



Media Managers - Leading or Resisting the Change
&

“emmaForesight” - European Media Foresight

MATKARAPORTTI

Prepared for: Media-alan tutkimussäätiö

Prepared by: VTT Marja Heinonen

6. August 2024

MATKARAPORTTI

Matkan tekijä

VTT Marja Heinonen
marja.heinonen@gmail.com
Puh +358 5066789

Matkan tarkoitus

Matkan tarkoitus oli osallistua mediajohtamisen tutkimisen ja kehittämisen kansainväliseen emma-konferenssiin 5.-8.6.2024 Hollannissa, Leeuwardenissa. Tämän vuoden teema oli *“Media Innovation and Transformation: Understanding and Envisioning the Future of Media Management”*.

“The European Media Management Association (emma) is an international not-for-profit academic organization that was founded in 2003 to support growth in media management research, scholarship and practice throughout Europe and around the world.

Konferenssissa minulla oli kolme eri roolia:

- 1) **Media Managers - Leading or Resisting the Change -tutkimuspaperin esittely European Media Management Association (EMMA) -konferenssissa 5.-8.6.2024.** Paperi pohjautuu Media-alan tutkimussäätiön rahoittamaan tutkimukseen vuonna 2023. Paperi hyväksyttiin konferenssiin vertaisarvioinnin perusteella maaliskuussa 2024.
- 2) **“emmaForesight” – Designing a periodic foresight exercise on European media futures” -workshopin valmistelu ja toteutus konferenssissa.** “emmaForesight” on eurooppalaisten medioiden tulevaisuutta tarkasteleva kansainvälinen ainutlaatuinen ennakointihanke, jota olemme käynnistämässä kansainvälisen nimekkään ryhmän kanssa. Minut pyydettiin mukaan erityisesti tuomaan näkemystä median digimurroksesta ja sen johtamisesta medioissa.
- 3) Puheenjohtajuus yhdessä konferenssin 29 tutkimussessiossa, jossa esiteltiin neljä tutkimushanketta ja käytiin niistä keskustelua.

Matkan ydinanti

Tutkimuspaperissa **Media Managers - Leading or Resisting the Change** esittelin keväällä 2023 tekemäni tutkimuksen tuloksia. Tilaisuus oli tärkeä mahdollisuus saada tutkimukselle kansainvälistä akateemista julkisuutta. Media-alan tutkimussäätiön rahoittamassa hankkeessa tutkin suomalaisten päätoimittajien suhdetta innovaatioihin eli uusien asioiden tuomiseen organisaatioon. Tutkimuksen pohjana oli suomalaisten medioiden päätoimittajille huhtikuussa 2024 lähetetty online-kysely. Kokonaisuutta täydensin laadullisella tutkimuksella, jossa haastattelin Sanomalehti Karjalaisen toimituksen esimiehiä. Karjalainen on voimakkaasti panostanut toimintatapojen uudistamiseen vuodesta 2018 lähtien.

Keskeinen teoria tarkastelussa oli *Upper Echelons -teoria*, jonka mukaan mm. ylimmän johdon henkilökohtaiset arvot ja taustatekijät heijastuvat organisaation toimintaan (Hambrick & Mason, 1984).

Keskeisin tulos päätoimittajien online-kyselystä oli ilmaan jäänyt iso kysymys siitä, mistä he ammentavat näkemyksensä uusien asioiden tuomiseen organisaatioon, kun enemmistö vastaajista käytti vähemmän kuin tunnin viikossa uusiin asioihin perehtymiseen tai oman toimintansa arviointiin. Silti päätoimittajat näkivät roolinsa keskeisenä uusien asioiden tuomisessa organisaatioon. Erillisenä innovatiivisuuden alueena esittelin tarkastelun medioiden suhteesta kestäväen kehityksen kysymyksiin. Päätoimittajat eivät tutkimuksessa kokeneet organisaatioiden olevan innovatiivisia kestäväen kehityksen kysymyksissä eivätkä uskoneet kestävyuden olevan keskeinen tekijä niiden kilpailukyvyn kannalta lähivuosina.

Esittelin myös Sanomalehti Karjalaisen päätoimittajakyselyä täydentävän osion keskeisiä tuloksia. Ytimessä olivat johdon näkemykset omasta toiminnastaan Karjalaisen muutosprosessissa. Karjalaisen esimiehet kokivat olevansa ennen kaikkea mahdollistajia toimituksen väelle, suosivat kokeilemisen kulttuuria sekä toimivat avoimuuden ja rehellisyyden periaatteilla. Tiivistettynä he halusivat antaa tilaa ja rohkaista työntekijöitä. Toin esille myös Sanomalehti Karjalaisen johtamisen kriittisiä kohtia. Miinuspuolelle jäivät kouluttautumisen tukemisen puute sekä rajallinen media-alan kehityksen seuranta.

Loppuun heitin yleisölle seuraavat kysymykset pohdittavaksi innovaatioiden edistämiseksi:

- Eikö olisi hyvä, jos toimitusten johdossa olisi eri-ikäisiä ihmisiä (tutkimuksessa lähes kaikki olivat yli 50-vuotiaita)?
- Jos uudet vaikutteet eivät tule organisaation ulkopuolelta, eikä uusiin asioihin perehtymiseen käytetä aikaa, mistä innovaatiot kumpuavat päätoimittajien ajatteluun?
- Kestävä kehitys on yhä erillinen alue mediassa eikä sitä koeta tärkeäksi tulevaisuuden kannalta. Miten tämä saadaan muutettua, kun yleisesti kestävä kehitys nähdään keskeisenä ja tärkeänä?

Esitys herätti vilkasta keskustelua erityisesti siitä, millä edellytyksillä uusia innovaatioita saadaan edistettyä organisaatioissa ja millainen rooli tässä on median johdolla.

“emmaForesight” – Designing a periodic foresight exercise on European media futures” -workshop

kokosi n. viisitoista mediajohtamisen asiantuntijaa eri puolilta Eurooppaa pohtimaan sitä, millaisella ennakkointiraportilla emma voi tuottaa eniten lisäarvoa mediasektorille. Ennen workshopityöskentelyä oli teemasta kolme pohjustavaa esitystä, joista pidin yhden. Esittelin kokemuksia Suomessa Media-alan tutkimussäätiön rahoittamasta, Capful-tutkimuslaitoksen toteuttamasta ennakkointiraportista Suomessa.

Pohdin myös, mitä mahdollisuuksia emma:lla on tarjota omista lähtökohdistaan ennakointiraportti tulevaisuudessa:

- Kartoittaa mediatrendejä ja epävarmuuksia ainutlaatuisella tavalla
- Rakentaa vaihtoehtoisia skenaarioita median tulevaisuudesta
- Haastaa mediasektori uusilla näkökulmilla
- Tunnistaa uusia kasvualueita mediasektorilla
- Toimia sillanrakentajana tutkimuksen ja teollisuuden välillä
- Luoda uusia ennakoinnin välineitä strategiatyöhön ja johtamiseen

Workshop oli lähtölaukaus Euroopan tasoiselle median tulevaisuutta luotaavalle katsaukselle ja tarjosi minulle näköalapaikan eurooppalaiseen mediajohtamisen tutkimusta koskevaan kehitykseen ja mahdollisuuden tuoda suomalaista media-alan ajattelua mukaan kokonaisuuteen. Nyt workshopissa liikkeelle lähteneen ennakointihankkeen tavoitteena on luoda vuosittain ilmestyvä ennakointiraportti, joka hyödyntää globaalin mediajohtamisen tutkijaverkoston osaamista ja verkostoja. Lähestyminen on ainutlaatuinen ja toteutuessaan tuottaa paljon lisäarvoa.

Workshopin keskeisiä yleisen tason keskusteluteemoja olivat:

- Painopiste alan tarpeissa hypetyksen sijaan.
- Teknologiakehitystä ja sen sosiaalisia vaikutuksia pyritään tarkastelemaan pitkällä aikavälillä ja kriittisellä otteella.
- Pyritään välttämään lyhyen tähtäimen mediainnovaatioita ja sen sijaan painottamaan kestäväää ja kontekstiin sidottua akateemista tarkastelua. Akateeminen tutkimus on parhaimmillaan keskipitkän ja pitkän tähtäimen tarkastelussa.

Projektin konkreettinen seuraava askel on esitellä hanketta emma talks -formaatisissa eli verkon kautta väitetyssä keskustelutilaisuudessa syys-lokakuussa. Tavoitteena on tehdä hanketta tunnetuksi ja sitouttaa emman jäsenistöä laajemmin mukaan. Tavoite on myös hyödyntää emman vuosikonferenssin tutkimusabstrakteja ajankohtaisten ennakointiteemojen tunnistamiseksi.

Media-alan tutkimussäätiön matka-apuraha teki konferenssiin osallistumisen mahdolliseksi. Henkilökohtaisesti tutkijana ja media-alan asiantuntijana konferenssi oli kokonaisuutena tärkeä paikka verkostoitua ja käynnistää uusia kansainvälisiä yhteistyöhankkeita mediajohtamisen kehittämiseksi. Konferenssi oli myös ainutlaatuinen tilaisuus viedä suomalaista mediaosaamista ja -tekemistä maailmalle ja tuoda uusia vaikutteita Suomeen.

MEDIA-ALAN  TUTKIMUSSÄÄTIÖ
