

Uutta valtavirtaa – Trumpin jälkeinen media-aika

24.11.2022

Benita Heiskanen

benita.heiskanen [a] utu.fi

PhD, Dos., Pohjois-Amerikan tutkimuksen professori

Pohjois-Amerikan tutkimuksen John Morton -keskus

Turun yliopisto

Donald Trumpin presidenttikauden aikana tuskailimme usein, miksi toimittajat tarttuivat presidentin jokaiseen tunteita kuohuttavaan, pikkutuntien twiittiin. Trumpin presidenttiyden aikainen julkinen keskustelu muistutti showbisnestä, jonka keskiössä olivat henkilökultti, mediakohut ja alati vaihtuvat speaktaakkelit. Asiakysymykset jäivät sivuseikaksi, sanomat yksinkertaistettiin ja yksityiskohtien mutkat vedettiin suoriksi. Keskeistä ei ollut mitään sanottiin, vaan *miten* asiat ilmaistiin.

Yhdysvaltain politiikan muuttuessa ympärivuorokautiseksi twiittien seuraamiseksi koko poliittinen kulttuuri muuttui. Twitter-utisoinnilla ylläpidettiin jatkuvaa moraaliraivoa, mutta vasta Trumpin kauden jälkeinen etäisyys antaa osviittaa, mistä ilmiössä oli pohjimmiltaan kyse. Trumpin presidenttiyden jälkeen ja Joe Bidenin virkaanastumisen aikana kerätystä mediatutkimusdatasta voi päätellä, että median valintoja oli koko ajan ohjannut ansaintalogiikka.

Nielsen Media Research -datan mukaan CNN nautti ennätysmäisiä katsojalukuja Trumpin hallinnon viimeisinä kuukausina, mutta menetti 36 % katsojista vallanvaihdon jälkeisinä kuukausina.

Tutkimuksen mukaan CNN:ia oli seurannut 4.11.2020–20.1.2021 välisenä aikana parhaaseen katsomisaikaan 2,5 miljoonaa henkeä; 21.1.2021–15.3.2021 välisenä aikana luku oli enää 1,6 miljoonaa katsojaa.

Heti 2016 vaalien jälkeen oli ollut ilmeistä, että Yhdysvaltain mediakulttuuri oli taitekohdassa. Niin kutsuttu valtavirtamedia oli koko vaalikauden erilaisten hyökkäysten kohteena ja kärsi useita kolhuja. Vaalipäivänä 8. marraskuuta 2016 The New York Times -lehti otsikoi: ”Pystyykö media toipumaan näistä vaaleista?”

Vastaus riippuu siitä, kenen näkökulmasta asiaa katsoo.

Valtavirtamedia – sekä sähköinen että printtilehdistö – oli ollut jo useita vuosia muutoksen kourissa. Yhtäältä kyse oli infrastruktuurimuutoksesta. Kymmenessä vuodessa päivälehdissä työskentelevien journalistien määrä oli laskenut yli 50 %. Niin toimittajat kuin lukijatkin olivat siirtyneet verkkoalustoille.

Myös luottamuspuola oli ilmeinen. Vuonna 2016 vain 32 % yhdysvaltalaisista (14 % republikaaneja, 51 % demokraatteja ja 30 % sitoutumattomia) sanoi luottavansa median raportoivan uutiset ”täysimittaisesti, täsmällisesti ja oikeudenmukaisesti.” Luku oli alhaisin sitten vuoden 1972, jolloin Gallup alkoi kyselyä tehdä. Vain kahdeksan vuotta aikaisemmin luku oli ollut vielä 40–45 % välillä.

Trumpin myötävaikutuksena syntynyt ”totuuden jälkeinen aika” loi tiedon tuottamiseen, jakeluun ja kuluttamiseen liittyvän kriisin, joka sai kansalaiset kyseenalaistamaan koko olemassa olevan mediainfrastruktuurin.

Mediakulttuurin murros nivoutui sukupolvikokemuksiin. CNN:n katsojatappiot olivat rajuja sen tärkeimmässä kohderyhmässä: 47 % 25–54 vuotiaista lopetti kanavan seuraamisen Joe Bidenin presidenttiyden myötä. Elokuussa 2022 The New York Times -lehti uutisoi CNN:n kärsineen miljardin tappiot.

Muutosten häviäjiä olivat kansalliset televisioverkot ja paikallislehdet, voittajia erilaiset verkkomediat sekä sosiaalisen median alustat. Vanhan ajan portinvartijoiden kanssa ei edes keskusteltu; ne yksinkertaisesti ohitettiin. Sen sijaan lähes kaikki kansalliset televisioverkot alkoivat muokata ohjelmistojaan kuunneltavaan muotoon podcast-alustoille.

Etenkin Z-sukupolvi (1997–2012) ja millenniaalit (1981–1996) siirsivät poliittisen keskustelun omille mukavuusalueilleen Internetin verkkoalustoille. Nuoremmat sukupolvet loivat poliittisen osallistumisen kulttuurin podcastien, verkkomedioiden ja sosiaalisen median avulla jakamalla otsikoita ja videoita TikTokissa, Snapchatissa, Instagramissa ja Twitterissä.

Poliittisen keskustelun siirtymisestä digialustoihin oli tullut uutta valtavirtaa.

Trumpin poistaminen Twitteristä Capitolin valtauksen jälkeen korosti uusmedioiden tee-se-itse -toimintatapaa. Entinen presidentti antoi piut paut potkuille ja perusti oman sosiaalisen mediansa –Truth Social – josta tuli Trumpismin pää-äänitorvi valtakauden jälkeen. Twitterin uusi omistaja Elon Musk palautti ensitöikseen Trumpin jäsenyyden, jonka seurauksena monet käyttäjät irtisanoivat oman tilinsä vastalauseeksi.

Vuoden 2016 presidentinvaalien jälkeen osasimme aavistaa poliittisen kulttuurin murrosta, mutta vasta vuoden 2020 jälkeisten vaalien myötä pystyimme havainnoimaan, miten perusteellisen ja pysyvän muutoksen trumpismi aiheutti mediakulttuuriin. Yksityiskohdista emme vielä tiedä, mutta Trump tulee hallitsemaan media- ja somekeskusteluja myös vuoden 2024 presidentinvaaleissa. Paluuta vanhaan ei ole.