

Matkaraportti MoJoCon-konferenssista Galwaysta

Panu Karhunen

Reuters-instituutti, Oxfordin yliopisto

Osallistuin Irlannin yleisradioyhtiön RTÉ:n järjestämään mobiilijournalistien konferenssiin MoJoConiin Galwayssa 3.5.-7.5.2017. Sain matkaani varten Viestintäalan tutkimussäätiöltä 1343 euron matka-apurahan.

MoJoCon-tapahtuma keräsi yhteen yli 500 mobiilijournalistia ympäri maailmaa. Konferenssi tarjosi mielenkiintoisen katsauksen siihen, mitkä ovat alan kuumimmat trendit juuri nyt ja mihin mediatalot maailmalla satsaavat. Tapahtuma oli erittäin hyvin järjestetty, puhujat osasivat asiansa ja ilmapiiri oli innostava ja tuttavallinen.

Kolmen konferenssipäivän aikana kuultiin alan huippunimiä eri puolilta maailmaa. Vahvoiksi teemoiksi nousivat VR- ja 360-videot, mobiililaitteilla tehtävät monikameralähetykset ja nuorison tavoittamiseen hyvin soveltuva Snapchat.

Virtuaalitodellisuus (virtual reality, VR) ja 360 asteen videot ja kuvat ovat tehneet tuloaan pari vuotta. Ongelmiakin on ollut: kameroiden kuvanlaatu ei ole ollut riittävä, eivätkä videot ole toimineet kaikilla laitteilla ja alustoilla.

Tekniikka kuitenkin kehittyä valtavaa vauhtia. Hyvälaatuista kuvaa tallentavat 360-kamerat ovat pian yhä useamman saatavilla, kun laitteiden hinnat laskevat. Lisäksi virtuaalitodellisuus tulee tarjoamaan huimia mahdollisuuksia myös journalistiseen työhön.

Digitaalisen journalismin professori Robert Hernandez Etelä-Kalifornian yliopistosta kannusti mediataloja kokeiluihin. Hänen mielestään mediatalot tulevat olemaan myöhässä, jos ne odottavat, että virtuaalitodellisuudesta tulee valtavirtaa.

Kiinnostavaa oli myös seurata, miltä näyttää nykyaikainen televisiostudio. RTÉ oli rakentanut konferenssihotellin kahvilan nurkkaan mobiilistudion. Jalustoilla seisoivat kolme iPhonea, joiden kuvaa miksattiin iPadilla. Lisäksi osallistuin työpajaan, jossa meille kerrottiin, millaisia suoraa lähetyksiä mobiililaitteilla voi tehdä.

Kanadan kansallinen televisio- ja radioyhtiö CBC teki keväällä Facebookiin 90-minuuttisen suoran lähetyksen, joka kuvattiin ympäri Calgarya mobiililaitteilla.

Toimittaja Erin Collins kertoi konferenssissa, että The Road Ahead -nimisen lähetyksen tavoitteena oli selvittää, mihin kaupunki on matkalla.

Snapchat-osaajat kertoivat meille, kuinka perinteisille medioille haastavan kohderyhmän eli nuoret voi tavoittaa Snapchatin avulla. Esimerkiksi Saksan yleisradioyhtiö RBB on luonut #hochkant-kanavan, joka tarjoaa uutisia ja viihdettä 14-19-vuotiaille nuorille. Kanavan toimittaja Eva Schulz kertoi, että Snapchatin avulla he pääsevät erittäin lähelle yleisöään.

Norjan yleisradioyhtiö NRK on perustanut Supernytt-kanavan 8-12-vuotiaille lapsille. Kanavasta kertoneen Kristin Granbon mukaan NRK:n tavoitteena on tuoda persoonallisempi tyyli uutisiin sekä keskustella lapsia kiinnostavista aiheista.

Snapchatin valjastaminen kaupalliseen käyttöön on vaikeaa, mutta Snapchat-journalistit muistuttivat, että palvelun avulla he saavat seuraajiltaan videoita ja kuvia, joita he voivat käyttää muissa välineissä. Sisältö on usein "hyperpaikallista". Esimerkiksi NRK saa lapsilta videoita ja kuvia ympäri Norjaa. Viestejä tulee satoja päivässä.

Osallistuin lauantaina Snapchat-työpajaan, jossa harjoittelimme Snapchatin käyttöä.

Teen parhaillaan Oxfordin yliopiston Reuters-instituutissa tutkimusta mobiilijournalismista. Selvitän, pääseekö mobiilijournalismilla "lähemmäs" tarinaa tai kohdetta kuin perinteisen TV-journalismin keinoin. Tutkimus julkaistaan kesän lopulla 2017.

Konferenssi antoi paljon uutta tutkimukseeni. Tein tapahtuman aikana viisi haastattelua tutkimustani varten. Haastattelin mobiilijournalisteja Hollannista, Saksasta, Jordaniasta, Englannista ja Italiasta. Konferenssi oli loistava paikka haastatteluille, sillä olen yrittänyt saada monia mobiilijournalisteja haastatteluun kuukausien ajan. Nyt pystyin tekemään tarvitsemi haastattelut samassa paikassa helposti.

Vaikka tekniikka nousee suureen rooliin tämänkaltaisissa tapahtumissa, journalistin kannattaa muistaa viesti, joka heijastettiin seinälle VR-keskustelun lomassa:

"A good story is a good story – regardless of media format or technology".

Sisältö ratkaisee – ei tekniikka.

