



Matkaraportti
ANZMAC 2018

Hanna Reinikainen, väitöskirjatutkija
Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu

Osallistuin joulukuussa 2018 Australian & New Zealand Marketing Academyn (ANZMAC) konferenssiin sekä konferenssia edeltävään jatko-opiskelijoiden seminaariin Adelaidessa, Australiassa Media-alan tutkimussäätiön myöntämän matka-apurahan turvin. Vuodesta 1998 asti järjestetty ANZMAC toi tällä kertaa yhteen noin 350 sosiaalisen median ja markkinoinnin tutkijaa ja asiantuntijaa eri puolilta maailmaa.

Doctoral Colloquium 1.-2.12.2018

Ennen varsinaista konferenssia järjestettiin kaksipäiväinen, hyvin tiivis seminaari jatko-opiskelijoille. Doctoral Colloquium eli DC on erittäin hyvä kanava saada palautetta omalle väitöskirjatyölle. Jokaiselle osallistujalle oli osoitettu kaksi kokenutta mentoria, jotka lukivat ja antoivat sekä suullista että kirjallista palautetta opiskelijoiden töistä.

Oma paperini käsitteli kaupallista yhteistyötä tubettajien 360-videoilla. Aineisto tutkimukseen on kerätty osana Media-alan tutkimussäätiön rahoittamaa Vlogi360-projektia. Paperissa tarkastelen, kuinka 360-videon katsojat arvioivat toisaalta kaupallista yhteistyötä ja toisaalta ”immersiivistä parasosiaalisuuden kokemusta” tubettajan 360-videolla. Sain toiseksi mentorikseni Dr. Paul Ballantine Canterburyn yliopistosta, Christchurchista. Ballantine on kirjoittanut artikkeleita parasosiaalisesta vuorovaikutuksesta, joten hän ymmärsi teoriataustani erittäin hyvin ja antoikin siitä hyödyllistä palautetta. Toinen mentorini, Dr. Catherine Bentham Aucklandin yliopistosta, puolestaan keskittyi palautteessaan metodologiaan, mikä sekin on paperin jatkotyöstön kannalta erittäin tervetullutta.

Omien töiden lisäksi seminaariin kuului useita kiinnostavia luentoja. Itse osallistuin muun muassa laadullista tutkimusta käsittelevälle luennolle sekä vertaisarviointeja käsittelevälle luennolle. Lisäksi professori Stephen ”service dominant logic” Vargo piti meille pitkän alustuksen artikkeleiden kirjoittamisesta. Luennot olivat erinomaisia.

Olellainen osa DC:tä on tietenkin myös muihin jatko-opiskelijoihin tutustuminen. Seminaarin sosiaalista puolta ei kannata väheksyä lainkaan – nämä ovat tulevaisuuden kollegoita ja mahdollisia yhteistyökumppaneita. Ryhmä oli tänä vuonna loistava ja yhteishenki vahva.

Vertaistuen lisäksi DC tarjoaa myös erinomaisen tilaisuuden tutustua alan ”guruihin”. ANZMAC:issa mentorit ja luennoitsijat suhtautuvat jatko-opiskelijoihin erittäin ystävällisesti ja kannustavasti, ja se on hyvä tilaisuus päästä helposti juttusille oman alan huippututkijoiden kanssa.

ANZMAC-konferenssi 3.-5.12.

Kun olimme ensin pyörineet jatko-opiskelijoiden kesken perjantai-illasta sunnuntai-iltaan, oli maanantaiaamuna varsinaisen konferenssin aika. Osallistuin pääasiassa konferenssin Digital Marketing & Social Media -jaoksen sessioihin, joihin myös oma paperimme sijoittui.

Oman paperimme aiheena oli suosittelun tehokkuus tubettajien videoilla. Paperissa osoitetaan, kuinka yleisön osallistuminen, muiden käyttäjien kommentit sekä katsojien parasosiaalinen kokemus vaikuttaa kaupallisen yhteistyön tehokkuuteen, ts. aikomukseen ostaa tubettajan videolla suositeltu tuote tai palvelu. Paperissa on lisäksi kolme muuta kirjoittajaa: Juha Munnukka ja Vilma Luoma-aho Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulusta sekä Devdeep Maity Delaware State Universitysta.

Esittelin paperimme heti maanantaina. Sessiossa, johon sijoituimme, oli toinenkin vlogisuositusten uskottavuutta käsittelevä paperi, joten saimme aiheesta aikaan hyvää keskustelua. Tarkoituksena on työstää kevään 2019 aikana paperista tieteellinen artikkeli tarjolle Journal of Marketing Managementin erikoisnumeroon, joka keskittyy markkinoinnin tulevaisuuteen. Numeron vieraileva päätoimittaja oli paikalla sessiossamme, mikä tarjosi hyvän tilaisuuden keskustella numeron vaatimuksista.

ANZMAC tarjoaa muutenkin hyvät mahdollisuudet tavata eri julkaisujen päätoimittajia. Tänä vuonna paikalla olivat ainakin Journal of Marketing, Marketing Theory, Journal of Advertising Research, European Journal of Marketing ja Journal of Consumer Affairs -julkaisujen päätoimittajat. Kaikki olivat tavattavissa "Meet the Editors" -sessioissa.

Yksi konferenssin isoista ja kasvavista teemoista on selvästi social marketing. Kuluttajat kaipaavat yhä enemmän merkitystä elämäänsä, ja vastuullisuus näkyikin monissa esityksissä. Customer engagement on ANZMAC:ssa toinen vahva teema. Engagement-tutkimuksesta tunnetut Rod Brodie ja Jodie Conduit ovat australialaisia, joten ANZMAC:iin kannattaa ehdottomasti suunnata, mikäli keskustelu ja verkostoituminen näiden alan gurujen kanssa kiinnostaa.

Lopuksi

Kokonaisuutena olin konferenssiin erittäin tyytyväinen. ANZMAC:issa on välitön tunnelma ja keskustelut ovat kannustavia ja ne käydään hyvässä hengessä. Verkostoitumismahdollisuudet ovat erittäin hyvät – ja huvittavaa kyllä, myös suomalaisten kollegoiden kanssa. Matka Australiaan on pitkä, mutta tänäkin vuonna paikalla oli suomalaisia tutkijoita useista eri yliopistoista. Tämä oli toinen kertani ANZMAC:issa ja voin lämpimästi suositella sekä jatko-opiskelijoiden seminaaria että itse konferenssia. Tiiviit ja työntäyteiset, mutta erittäin opettavaiset ja antoisat päivät.

ANZMAC 2018 Conference Proceedings löytyy verkosta osoitteesta:

<https://anzmac2018.com/wp-content/uploads/2018/11/ANZMAC2018-Proceedings.pdf>