

Työryhmä: Luottamus, viestintä ja vuorovaikutus verkkojulkisuudessa

SEMINAARIHUONE B518

Työryhmän vetäjät: Jukka Huhtamäki jukka.huhtamaki@tut.fi, Salla-Maaria Laaksonen salla.laaksonen@helsinki.fi, Olli Parviainen verkostoanatomia@gmail.com, Petro Poutanen petro.poutanen@helsinki.fi, Suvi Uski suvi.uski@gmail.com, Eliisa Vainikka Eliisa.Vainikka@uta.fi

Aikataulu

Perjantai 8.4.2016

14:00 Laura Hokkanen

Absurdi luottamus mielettömään maailmaan digitaalisesti kulkevien katastrofivitsiaaltojen kerronnassa

14:20 Merja Porttikivi

Plebeijijulkisuus ja kansalaisyhteiskuntamedia

14:40 Salla-Maaria Laaksonen & Petro Poutanen

Maine 24: Suomalaisten pörssiyritysten maineen ulottuvuudet anonyymeissä verkkokeskusteluissa ja mainemittauksissa

15:00 Matti Nelimarkka

Julkisen tilan käsitteen soveltaminen evaluaatiokriteerinä tietokonevälitteisten järjestelmien kehittämisessä

15:20 Margarita Khartanovich

Why media can lie but cannot "true": The crisis of global news journalism and the need for new opinion leaders and discussion platforms as unravelled by the extensively mediated Syrian conflict

Lauantai 9.4.2016

9:00 Sari Östman & Riikka Turtiainen

Eettinen reflektio ja verkkotutkimuksen luotettavuus

9:20 Esa Sirkkunen & Paula Haara

Internetin yksityisyyden tulkintakehykset ja luottamus

9:40 Suvi Uski

Luottamus osana intersubjektivistista aitouden kokemusta verkkojulkisuudessa: teoriasta menetelmäksi

10:00 Eliisa Vainikka

Elämänpolitiikka ja intiimi kansalaisuus anonyymeissä verkkokeskustelussa

10:20 Yhteenveto

Abstraktit MEVI 2016

Työryhmä: ”Luottamus, viestintä ja vuorovaikutus verkkojulkisuudessa – näkökulmia ja menetelmiä”

suvi.uski@gmail.com

Luottamus osana intersubjektivistä aitouden kokemusta verkkojulkisuudessa: teoriasta menetelmäksi

Suvi Uski

Aitous on yksi tunteita herättävimmistä termeistä suomalaisessa yhteiskunnassa. Aitouden luonteesta ollaan oltu aikojen saatossa eri mieltä ja käsitykset ovat muuttuneet filosofisten ja sosiaalitieteellisten epistemologioiden kehittyessä. Sosiaalisen median tutkimuksessa aitouden käsite nousee ahkerasti esille (Uski, 2015; Williams ja Goh, 2015; Uski ja Lampinen, 2014 & Marwick, 2013), eniten siksi koska sosiaalisen median käyttäjät hakevat sopivaa tapaa ”olla aito”.

Hiljattain akateemisessa tutkimuksessa esiin tullut tapa nähdä aitous intersubjektivistä prosessina (Pierce, 2015) tuo kokonaan uuden näkökulman hahmottaa sitä, mitä aitous on ja miten sitä voidaan kokea. Piercen (2015) mukaan eksistentiaalinen aitous on luonteeltaan intersubjektivistä, ja mikä tärkeintä hänen mukaansa aitouden takana on kokemus luottamuksesta.

Luottamusta ja aitouden kokemusta tulee Piercen mukaan tutkia osin päällekkäisinä ilmiöinä ottamalla huomioon yksilön arvot sekä yksilön toiminnalle keskeisen ryhmän arvot. Piercen teorian mukaan, silloin kun sekä yksilö- että ryhmäarvot kohtaavat, on mahdollista synnyttää aitouden kokemus.

Tutkimuksessani tutkin sosiaalisen median käyttäjien intersubjektivistä aitouden kokemuksen mahdollisuuksia kartoittamalla heidän arvoja sekä heille merkityksellisten ryhmien arvomaailmoja luottamuksen käsitteen kautta.

Marwick, A. E. (2010). Status update: Celebrity, publicity and self-branding in Web 2.0. (PhD), New York University.

Pierce, A. J. (2015). Authentic Identities. *Social Theory and Practice*, 41(3), 435-457.

Uski, S. (2015). Profile work for authenticity: Self-presentation in social network services. Dissertation. Publications of the Department of Social Research 2015:18. University of Helsinki.

Uski, S. and Lampinen, A. (2014). [Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action](#). *New Media & Society*, July 17.

Williams, J. P., & Goh, X. Y. (2015). Notes on the Existential and Interactional Dimensions of Authenticity: A Symbolic Interactionist Study of Breast Cancer Internet Forums. *M/C Journal*, 18(1).

Maينة 24: Suomalaisten pörssiyritysten maineen ulottuvuudet anonyymeissa verkkokeskusteluissa ja mainemittauksissa

Salla-Maaria Laaksonen & Petro Poutanen

salla.laaksonen@helsinki.fi, petro.poutanen@helsinki.fi

Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto

Verkkokeskusteluissa rakennetaan organisaatioihin liittyviä käsityksiä ja jaetaan niihin liittyviä kokemuksia, jotka kuvaavat organisaation mainetta. Mainee on määritelmällisesti organisaation sidosryhmien näkemysten summa (Fombrun et al., 2000; Brown & Dacin, 1997; Post & Griffin, 1997; Barnett et al., 2006). Maineutkimus on keskittynyt vahvasti maineen mittaamiseen ja sen vaikutuksiin sidosryhmissä (esim. Rao, 1994; Rindova et al., 2005, Yoon et al., 1993).

Organisaation maineen muodostumista eri konteksteissa ei ole kuitenkaan kovin systemaattisesti tarkasteltu (cf. Rindova, Petkova & Kotha, 2007), eikä maineen rakentumisen mekanismeihin ole kiinnitetty juuri huomioita. Tämä tutkimus pyrkii tuottamaan tietoa siitä, millä tavalla yrityksiä koskevaa mainetta rakennetaan anonyymien verkkokeskustelujen kontekstissa, sekä siitä, miten verkossa muodostuvat maine keskustelut heijastelevat muita yritysten mainetta koskevia arvioita.

Tutkimus rakentuu tarkastelulle, jossa yritysten mainemittaukset ja yrityksiä koskevat verkkokeskustelut tuodaan rinnan ja näiden yhteyksiä kartoitetaan. Tutkimuskohteena ovat sata suurinta suomalaista pörssiyritystä. Analyysissa käytetään kahta eri aineistoa, joita voidaan kumpaakin pitää erityyppisinä maineen esityksinä. Ensimmäinen aineisto on Pohjoisrannan keräämä suomalaisten pörssiyritysten mainetta kartoittava data, jota on kerätty RepMap-mainemittarin avulla vuosina 2002–2015 (ks. Aula & Heinonen 2002).

Toisena aineistona hyödynnämme tutkimuskäyttöön avattua Suomen suurimman keskustelupalstan Suomi24:n keskusteluaineistoa, joka kattaa keskustelufoorumien kaikki viestit vuosilta 2002–2015. Aineistosta rajataan laskennallisen yhteiskuntatieteen menetelmin (esim. Aggarwal & Zhai, 2012; Blei, 2012; Lucas, 2015) ne keskustelut, jotka liittyvät RepMap-aineiston yrityksiin. Aikasarja-analyysin avulla selvitämme, miten yritysten esiintyminen ja niiden saamat mainearviot ovat yhteydessä toisiinsa.

Digitaalinen ympäristö tarjoaa mahdollisuuden seurata ja tutkia eri toimijoihin kohdistuvia arvioita, arvosteluja, kokemuksia ja tuntemuksia koneellisesti. Samalla arvioimme sitä, miten luotettava mittari anonyymi verkkokeskusteluaineisto on edustamaan suomalaista mielipideilmastoa yrityksiin liittyvien keskustelujen osalta.

Työryhmään ”Luottamus, viestintä ja vuorovaikutus verkkojulkisuudessa – näkökulmia ja menetelmiä”

”Plebeijijulkisuus ja kansalaisyhteiskuntamedia”

Habermasin alunperin luoma käsite ”porvarillisen julkisuuden sfääri” (bourgeois public sphere) on viime aikoina on korvautunut ”mediavälitteisellä julkisella sfäärillä” (mediated public sphere), korostaen sitä kuinka suuret mediayhtiöt hallitsevat julkista elämää ja siten muuttavat aiemmin tiedonvälitykseen ja debattiin keskittyneestä julkisuudesta tilaksi jota yritysten valta manipuloi (Habermas 1991, Dahlberg 2005, Dean 2005.) Tässä mediavälitteissä julkisuuden tilassa kansalaisyhteiskunnan ja valtion välissä kansalaiset voivat osallistua julkiseen keskusteluun. Habermasin ihanteiden mukaisesti tämän keskustelun tulisi olla kriittis-rationaalista, eli deliberatiivista (Thompson 1993, Habermas 1991). Ideaaliolosuhteiden vallitessa deliberatiivinen prosessi johtaa yhteiseen ja kattavaan sopimukseen. Habermas on myöntänyt ihanteiden ongelmallisuuden, ja sen, että käytännön rutiinipäätökset tehdään valtakeskuksissa, ja todennut, että silloin kun kyseessä on kaikkia koskettavat ja normatiivisesti merkittävät kysymykset, julkisen sfäärin tulisi ottaa mukaan toimijoita myös periferioista - kuten kansalaisjärjestöistä ja muualta ruohonjuuritasolta (Habermas 2006).

Habermas kuitenkin toi esille myös plebeijijulkisuuden (plebeian public sphere) käsitteen, jonka hän kuitenkin poissulki omasta liberaalin porvarillisen julkisuuden nousun ja muutoksen tarkastelustaan (Habermas 1991, xviii). Muun muassa Thompson (1993) ja Calhoun (2010) ovat lyhyesti palanneet plebeijijulkisuuden käsitteeseen, ja asemoineet sen hegemonisen porvarillisen julkisuuden vastavoimaksi tai täydennykseksi. Näkisin tärkeänä kehittää plebeijijulkisuuden ihanteita, käytäntöjä ja soveltumista verkon tarkasteluun ja pohtia sitä, löytyisikö sen avulla ja nykyisten tai uusien palvelujen avulla esimerkiksi uutta kansalaisyhteiskuntamediaa (civil society media), jonka Fuchs (2014) määrittää tilaksi kapitalistisen ja julkisen palvelun median rinnalle. Kansalaisyhteiskuntamedia olisi kansalaisten hallussa, tarkoitettu kansalaisilta nousevien kulttuuristen ja yhteiskunnallisten näkemysten jakamiseen ja toimisi vastavoimana sekä markkinavoimaiselle medialle (torjumalla kaupallisen voitontavoittelun logiikan) ja julkisen palvelun medialle (haastaessaan valtionhallinnon).

Lähteet

Calhoun 2010: Calhoun, C. (2010). The public sphere in the field of power. *Social Science History*, 34(3), 301-335.

Dahlberg, L. (2001a). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 615-633.

Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.

Dean, J. (2005). Communicative capitalism: circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, 1(1), 51-74.

Fuchs, C. (2014). Social media and the public sphere. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 12(1), 57-101.

Thompson, J. B. (1993). The theory of the public sphere. *Theory, culture & society*, 10(3), 173-189.

Median ja viestinnän tutkimukset päivät 2016

Verkkojulkisuus -työryhmä

Internetin yksityisyyden tulkintakehykset ja luottamus

Esa Sirkkunen ja Paula Haara, Tampereen yliopisto, tutkimuskeskus COMET
esa.sirkkunen(at)uta.fi

Viime kuukausina julkisuudessa on keskusteltu Suomeen suunniteltavasta verkkotiedustelulaista ja sen seurauksista erityisesti yksityisyyden kannalta. Valtiollisen seuraamisen lisäksi myös kaupalliset organisaatiot ovat yhä kiinnostuneempia hyödyntämään keräämiään käyttäjätietoja. Huoli internetin käyttäjien yksityisyyden suojasta välittyy myös äskettäin vahvistetussa EU:n tietosuojauudistuksessa sekä EU-tuomioistuimen lokakuussa 2015 tekemässä ns. Schrems vs. Facebook -päätöksessä.

Tässä esityksessä käydään läpi Yksityisyys ja anonymiteetti verkkoviestinnässä – tutkimushankkeen tuloksia erityisesti internetiä koskevan luottamuksen näkökulmasta. Hankkeessa on tutkittu [mielipidetiedustelun](#) (n=1000) avulla suomalaisten käsityksiä verkon yksityisyydestä. Asiantuntijahaastatteluiden avulla (n=17) on kartoitettu, miten eliitti, eli verkkovalvonnan parissa toimivat virkamiehet, lainoppineet, alalla toimivat yritykset ja kansalaisjärjestöt näkevät yksityisyyden ja anonymiteetin nykytilan verkossa.

Mielipidetiedustelun tulokset osoittavat, että suomalaiset luottavat yksityisyyden säilymisen suhteen eniten pankkeihin ja viranomaisiin ja vähiten Googlen tai Facebookin kaltaisiin toimijoihin. Myöskään turvallisuusviranomaisten verkkovalvonta ei herätä suomalaisten enemmistön luottamusta. Tulokset antavat aiheen olettaa, että verkossa eri muodoissa tapahtuva käyttäjien seuranta on kytköksissä internetiä kohtaan tunnetun luottamuksen vähenemiseen.

Haastattelupuheen alustava kehysanalyysi (metodista esim. Goffman 1974 tai Herkman 2015) osoittaa, että sekä yritysten harjoittaman käyttäjätiedon keräämisen että viranomaisten verkkotiedustelun osalta eliitin tavat määritellä ja kehystää tilannetta poikkeavat toisistaan huomattavasti. Turvallisuusviranomaiset ja alan ministeriöt painottavat verkon valvonnan välttämättömyyttä kansallisen turvallisuuden näkökulmasta (*turvallisuuskehys*), kun taas osa alan yrityksistä sekä liikenne- ja viestintäministeriö ovat esittäneet joukkomittaista valvontaa vastustavia näkökohtia. Heidän mielestään Suomeen voidaan houkuttaa investointeja hyvien verkkoyhteyksien ohella myös korkealla tietosuojalla ja vähäisellä valtiollisella verkkovalvonnalla (*liiketoimintakehys*). Aineistossa kolmanneksi kehukseksi nousee perustuslain ja ihmisoikeussopimusten suojaama viestinnän yksityisyys, jota lainoppineet ja yksityisyyttä puolustavat kansalaisjärjestöt korostavat (*perusoikeuskehys*). Esityksessä käsitellään eri kehysten kantamia käsityksiä digitaalisesta yksityisyydestä ja anonymiteetistä sekä niiden argumentaatiota osana aiheesta käytävää merkityskamppailua. Goffman, Erwin (1974/1986) *Frame Analysis*. New York, Northeastern University Press. Herkman, Juha (2015) Pelkkää retoriikkaa? Populismien kehukset Helsingin Sanomissa ja Ilta-Sanomissa vuoden 2011 eduskuntavaalien yhteydessä. *Media & viestintä* 38: 2, 74–89.

FT Laura Hokkanen Laura.Hokkanen@mamk.fi

Nuorisolan tutkimus- ja kehittämiskeskus Juvenia (Mikkelin ammattikorkeakoulu)

Absurdi luottamus mielettömään maailmaan digitaalisesti kulkevien katastrofivitsiaaltojen kerronnassa

Katastrofin hetkellä jaamme yhteisen reaaliaikaisen mediatilan: päättymättömänä uutisvirtana ja näkökulmina tulevat uutiset katastrofialueelta sekä keskustelujen kautta yhteistä surua, kauhua ja empatiaa jakavan tunneyhteisön. Katastrofin jälkeisinä päivinä syntyy usein myös toisenlainen mediakuvien jakamisen aalto: katastrofivitsit, jotka leviävät digitaalisena folklorena anonyymisti ja yhdistävät ajankohtaisuutisiin asiayhteyteen sopimattomia elementtejä.

Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran tutkija Ulla Lipponen tallensi vuosien 1997–2006 aikana kerääjäverkostolta yli 22 000 tiedostoa sähköpostin ja tekstiviestien välityksellä kulkevaa digitaalista kansanperinnettä, jota on myöhemmin täydennetty yli 30 000 tiedoston kokoelmaksi. Aineistoon sisältyy 391 tiedostoa syyskuun 11:n terrori-iskuja käsittelevää materiaalia, pääosin sairaiden vitsien genreen lukeutuvaa huumoria. Esityksessä tarkastellaan aineiston antamaa kuvaa katastrofin pohjalta muotoutuneesta folkloresta ja sen olemassaoloon liitettävistä selitysyrityksistä. Kuinka vitsien nähdään rakentavan luottamusta tulevaisuuteen suunnattoman kauhun keskellä? Kuinka huumorin nähdään antavan vapauttavaa huojennuksen kokemusta, symbolista syyllisten rankaisemista paremman maailmankuvan syntymiseksi tai rakentavan samaan huumoripiiriin kuuluvien yhteisöä?

Syyskuun 11:n vitsit, kuten yleisestikin katastrofivitsit, voidaan nähdä kommentteina julkiseen diskurssiin ja ympäröivään mediakulttuuriin. Sairaiden vitsien selittäväksi tekijäksi on nähty kapinallisuus tiedotusvälineiden käyttämää diskurssia vastaan. Tällöin median voidaan katsoa yrittävän määrätä yleisön reaktioita pakottamalla ihmisiä suremaan ja keskustelemaan avoimesti siitä, mitä yleensä pidetään sanoinkuvaamattomana kärsimyksenä. Vitseissä katastrofi halutaan etäännyttää median käsittelytavoista yhdistämällä vitsinkerrontaan katastrofin rinnalle mainoksista tai muusta viihteestä tuttuja elementtejä. Vitseissä hyödynnetään myös runsaasti aggression ilmauksia, joiden on nähty luovan solidaarisuutta syyllistämällä joku taho oman sosiaalisen ryhmän ulkopuolella. Vitsit voivat olla samalla osa koetun kauhun musertamista: huumorin kautta mahdollistuu tunteiden ja kokemusten huojennus, joka luo uskoa asioista selviytymiseen. Maailmanlopun tunnelmissa kaikki jatkuu sittenkin.

EETTINEN REFLEKTIO JA VERKKOTUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS

FT Sari Östman sari.ostman@utu.fi

FT Riikka Turtiainen rmturt@utu.fi

Olemme digitaalisen kulttuurin tutkijoita, joita kiinnostaa erityisesti digitaalisen humanismin tutkimusetiikka. Verkkotutkimuksen menetelmien luotettavuuden arviointi rakentuu nähdäksemme tutkimusympäristön kontekstualisoinnille ja tutkijan eettiselle reflektiolle. Aiemman, aineiston keruun ja käsittelyn etiikkaa koskevan työmme pohjalta olemme kehitelleet analyyttisemmälle tasolle siirtyvää mallia, joka huomioisi myös tutkijan henkilökohtaisen eettisen positioinnin. Alla oleva kuvio mallintaa ajatustamme siitä, milloin verkon sisältöjen ja tilojen kontekstin huomiointiin tulisi kiinnittää erityistä huomiota tutkimuksen eettisyyden takaamiseksi. Tutkijan asemoidessa itsensä koordinaatistoon hänellä on mahdollisuus analysoida omia eettisiä lähtökohtiaan tieteenalataustaansa ja tutkimusaiheeseensa peilaten.

Kuvio perustuu hypoteesimme siitä, miten eettisiin haasteisiin suhtaudutaan erityyppisillä tutkimusaloilla. Tulemme testaamaan hypoteesiamme 1.1.2016 alkaneessa *Citizen Mindscapes* -hankkeessa, jossa Östman työskentelee 2016–2017. Hankkeen ympärille on rakentunut laaja tutkijakollektiivi, jonka tutkijoilta tulemme 2016 kyselyn ja haastattelujen avulla keräämään tietoa siitä, miten he ymmärtävät tutkimusetiikan, miten suunnittelevat käsillä olevia eettisiä haasteita ratkaisevansa. Toisessa vaiheessa järjestämme työpajan, jossa käsittelemme suunnitelmien ja toteutuksen välistä suhdetta, toisin sanoen, mikä toteutui, mikä muuttui ja millaisia haasteita tutkijat kohtasivat.

Tutkimus sisältyy *CM*-hankkeen etiikkatyöpakettiin. Sen tuloksena pyrimme vastaamaan kysymyksiin:

Miten eri alojen tutkijat ratkaisevat eettisiä verkkoaineistoihin liittyviä kysymyksiä, ja miksi he ratkaisevat niitä tietyllä tavalla?

→ Millaisia ratkaisumalleja voimme kehittää monitieteiseen digihumanistiseen tutkimukseen?

→ Framework for Contextually Reflexive Research Ethics -"ohjekirja" (artikkeli/-eita "ohjekirjan" pohjalta)

Työryhmässä esittelemme hypoteesin, kyselyn ja mahdollisesti siihen mennessä saamamme vastaukset.

Eliisa Vainikka
tutkija, tohtoriopiskelija
Viestinnän, median ja teatterin yksikkö, Tampereen yliopisto
eliisa.vainikka@uta.fi

Elämänpolitiikka ja intiimi kansalaisuus anonymissä verkkokeskustelussa

Hikikomori on Japanista alkunsa saanut ilmiö, jossa nuori tai nuori aikuinen eristäytyy kotiinsa ilman internetin ulkopuolisia ihmiskontakteja. Ylilauta-keskustelufoorumien Hikikomero-alueella sosiaalisesti vetäytyneet tarjoavat vertaistukea toisilleen. Tarkastelen hikikomero-keskusteluja kahden sosiologisen käsitteen, elämänpolitiikan ja intiimin kansalaisuuden, kautta. Elämänpolitiikka liittyy hyvään elämään ja arkeen, sillä tarkoitetaan politiikkaa, jolla on tekemistä esimerkiksi minän, identiteetin, elämäkulun ja hyvinvoinnin kanssa (Giddens 1991). Se on siis elämää koskevien päätösten politiikkaa (Roos 1998). Elämänpolitiikka asettuu tavallisen politiikan ja elämäntapavälille, ja tulee myös lähelle Ken Plummerin (2003) intiimin kansalaisuuden käsitettä, jolla Plummer tarkoittaa intiimiä puhetta siitä, miten myöhäismodernissa ajassa tulisi elää. Radikaalit elämäntapavalinnat voivat olla myös viestinnällisiä performansseja, jotka kertovat yhteiskunnan vaietuista varjopuolista ja osoittavat minkälaiset normaalista yhteiskunnasta poikkeavat ratkaisut ovat mahdollisia (Portwood-Stacer 2013). Tutkin aineistolähtöisessä laadullisessa tutkimuksessani minkälaista elämänpolitiikkaa löytyy Hikikomero-keskustelualueella nimettöminä käydyistä verkkokeskusteluista. Minkälaisia kannanottoja suomalaisessa hikikomori-keskustelussa syntyy? Minkälaisia elämäntapavälittäviä valintoja ja elämäntapavälintoja sosiaaliseen eristämiseen liittyy? Verkon kautta syntyvä sosiaalisuus on keskeistä siinä, miten intiimejä keskusteluita käydään nimettömien toisten, muttei läheisten tai perheenjäsenten kanssa (vrt. Turkle 2012). Luottamus toisiin syntyy tässä tapauksessa anonymiteetin kautta ja verkkoläsnäolon eri puolten erottamisen kautta. Yhteisö voidaan ymmärtää myös vallattomien vastajulkisuutena (Fraser 1990), jossa asetutaan suureen näkyvyyteen ja avoimuuteen tähtäävää sosiaalisen median kulttuuria vastaan.

Margarita Khartanovich,
PhD candidate
School of Communication, Media and Theatre
University of Tampere

Why media can lie but cannot “true”:

The crisis of global news journalism and the need for new opinion leaders and discussion platforms as unravelled by the extensively mediated Syrian conflict

Abstract

The Syrian conflict is considered the most socially mediated conflict in history. There are so many different messages sent by global news outlets that it becomes confusing for the audience and hard to understand who is telling the truth and what messages to trust. It coincided with the information war between Russia and the West, the biggest humanitarian crisis in history, the crisis of democracy and journalism, and revealed the acute problem of the lack of opinion leaders, the absence of a credible debate platform and the exclusion of the academic community from the public debate. This research aims to analyze the global news journalism ecology (with the focus on CNN, BBC, Al-Jazeera, Russia Today, Yle News, Euronews), the coverage of the Syrian conflict, its framing and narrating, the crisis of journalistic practices in reporting conflicts and to create and launch an educational, analytical multimedia website in the manner of TED, Snob, Quora, Reddit, which would be moderated by the academic community and would cover and help navigate through sometimes confusing reports on global crises. The research will use the theory of truth and justification, the global dominance and global public sphere media approaches, the concepts of “social illusion”, “lived/perceived experiences”, “mediation”, “framing”, “gatekeeping”, “binary opposition narratives”, “coalition of unwilling” and several others as its theoretical framework. Qualitative and quantitative analyses of the coverage of the Syrian conflict as well as of the media and academic expert interviews will be carried out. As the end result of this research, a portal “Common Ground” can be launched with its headquarters at the University of Tampere and a number of articles will be published in scientific journals related to Journalism, Media, Social Sciences, Political Sciences and International Relations.

Matti Nelimarkka, tutkija, HIIT, Aalto-yliopisto ja Helsingin yliopisto, matti.nelimarkka@hiit.fi

Julkisen tilan käsitteen soveltaminen evaluaatiokriteerinä tietokonevälitteisten järjestelmien kehittämisessä

Recently, HCI and CSCW communities have explored collocated interaction extensively. However, the case study--driven research has not extensively explored values and norms related to collocated interaction. We suggest that both researchers and designers can apply Habermasian public sphere as a normative guideline for the designers and researchers to understand the (potential) impacts technology has in the collocated interaction.