

## Tekoäly, algoritmit ja dataistuminen media- ja kulttuurikentällä

Työryhmän vetäjät

**Laura Ahva**, Tampereen yliopisto

**Outi Hakola**, Itä-Suomen yliopisto

**Liisa Ovaska**, Tampereen yliopisto

**Anne Soronen**, Tampereen yliopisto

Työryhmä kokoontuu tilassa **C8**

### pe 12.4. klo 14.45–16.15

Outi Hakola: *Ikuisesti kuolematon Hollywood? Yleisön reaktiot generatiivisen tekoälyn käyttöön elokuvateollisuudessa*

Saara-Maija Kallio, Anne Soronen & Eliisa Vainikka: *Käsikirjoittajien asennoituminen oman työn ja televisio- ja elokuva-alan dataistumiseen*

Anssi Männistö: *Automaattisten sisällönkuvausten laatiminen suurten valokuvatietokantojen valokuville koneoppimisen avulla*

### pe 12.4. klo 16.30–18.00

Laura Ahva, Pauliina Penttilä & Liisa Ovaska: *Iltalehden toimituksen ja yleisön pelillistynyt suhde analyytiikan aikakaudella*

Visa Noronen: *Pohjoismaisten uutisorganisaatioiden kehitys yleisödatan hyödyntäjänä*

Marko Siitonen, Anne Laajalahti & Päivi Venäläinen: *Kirjallisuuskatsaus: Automaatio journalistisessa työssä vuosina 2010–2019*

Olli Sotamaa, Taina Myöhänen & Heikki Tyni: *Pelialan data-analytiikkaan liittyvä tunnettyö*

### la 13.4. klo 9.00–10.30

Kaarina Nikunen, Karoliina Talvitie-Lamberg & Sanna Valtonen: *Datafied media environment, vulnerability and algorithmic everyday: contributions of multi-method approach in media research*

Rebekah Rousi, Joni-Roy Piispanen & Tinja Myllyviita: *Death becomes her – afterlife in the algorithms*

Stefanie Sirén-Heikel: *Automating Television News: Audiovisual Perspectives on Negotiating Journalistic Quality*

# Työryhmäabstraktit

**Laura Ahva**, Tampereen yliopisto; **Pauliina Penttilä**, Tampereen yliopisto & **Liisa Ovaska**, Tampereen yliopisto

## **Iltalehden toimituksen ja yleisön pelillistynyt suhde analytiikan aikakaudella**

Yleisöanalytiikan myötä toimittajien käsitys yleisöstä on muuttunut algoritmiseksi ja mitattavaksi (Anderson 2011): toimittajat tulkitsevat käyttödatan perusteella yleisön mielenkiinnon kohteita, ja ottavat nämä näkemykset huomioon tuottaessaan sisältöjä. Analytiikka seuraaminen on tuonut toimitustyöhön pelillisiä elementtejä (Lischka & Garz 2023; Petre 2021). Tässä esityksessä pureudumme siihen, millaisia pelillisiä piirteitä yleisöanalytiikka tuo Iltalehden toimitustyöhön, miten yleisö näihin suhtautuu ja mitä tämä kertoo journalismin yleisösuhteesta.

Esityksemme nojaa keväällä 2023 Iltalehden toimituksessa kerättyyn etnografiseen aineistoon sekä 21 Iltalehden lukijan ryhmähaastatteluihin ja viikon mittaisiin ryhmächatkeskusteluihin. Aineistoissamme niin toimittajat kuin yleisön jäsenet käyttivät peleihin liittyviä metaforia: toimittajat hoitivat jutut ”maaliin”, ja yleisöryhmissä klikkiotsikointi koettiin ”uutisoinnin pelillistämisenä”.

Kun toimittajat tuottavat ja yleisöosallistujat kuluttavat Iltalehden sisältöjä, he osallistuvat puheenaihepeliksi nimeämäämme peliin. Molemmat jakoivat käsityksen, että Iltalehti tuottaa jaettavaa todellisuutta julkaisemalla laajalla skaalalla artikkeleita, joita seuraamalla pystyy osallistumaan arkisiin keskusteluihin. Tästä nautittiin, mutta sitä pelatessa jännitettä tuotti kuitenkin se, että niin lukijat kuin toimituskin joutuivat puntaroimaan, mitkä aiheet ovat ”oikeita uutisia” ja mitkä eivät.

Puheenaihepeli avataan houkuttelevalla otsikoinnilla, mikä analyysimme mukaan on selkeän pelillinen mutta riskialtis elementti. Toimitus testasi ja arvuutteli otsikoiden menestymistä ja kehitti tietoisesti niiden houkuttelevuutta. Lukijat olivat kuitenkin oppineet lukemaan otsikoita eivätkä aina vastanneet kutsuun halutulla tavalla. He tulkitivat otsikossa olevia merkityksiä ja päättelivät sen perusteella, kannattaako se lukea. Joskus erehtyminen klikkaamaan itselle epärelevanttia juttua johti ”pikakrapulaksi” kuvattuun tunteeseen.

Puheenaihepeliä pyrittiin myös aktiivisesti pitämään runsaana ja hyvärytmisenä. Toimitus teki ”rynnäköiltä” eli julkaisi paljon juttuja arvioituina huippuaikoina ja ”ruokki” sivustolla olevien kävijöiden kiinnostusta täydentämällä juttutarjontaa. Yleisöosallistujat kävivät sivustolla usein, mutta vastasivat juttujen runsauteen yhä tarkemmalla juttujen valikoinnilla.

Tässä pelissä sekä toimittajat että yleisöosallistujat tuottivat kuvitelmaa yleisöstä (esim. Nelson 2021), joka on yllättävänkin passiivinen ja massamainen. Tämä aiheutti sekä toimittajissa että yleisössä ristiriitaisia tunteita, sillä kuva oli usein kielteinen: yleisöä näyttivät kiinnostavan ennen kaikkea kevyet ja sensaatiohakuiset aiheet.

**Outi Hakola**, Itä-Suomen yliopisto

## **Ikuisesti kuolematon Hollywood? Yleisön reaktiot generatiivisen tekoälyn käyttöön elokuvateollisuudessa**

Tietokoneavusteisuus on ollut osa audiovisuaalista kulttuuria jo 1950-luvulta asti, jolloin elokuvateollisuus alkoi käyttää tietokoneita luomaan kuvitteellisia maailmoja, efektejä ja hamoja. Viimeisen kymmenen vuoden aikana koneoppimiseen ja algoritmeihin perustuva generatiivinen tekoäly on saanut jalansijaa elokuvatuotannoissa, kun todellisiin esikuviin pohjautuvien kuvien ja äänien realismi on noussut uudelle tasolle. Elokuvatuotannoissa näitä mahdollisuuksia on käytetty tunnettujen hahmojen, kuten Indiana Jonesin, nuorentamisena tai jo kuolleiden henkilöiden, kuten Carrie Fisherin, palauttamisena valkokankaalle. Esimerkiksi dokumenttielokuva *Roadrunner: A Film About Anthony Bourdain* (2021) sisältää kohtauksen, jossa edesmennyt julkiskokki puhuu kameralle siten, että 'haastattelu' on generoitu hänen aiempien puheidensa, tallennetun äänen ja kasvokuvien pohjalta.

Tällaiset tekoälyn käyttötavat ovat herättäneet julkista keskustelua, onko kunnioittavaa hyödyntää kuolleen näyttelijän henkilökohtaisia ominaisuuksia yhä uusissa tuotannoissa. Eettisten kysymysten ohella käytännöt luovat representaatioita digitaalisesta kuolemattomuudesta, jotka voivat vaikuttaa mielikuviimme siitä, miten vanhenemiseen ja kuolemiseen tulisi suhtautua ja missä suhteessa voimme päättää omasta kuolemattomasta digitaalisesta läsnäolostamme. Tutkimalla tekoälypohjaisia representaatioita jatkuvasta, jopa kuoleman ylittävästä, läsnäolosta pohdin, näkevätkö mediakäyttäjät nämä käytänteet uhkana vai mahdollisuutena audiovisuaalisessa mediassa.

Esitelmässäni argumentoin, että yleisöjen reaktiot tulevat ratkaisemaan, tulevatko tämänhetkiset generatiivisen tekoälyn käytännöt leviämään tai unohtumaan mediatuotannoissa. Nostan esimerkeiksi jo mainitut Anthony Bordain -elokuvan, Indiana Jones and the Dial of Destiny (2023) sekä uusien Star Wars -elokuvien tavat pitää alkuperäisen trilogian hahmoja osana tarinamaailmaa. Elokuvaesitysten ohella analyysin kohteeksi nousivat näistä tapauksista käyty mediakeskustelut (uutiset, blogit, sosiaalinen media). Analyysiä ohjaa Anna Cristina Pertierra (2018) tapa soveltaa media-antropologiaa digitaaliseen aikaan. Hänen mukaansa mediaesityksiä ja niiden vuorovaikutusta yleisön kanssa tulee lähestyä verkostona, jossa erilaiset toimijat, käytännöt, kokemukset ja julkiset diskurssit kietoutuvat yhteen. Tutkimalla yleisöjen reaktioita valittujen elokuvien tapaan käyttää tekoälyä nuorentamaan tai herättämään henkiin tunnettuja henkilöitä ja heidän hahmojaan, nostan esille yleisöjen huolia ja odotuksia tekoälypohjaiselle mediakulttuurille.

**Saara-Maija Kallio**, Tampereen yliopisto; **Anne Soronen**, Tampereen yliopisto & **Eliisa Vainikka**, Tampereen yliopisto.

### **Käsikirjoittajien asennoituminen oman työn ja televisio ja elokuva-alan dataistumiseen**

Dataperusteisesta päätöksenteosta ja alustoitumisesta on tullut kiinteä osa elokuva- ja TV-alan tuotantoprosesseja (esim. Navar-Gill 2020). Suoratoistopalvelujen yleistymisen, draamasarjatuotannon kasvu (Grundström ym. 2020), työkäytäntöjen dataistuminen ja generatiivisen tekoälyn ympärillä käyvä vilkas keskustelu muovaavat niin alan toimintaympäristöjä kuin yksittäisten ammattilaisten näkemyksiä siitä, millaiselta alan tulevaisuus näyttää. Tutkimuksemme tuottaa tietoa siitä, miten suomalaiset käsikirjoittajat näkevät tekoälyn hyödyt ja riskit sekä käsikirjoittaja-ammatin tulevaisuuden dataistumisen tuomien muutosten keskellä. Tilaus- ja tuotantoprosesseissa käsikirjoitusversiot ovat usein neuvottelun kohde, minkä vuoksi hahmotamme dataistumisen merkitystä myös tilaajien näkemysten valossa.

Aineistomme muodostuu sekä etnografisesta havainnoinnista että käsikirjoittajien (N = 13) ja tilaajien (N = 4) puolistrukturoidusta teemahaastattelusta, jotka toteutettiin maaliskuussa 2023.

Temaattinen analyysimme kohdistuu siihen, millaisia asennoitumisia haastateltavilla oli ChatGPT:n kaltaisten tekoälysovellusten ja data-analytiikan käyttöön. Asennoitumisilla viittaamme Perrinin (2015) tapaan sellaiseen arviointiin ja harkintaan, jota tutkimukseen osallistujat tuovat esiin mielipiteinään, näkemyksinään tai tunnekokemuksinaan ja jota ohjaavat ammatilliset arvot ja periaatteet.

Aineistomme perusteella suomalaiset käsikirjoittajat suhtautuvat tekoälyyn funktionaalisesti, kriittisesti ja kiinnostuneesti. Siinä missä inhimillisistä kokemuksista ja maailman havainnoimisesta ammentaminen nähdään uskottavien tarinoiden ja henkilöhahmojen luomisen takeena, mielletään tekoäly työväliseksi, joka toimii parhaiten ideoiden kehittämissä ja synopsisten laadinnassa.

Tekoälyn käyttö vaatii osaamista, tulkintaa ja aikaa, mutta se voi myös nopeuttaa joitain työvaiheita. Tekoälyn tuottama materiaali mielletään todennäköisyyksille perustuvaksi, toisteiseksi tai keskinkertaiseksi. Tekoälyn potentiaalisesti aiheuttaman "ammatillisen uhkan" sijaan käsikirjoittajien tulevaisuusnäkymissä korostuivat enemmän huoli tuotantojen riittävistä resursseista ja striimauspalvelujen tilauskantojen määrästä sekä ajoittaiset jännitteet tai epäselvyydet siitä, miten viimekätiset käsikirjoitustapa- päätökset tehdään.

#### **Lähteet:**

Grundström, H. ym. (2020). Catching up with our Nordic peers: The rising demand for Finnish drama series and its impact on local film and television production companies. *Journal of Scandinavian*

Cinema, 10(2), 101–119. [https://doi.org/10.1386/jsca\\_00017\\_1](https://doi.org/10.1386/jsca_00017_1)

Navar-Gill, A. (2020). The Golden Ratio of Algorithms to Artists? Streaming Services and the Platformization of Creativity in American Television Production. *Social Media + Society*, 6(3). <https://doi.org/10.1177/2056305120940701>

Perrin, D. (2015). Investigating the backstage of newswriting with process analysis. Teoksessa: Paterson, C., Lee, D., Saha, A. & Zoellner, .A (toim.) *Advancing Media Production Research*. Palgrave Macmillan UK, 161–177.

**Anssi Männistö**, Tampereen yliopisto

### **Automaattisten sisällönkuvausten laatiminen suurten valokuvatietokantojen valokuville koneoppimisen avulla**

Esittelen työpajassa koneoppimiseen ja tekoälyyn perustuvan, suurten kuvatietokantojen valokuvien analysoimiseen soveltuvan mallin ja käyttöliittymän prototyypin. Sitä käyttämällä voidaan luokitella kymmenien muuttujien avulla satojatuhansia kuvia sisältävän arkiston kuvia ja etsiä halutunlaisia kuvia. Mallin tuottamaa informaatiota voidaan hyödyntää myös yksityiskohtaisten ja automaattisten kuvailutekstien luomiseen kuville.

Analyysinmalli ja sen käyttöliittymän prototyyppi on kehitetty johtamassani monitieteisessä tutkimushankkeessa (Suomen Akatemian INSO-rahoitus). Tutkimusryhmämme hyödynsi tunnettuja valokuvan sisällönanalyysin teorioita (ks. lähdeluettelo) ja loi niiden avulla mallin, joka sisältää noin 30 keskeistä muuttujaa ja niiden arvot. Sen jälkeen etsimme avoimeen lähdekoodiin perustuvia koneoppimisen algoritmeja, joiden avulla noita muuttujia voidaan määrittellä kuvista. Muuttujien valikoimaan kuuluvat mm. seuraavat: henkilöiden, objektien ja ympäristön tunnistaminen; henkilöiden määrien, sukupuolen ja keskinäisen etäisyyden arvioiminen; kuvan päähenkilön ja hänen katseensa suunnan sekä henkilöiden ja objektien sijainnin määrittäminen kuvan sisällä.

Konkreettinen esimerkki kehittämämme prototyypin hyödyistä ja käyttötarkoituksesta on automaattisten sisällönkuvailutekstien (ns. alt-tekstit) luominen suuren kuva-arkiston kuville. Tätä koskeva EU direktiivi tuli voimaan vuonna 2000. Tällä hetkellä ei ole olemassa edullisia ja tehokkaita menetelmiä näiden kuvailutekstien tuottamiselle, mikä aiheuttaa ongelmia kuvien hallinnoivien muistiorganisaatioiden toiminnalle (esim. museot, kuva-arkistot ja mediatalot). Tutkimushankkeessamme loimme kolmen eri algoritmin avulla sisällönkuvailutekstejä suomalaisten TK-miesten toisen maailmansodan aikana ottamille n. 160 000 kuvalle (ns. SA-kuva-arkisto). Alkuperäiset tekstit olivat suurelta osin ylimalkaisia kuvasisällön osalta ja kuvatekstejä puuttui noin 15%:sta kuvista. Esityksessäni vedän yhteen kokemuksiamme: algoritmipohjaisten kuvailutekstien luomisen vahvuuksia kuin myös tämänhetkisiä pullonkauloja.

Lähteet:

Bell, Philip (2004). "Content analysis of visual images". In: *Handbook of visual analysis*.

Bell, Philip, and Marko Milic (2002). *Goffman's gender advertisements revisited: Combining content analysis with semiotic analysis*.

Kress, Gunther R., and Theo Van Leeuwen (1996). *Reading images: The grammar of visual design*.

Rose, Gillian (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*.

**Kaarina Nikunen**, Tampereen yliopisto; **Karoliina Talvitie-Lamberg**, Jyväskylän yliopisto & Sanna Valtonen, **Tampereen yliopisto**.

### **Datafied media environment, vulnerability and algorithmic everyday: contributions of multi-method approach in media research**

Our research project IDA (Intimacy in a data-driven culture) examines how datafication affects people's everyday life in different ways. The research maps experiences of digital everyday life and the data practices of various media platforms and services, also focusing on understanding what kind of new types of infrastructural connections, intimacies and vulnerabilities datafied media environment creates.

Our research material consists of interviews and diaries of a total of 87 aging, unemployed and undocumented people. In addition, the material contains interviews with government officials and

photographic and data leakage workshops. The research is focused on groups that are often considered vulnerable due to their life situation or digitalization-related competencies (Hokkanen et al. 2020). Thus, the research sheds light on the possible discriminatory effects built on the axis of invisibility and heightened visibility in a data-driven culture (Taylor & Broeders 2015). The study also highlights the materiality and economic dimensions of the media in the experiences of inequality.

One of the goals of our paper is to think more broadly about what kind of understanding our research method can contribute to the field of datafication research. As Helen Kennedy et al. (2018) state, datafication is often viewed from a technology perspective, which fails to capture the different ways in which people experience and relate to datafied media systems. Human-oriented research can, for example, locate the feelings and experiences that 'automated media' (Andrejevic 2020) evokes and map different practices that people develop when engaging with data-driven, algorithmic media environments. However, researching datafication at the everyday level is not easy and creates many challenges in terms of how data can be approached and understood. It requires a combination of different methods and a constantly reshaping methodological approach (Savolainen 2023).

Finally, we consider how the knowledge gained in this study about the experiences of data collection, data leaks and datafication affects the perception of the media environment in general. These experiences are intertwined with questions about transparency and trustworthiness, but also about the possibilities of the so-called marginalized and vulnerable groups to engage in society, which carries wider implications in terms of social justice and democracy.

**Visa Noronen**, Jyväskylän yliopisto

### **Pohjoismaisten uutisorganisaatioiden kehitys yleisödatan hyödyntäjänä**

Uutismediat voivat data-analytiikan avulla tuottaa tarkemmin sisältöä, joka vastaa niiden eri yleisöjen tarpeita. Perinteiset mediat ovat kohdanneet vaikeuksia yrittäessään ymmärtää hallussaan olevaa yleisödataa, mikä olisi edellytys journalististen tuotteiden tarkemmalle kehittämiselle.

Tutkimuksessani dokumentoin, miten tilauspohjaisten medioiden uutisorganisaatiot muissa kuin markkinoidensa suurimmissa mediaryhmissä hyödyntävät metriikkaa, data-analytiikkaa ja metriikkaan pohjautuvia tekoälyratkaisuita ja miten ne näkevät kehittymisensä tällä alueella.

Suuri osa tutkimuskirjallisuudesta keskittyy markkinajohtajiin ja englanninkielisissä maissa toimiviin uutistoimistoihin, joten tässä tutkimuksessa pyritään täyttämään tutkimusaukko keskittymällä muunlaisiin toimijoihin.

Haastattelin 16 asiantuntijaa 14 uutisorganisaatiosta Tanskassa, Suomessa, Norjassa ja Ruotsissa. Maiden mediamaisemia yhdistää moni tekijä: Pohjoismaiden mediamarkkinat ovat esimerkiksi digitaalisesti kypsiä ja tilauspohjainen verkkomedia on elintärkeää. Cherubinin ja Nielsenin (2016) kehittämän tasojaon avulla kuvaan, miten tarkastelemieni medioiden analytiikkavalmiudet kehittyivät. He luokittelevat uutisorganisaatiot jatkumolla alkeis- (rudimentary), yleiseen (general) ja toimitukselliseen (editorial) kehitystasoon analytiikkakykyjen mukaan.

Alkeistasolla uutisorganisaatiolla on usein erilaisia digityökaluja tietojen keräämiseen, mutta siltä puuttuu asiantuntemus tietojen ymmärtämiseen ja tehokkaaseen käyttöön. Kun uutisorganisaatio siirtyy alkeistasolta yleiselle, se vähentää seuraamiensa suorituskykyindikaattoreiden (KPI) määrää ja oppii samalla hyödyntämään niitä paremmin. Uutisorganisaatio etenee toimitukselliselle tasolle, kun se alkaa yhdistää eri lähteistä saatuja tietoja – lähinnä käyttäytymistietoja ja tilaajatietoja – luodakseen uutta ymmärrystä eri yleisöjensä tarpeista.

Tutkimuksessa havaitsin, että pienemmän uutisorganisaation kehittyminen data-analytiikan hyödyntäjänä on erityisen vaativaa toimituksen johdolle, koska pienissä uutistoimituksissa johdolla ei välttämättä ole käytössään asiantuntijoita, joita se voisi kuulla päätöksiä tehdessään. Pienellä uutisorganisaatioilla on kuitenkin joitakin selkeitä etuja suurempiin verrattuna digitalisoidessaan uutistuotantoa. Esimerkiksi tiedon siiloutuminen on niissä epätodennäköisempää.

Cherubini, Federica ja Rasmus Kleis Nielsen. 2016. "Editorial Analytics: How News Media are Developing and Using Audience Data and Metrics". Reuters Institute for the Study of Journalism.

**Rebekah Rousi**, Vaasan yliopisto; **Joni-Roy Piispanen**, Vaasan yliopisto & **Tinja Myllyviita**, Vaasan yliopisto

### **Death becomes her – afterlife in the algorithms**

Discussions about artificial intelligence (AI) generated companions are on the rise. From Replika to Character.ai, online AI buddies are being probed and debated for a number of reasons: social health, addiction, violence, personality disorders (narcissism), privacy as well as other ethically related concerns. These applications, enabled by generative AI, can virtually manifest completely new beings, while at the same time animating favourite characters and even dead celebrities and loved ones. It was the story of Luka CEO Eugenia Kuyda, who back in 2016 resurrected her best friend Roman after being killed in a hit and run accident, via a team of software engineers training a chatbot with old text messages, that fuelled the development behind Replika. Around the same time (January 2016), rock legend David Bowie died of cancer leaving a fresh legacy of carefully orchestrated creativity in his final album Black Star. While Roman had no choice in his fate, nor in the way his personal data was used posthumously, the calculation and expression of Bowie's efforts were as though he consciously attempted to shift his soul into his art and the Internet. Coincidentally, also in 2016, the seedlings of Hereafter.AI were made when software developer James Vlahos' father died of cancer. Several years have passed, and the idea of reviving celebrities, loved ones, and indeed building one's own AI is now a reality. This presentation focuses on ethical engagement with grief tech and the desire to be posthumously succeeded by AI clones. In the presentation, media discussions are analysed in terms of how not simply dead loved ones may live on, but motivations behind wanting one's own personal data to be used for afterlife revival. This phenomenon ties into greater debates over an individual's control over their personal data, and agency in its use.

**Marko Siitonen**, Jyväskylän yliopisto; **Anne Laajalahti**, Jyväskylän yliopisto & **Päivi Venäläinen**, Jyväskylän yliopisto

### **Kirjallisuuskatsaus: Automaatio journalistisessa työssä vuosina 2010–2019**

2010-luvulla algoritmipohjainen journalismi, jota on kutsuttu myös "robottijournalismiksi" tai "automatoituksi journalismiksi", sai enenevässä määrin huomiota osakseen. Voidaankin sanoa, että niin kutsuttu algoritmien käänne (Napoli, 2014) on perustavanlaatuisesti muuttanut journalistisen työn luonnetta. Myös akateeminen kiinnostus algoritmien vaikutuksesta journalismiin ja journalistiseen työhön on kasvanut käsi kädessä näiden algoritmien jokapäiväisen käytön kanssa. 2010-luku oli tässä suhteessa ratkaiseva vuosikymmen. Esimerkiksi vasta 2010-luvun jälkipuoliskolla tuli mahdolliseksi tehdä tutkimusta, joka hyödyntää luonnollista dataa todellisista työelämän konteksteista (esim. Thurman, Dörr & Kunert, 2017).

Tämä kirjallisuuskatsaus kohdistuu sellaisiin vertaisarvioituihin tutkimusraportteihin (N = 62), jotka käsittelevät automatisoituja algoritmeja journalistisessa työssä. Katsauksemme keskittyy ensimmäiseen vuosikymmeneen (2010–2019), jolloin automatisoitu journalismi sai jalansijaa. Analyysissä tunnistetaan ne merkittävimmät näkökulmat tai teemat, joita automatisoidun journalismin tutkimuksessa on tutkittu, sekä tutkijoiden ehdottamat tulevaisuuden tutkimustarpeet. Analyysin perusteella automatisoidun journalismin tutkimuksessa keskeisiä teemoja ovat olleet:

- Algoritmisten työkalujen testaus ja kehittäminen
- Journalistisen työn ohjeistusten ja käytänteiden kehittäminen
- Asenteet ja teknologian hyväksyminen
- Yhteiskunnalliset ja makrotason keskustelut tekoälystä ja journalismin tulevaisuudesta

Tutkijoiden tunnistamia uusia tutkimussuuntia tai -tarpeita liittyvät puolestaan seuraaviin aihealueisiin:

- Kohderyhmät ja sidosryhmät – eli keitä tulevaisuudessa tulisi tutkia
- Esiin nousevat teemat ja ilmiöt – eli mitä tulevaisuudessa tulisi tutkia
- Lähestymistavat ja metodologiat – eli miten näitä aiheita tulisi tutkia

Katsaus auttaa luomaan kokonaisvaltaisen kuvan mahdollisista tulevaisuuden suunnista algoritmiavusteisen journalistisen työn kontekstissa.

Kirjallisuus:

Napoli, P. M. (2014). Automated media: an institutional theory perspective on algorithmic media production and consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340–360.

Thurman, N., Dörr, K., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing: professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital Journalism*, 5(10), 1240–1259. <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>

**Stefanie Sirén-Heikel**, Helsingin yliopisto

### **Automating Television News: Audiovisual Perspectives on Negotiating Journalistic Quality**

Legacy news broadcasters are leveraging automation and AI in television news production to maintain high-quality broadcast products while reorienting towards an online-first mindset. Simultaneously, broadcasting technologies are rapidly evolving, moving towards cloud-based systems. These shifts necessitate substantial alterations in broadcast production, including the reallocation of limited resources, the redefinition of work roles and skills, and the reimagining of news products. This presentation explores a case study of a change project within a news organization that is implementing automation and AI in broadcasting. The study aims to distill the core tenets of what quality means when producing broadcast news, and how this is negotiated when work processes are reconfigured. By focusing on a transition point, the study investigates how audiovisual staff assert their position in journalism in a changing media landscape, and problematizes the omission of “peripheral” perspectives on journalistic news production.

**Olli Sotamaa**, Tampereen yliopisto; **Taina Myöhänen**, Tampereen yliopisto & **Heikki Tyni**, Tampereen yliopisto

### **Pelialan data-analytiikkaan liittyvä tunnettyö**

Monen muun luovan alan tapaan peliteollisuuden pohjalla vaikuttaa erityinen tunnedynamiikka. Jo pelialan työpaikkailmoitukset paljastavat, että pelialan työntekijöiden oletetaan suhtautuvan intohimoisesti peleihin ja kulloinkin kyseessä oleviin pelistudioihin ja pelaajayhteisöihin (Kerr & Kelleher 2015). Tämän vaatimuksen työhön kohdistuvasta spesifistä tunnerakenteesta voi myös nähdä legitimoivan tiettyjä työntekemisen tapoja ja luovan hierarkioita pelialan ammattilaisten välille (Harvey & Shepherd 2017). Viimeisen vuosikymmenen aikana data-analytiikan merkityksen nopea kasvu on kutsunut pelintekijöitä uusiin, emotionaalisesti ja affektiivisesti ladattuihin neuvotteluihin identiteetistä, luovuudesta ja työn mielekkyydestä.

Esityksessä avaamme pelianalytiikkaan liittyvän tunnettyön teemoja perustuen tekemiimme suomalaisten pelialan ammattilaisten haastatteluihin. Haastatteluaineisto on kerätty osana Strategisen tutkimuksen neuvoston rahoittamaa hanketta IDA: Intiimiys datavetoisessa kulttuurissa. Datavetoisten pelituotantoprosessien yleistymisen on yhteydessä pelialan muuttuviin monetisaatiomalleihin ja pelijakelun alustaistumiseen. Aineistomme perusteella suhtautuminen muutokseen on kahtalaista: samaan aikaan kun data-analytiikan vakiintuminen arkipäiväiseksi työkaluksi auttaa kohdistamaan työpanosta olennaiseen ja kehittämään osaamista, datavetoisuus tuottaa myös hämmennystä, turhautumista ja ylimääräistä työtä. Datan käyttötapoja muokkaavat kehityskulut monilla eri tasoilla: yksilöiden päätöksiin voivat vaikuttaa muun muassa data-analytiikkaan liittyvät yleiset ennakkoluulot, kansainvälisen pelialan yleiset konventiot, kyseessä olevan pelistudion orientaatio ja yksittäisen ammattilaisen aiemmat kokemukset (Sotamaa, Tyni & Myöhänen 2023). Data-analytiikan yleistymisen ei yksin muuta pelialan luovia prosesseja tai haasta perinteisiä ammatti-identiteettejä, vaan aineistomme perusteella datan hyödyntäminen pakottaa pelialan työläisiä arvioimaan uudelleen myös niitä tapoja, joilla pelejä, työtä ja luovuutta ylipäätään käsitteellistetään.

Kirjallisuus

Harvey, A., & Shepherd, T. (2017). When passion isn't enough: gender, affect and credibility in digital games design. *International Journal of Cultural Studies*, 20(5), 492-508.

Kerr, A., & Kelleher, J. D. (2015). The recruitment of passion and community in the service of capital: Community managers in the digital games industry. *Critical studies in media communication*, 32(3),

177-192.

Sotamaa, O., Tyni, H., & Myöhänen, T. (2023). 'Even if the algorithm is a terrible workmate, you just need to learn to live with it': Perceptions of data analytics among game industry professionals. *European Journal of Cultural Studies*.