imagined community' as a mode of present day media event sociality and bring it to an inventive dialogue with Latourian (1994) inspired reflections on human encounters with communication technology, such as social media.

Based on our social network analysis (SNA) on Twitter hashtags related to the Charlie Hebdo case, we argue that Charlie Hebdo can best be described as a multi-sited and a multi-voiced event built up in numerous and simultaneous imagined communities of contradictory solidarities and belongings. These imagined communities were enacted in numerous ritualized performances of mourning, celebration and controversy performed by countless number of different actors in a range of different media.

In this paper we suggest a concept of 'hybrid' (cf. Chadwick 2013) as one potential analytical tool to further develop our understanding of those 'techno-social' dynamics activated around

Charlie Hebdo and associated clash of imagined communities and discuss this concept's theoretical implications for contemporary theory on media events.

Leena Ripatti-Torniainen

leena.ripatti-torniainen@helsinki.fi

[Yliopistonlehtori, viestinnän oppiaine, Helsingin yliopisto]

Abstrakti

Kriittisen mediateorian työryhmä

Median ja viestinnän tutkimuksen päivät 2016, Helsinki

Teoreettisen tutkimuksen pedagoginen murros:

Sivistyksen käsitteestä johdetut osaamistavoitteet viestinnän tutkimuksen opetusratkaisujen määrittäjäksi

Teoreettinen yliopistokoulutus on Suomessa pedagogisen murroksen edessä. Vaatimus osaamisperustaisista koulutus- ja opetusohjelmista merkitsee, että myös teoreettiset sisällöt tulee oppia hahmottamaan osaamisena ja opetus toteuttaa osaamista edistävinä pedagogisina ratkaisuin.

Esitelmässäni rakennan perustelun, jonka mukaan viestinnän tutkimuksen teoreettisten opintojaksojen osaamistavoitteet voidaan johtaa sivistyksen käsitteestä. Nimeän esityksessäni viisi osaamistavoitetta, joista jokainen havainnollistaa sivistyksen käsitteen keskeisiä ulottuvuuksia. Samalla jokainen osaamistavoite nimeää viestinnän tutkimuksen näkökulmasta keskeisiä yhteiskunnallisia valmiuksia.

Sivistyksen käsite sai modernin sisältönsä samassa aatehistoriallisessa prosessissa, jossa kehittyivät käsitykset julkisuudesta, julkiseen vaikuttamiseen perustuvasta valtiosta ja sen kansalaisuudesta. Molemmat sivistyksen käsitteen keskeiset intellektuaaliset kontekstit, saksalainen idealismi ja yhdysvaltalainen pragmatismi, ovat julkisuuden tutkimuksen keskeisiä lähteitä ja lähtökohtia.

Yhteisen aatehistoriallisen taustan ansiosta sivistyksen käsite tarjoaa viestinnän tutkijoille ja opettajille mahdollisuuden määritellä opetuksen tavoitteet ja pedagogiset ratkaisut tavalla, joka on luonteva viestinnän tutkimuksen oman korpuksen näkökulmasta. Sivistyksen käsitteestä juuretut osaamistavoitteet tukevat yliopisto-opiskelijoita yhdistämään teoreettisen osaamisen sivistyksen käsitteen ilmaisemiin julkisen vaikuttamisen valmiuksiin.

Tarmo Malmberg
Mevi 2016

Mitä suosittu puhe monitieteisestä tutkimuksesta jättää sanomatta?

Tieteidenvälisestä tutkimuksesta on tullut uusi taikasana, joka esitetään jonain poikkeuksellisena. Itse asiassa puhe useimmiten tarkoittaa, että tutkijat haluavat väistää kysymyksen siitä, mitä he tarkasti ottaen ovat tekemässä. Esitelmässä käsitellään tieteidenvälisyyden (monitieteisyyden) käsitettä sekä mediatutkimuksen tieteenvälisiä tutkimusperinteitä 1900-luvun ensipuoliskon saksalaisesta sanomalehtitieteestä kulttuurintutkimukseen vuosisadan loppupuolella. Sanotun pohjalta kommentoidaan 2000-luvun alun keskustelua aiheesta.