

# *“Hyvät pahat amatöörit”*

Median murros (20078)  
Essee, 1.12.2009

Teemu Ropponen

## Tiivistelmä

*”Amatöörien esiintulo” verkossa on yksi kiinnostavimpia mediailmiöitä sitten edellisen amatöörien esiintulon – punk-musiikin! Tässä esseessä esittelen lyhyesti joitain kiinnostavia esimerkkejä ja näkemyksiä siitä, miten mediayhtiöiden maailma on muuttumassa amatöörien osallistuessa heidänkin kanssaan ”yhteistyöhön”. Esimerkkeinä tarkastelen muutamia tapauksia liittyen median uutisointiin, blogeihin sekä amatöörivalokuvaukseen. Tarkastelukulmaa tapauksiin antavat amatöörieetoksen kritikojien kommentit.*

## Johdantoa – amatöörit voimaantuvat!

Harvardin yliopiston professorin Yochai Benklerin mukaan sosioekonomisessa ympäristössämme on tapahtumassa valtavia muutoksia, jotka todellisuudessa koskettavat halki yhteiskunnan eri sektoreiden, ja muuttavat merkittävästi talouden rakenteita, kohti eräänlaista yhteistuotantoa. Olemme Benklerin mukaan siirtymässä ”teollisesta tietoyhteiskunnasta” kohti ”verkottunutta tietoyhteiskuntaa”. Tässä muutoksessa on kaksi merkittävää muutostekijää: toisaalta merkitysteollisuuden kasvu ja toisaalta verkottuneen tietojenkäsittelykyvyn radikaali halpeneminen.

Osana tätä laajempaa muutosta, Internet itsessään on valtavassa muutoksessa. Web 2.0 – sovellukset ja sosiaalisen median palvelut ovat mullistaneet mm. mediateollisuutta. Erilaisten sisältöjen tuottamisen kulut ovat erittäin matalat, ja osin tästä johtuen mediateollisuus – niin ”vanhat mediatatolot” kuin uudet innovatiiviset palvelutkin - käyttävät käyttäjien tuottamaa sisältöä merkittävässä määrin – useissa tapauksissa jopa ainoana sisältönään. Wikipedian perustajan, ja Citizendiumin Larry Sangerin mukaan tämä muutos joka verkossa on tapahtumassa on rinnastettavissa kirjapainon keksimiseen merkitykseltään.

Käyttäjien luomat sisällöt luovat painetta kysymyksille: mistä muutoksesta on kyse? Mitä tämä tarkoittaa mediateollisuuden liiketoiminnalle ja ihmisten elännolle? Miksi ihmiset tuottavat sisältöä itse eivätkä anna ammattilaisten tehdä sitä? Onko tämä nyt sitten demokraattista? Onko tämä amatöörien tuottama sisältö sitten hyvä vai huono asia?

## Amatöörien tuottamat sisällöt – ja miksi vihata niitä?

Niin, mikä on vialla? Tarkastellaan paria esimerkkiä.

Andrew Keen, internet-yrittäjä, kirjailija ja konsultti tuli kirjallaan [The Cult of The Amateur](#) (ja sitä edeltävällä artikkelilla) kenties tunnetuimmaksi tämän käyttäjien luoman sisällön ja koko Web 2.0 -trendin äänekkäänä vastustajana, vihaajana ja jopa halveksuvana. Keen yrittää kirjassaan todistella mm, että internetin uudet kehitykset tuhoavat kulttuurimme, tyhmistävät yleison – ja ovat vieläpä esimerkki nykyajan marxismista! Kovaa kyytiä saavat mm. tunnettu internet-kirjailija/toimittaja Chris Anderson sekä hakukoneyhtiö Google, jonka hän leimaa parasiitiksi.

HS:n toimittaja Pekka Pekkala puolestaan kirjoittaa asiasta kolumnissaan 30.11.2009. Hän pohdiskelee tilannetta joissa bloggaajat kenties saavat enemmän vapauksia kuin ”oikeat toimittajat” haastateltaviltansa - kenties sillä verukkeella, että kirjoittavat kiltimmin ja vähemmän kiusallisista asioista. Koska bloggaajat ovat myös kaupallisesti vapaampia toimijoita, joita toisinaan päästetään kirjoittamaan lehtiin ja mukaan jopa tv-ohjelmiin, on kahlitulla toimittajalla aihetta katkeruuteen. Tosin Pekkala kuitenkin muistuttaa, että lukijakunta janoaa myös negatiivisia uutisia. Samalla kun esimerkit (mm. koomikko Stephen Fry) näyttävät, että julkkikset voivat halutessaan pitää myös suoraan yhteyttä faneihin, jää nähtäväksi josko kuitenkin olisi sijaa journalismille joka kertoo julkisuuden henkilöiden ’pimeästä puolesta’.

Jore Puusa (HEO kansanopiston kujajournalismilinjan johtaja) taasen on aivan raivoissaan amatöörien kasvavasta vallasta. Puusa on kirjoittanut oman bloginsa lisäksi tulikivenkatkuisia kommentteja mm. YLE:n Tuija Aallon sekä IT konsultti Petteri Järvisen blogeihin, jotka ovat liittyneet amatöörien tuottamiin sisältöihin tai esim. kameroiden arvioihin (!). Puusan mukaan mm. valokuvaajia koulutetaan työttömiksi, koska ’amatööreistä on kiva myydä kuvia halvalla’. Amatöörien itsekkyyden lisäksi Puusa myös muistaa kritisoida mediaa (esim. HS) epäreiluista ehdoista - esimerkiksi julkaistuista kuvista HS maksaa alle Journalisitiliiton ohjehinnaston. Kuvajournalismin laatu puolestaan on hänen mukaansa ’huonointa Euroopassa’ – syyn ollessa sekä median, että amatöörikuvaajien, kuten Järvisen ja Aallon tuottaman ’roskan’.

Kiinnostavia väitteitä. Asia on siis selkeästi kiinnostava ja relevantti.

Luonnollisesti kaikki edellä mainitut kritiikit ovat saaneet paljon vastakritiikkiä. Erityisesti Keen on saanut tuta omasta panoksestaan - hänen kirjansa sai varsin murskaavia arvioita tunnetuilta internet-vaikuttajilta, ammattilaisilta ja bloggaajilta, erityisesti väärästä tiedosta ja huonosta argumentaatiostaan – ja toisaalta jopa katkerasta ulosannistaan. Jos nyt ei polemiikkia, niin keskustelua Keenin teos on herättänyt Suomessakin. Hän kävi myös kalastamassa kritiikkiä Journalismipäivillä 2008.

Ironista kyllä mm. (Keenin kirjassa kovasti kritisoitu) Lawrence Lessig toteaa, että juuri tässä on itse esimerkki, joka todistaa Keenin väitteet vääriksi, koska on itsessään päässyt läpi julkaisukoneiston vaikka sisältää melkoisen määrän asiavirheitä. Tarkastellaan vielä joitain Keenin, Pekkalan ja Puusan väittämiä lyhyesti.

### **”Amatöörit vievät elannon ammattilaisilta”**

En näe, että jos sanomalehti maksaa amatööreille alle yhteisesti sovitun, se olisi amatöörin vika. On toki surullista, ettei mediayhtiö maksa mikä (mahdollisesti) on reilua.

Tai jos ammattilaistoimittajat eivät pysty tuottamaan niin paljon lisäarvoa, että siitä maksetaan.

Mikä itse asiassa on amatöörin ja ammattilaisen ero, muutenkin? Wikipediaan kirjoittaa oman alansa huippuammattilaisia ihan yhtä lailla kuin kadunmiehiä. Keneltä Wikipediaan kirjoittajat oikeastaan vievät elantoa?

### **”Amatöörien toiminta romahduttaa mediayhtiöiden liiketoiminnan”**

Monilla isoilla mediajäteillä menee verrattain kehnosti - levikit ja levymyynnit esimerkiksi ovat laskussa. Onko se kansan, yleisön ja minun moraalin rappeutumisen vika? Olisiko yhtiöiden myös hieman syytä katsoa peiliin, onko tämä murros todellakin tullut täysin yllätyksenä? Mediayhtiöt melko jääräpäisesti pitävät yllä vanhoista liiketoimintamalleista, ja onhan se tietysti ymmärrettävää, että muutos on vaikeaa. Mutta ei muutoksesta liiketoimintaympäristöstä voi kyllä amatöörejä syyttää. Onko se amatöörien vika jos mediayhtiöt eivät kykene tuottamaan elinkelpoista liiketoimintaa?

Onko kansalla joku velvollisuus kuluttaa rahansa etabloituneiden levy-yhtiöiden, elokuvayhtiöiden jne. tuotoksiin, vai onko se itse asiassa jopa arvokkaampaa ostaa se vaikkapa suoraan tuottajalta (vrt. Radiohead) tai elämyksenä (levyjen tuotot laskevat samaan aikaan kun esim. huippuartistien kiertueet (elämysteollisuus) tuottavat valtavasti rahaa.

### **”Median laatu heikkenee ja kansasta tulee tyhempää”**

Nick Daviesin mukaan perinteiset laatulehdet eivät suinkaan välttämättä ole luotettava tiedon lähde. Daviesien teettämässä yliopistotutkimuksessa journalismin laadusta Cardiffin yliopistossa käytiin läpi 2000 uutisjuttua neljästä ns. laatulehdestä (Times, Telegraph, Guardian, Independent) ja Daily Mailistä., Toimittajat olivat kunnolla selvittäneet vain 12% aineistosta.

Tästä (mahdollisesti viimeaikaisesta) laadun heikkenemisestä voidaan toki syyttää mediayhtiöiden kriisiä jonka kautta mm. toimituksia leikataan (kuten toimittaja Jouni Tervo huomautti Tulevaisuusseminaarissa 2008) – mutta joka tapauksessa tämä case toimii melko vahvana argumenttina siitä, etteivät ne ammattilaisetkaan aina onnistu.

### **Media vallan vahtikoiran...vai miten se meneekään?**

Oma asiansa on tietysti sekin, mitä media ylipäättään ottaa agendalleen. Esimerkiksi Yhdysvalloissa mediayhtiöt jättivät aika lailla täysin huomiotta republikaanisenaattori Trent Lottin selkeästi rasismia ja syrjintää puolustavan, jopa glorifioivan puheen toisen senaattorin 100-vuotisjuhlassa. Mediassa hädin tuskin mainittiin asiasta, koska se oli mediayhtiöille vaikea uutisoitava (juhla, ei poliittinen tapahtuma). Myöhemmin asiaa puolestaan ei voinut vanhentuneena uutisena kertoa, vaikka asian merkittävyys kasvoi kun asiaa kuitenkin pidettiin yllä useissa ”amatööriblogeissa”. Kun Lott taipui vihdoon (vähättelevään sävyyn) pyytämään anteeksi ”huolimattomia sanavalintojaan”, tämä anteeksipyyntö puolestaan uutisoitiin myös isojen mediayhtiöiden toimesta, ja johti tapahtumaketjuun jonka seurauksena Lott joutui luopumaan asemastaan. Tämä esimerkki on mielestäni tärkeä, yksi monista. Jouni Tervo toteaa, ettei medialla ikinä ole ollut

sellaista valtaa, kuin sille on ”neljännen valtiomahdin” myytissä annettu, kenties kansa lunastaa itselleen kuuluvan vallan. Onhan jo huomattu, että ”blogosfäärille” ei ryppyillä.

### **Entä sitten?**

Tavallaan ymmärrän Keenin, Puusan, Pekkalan ja kumppaneiden huolen. Juna on menossa ja sitä on vaikea, kenties mahdotonta (ja tarpeetonta) pysäyttää. Kun katsotaan eteenpäin, tulee muutamia ajatuksia mieleen.

Äärettömän kiinnostavaa on, että samalla kun tietystä mielessä liiketoimintamallit amatöörien ottamille kuville kehittyvät (niistä sentään maksetaan vs. käytetään ilmaiseksi!), tämä tarkoittaa että uudet palvelut kuten iStockPhoto saavat liiketoimintaa. Näin he paikkaavat jonka puutteista Web 2.0 -palveluita on kritisoitu. Kilpailu siirtyy siis eri paikkaan, kuvatuotannon kilpailuun. Tavallaan myös iStockPhoto yrityksenä on ammattilaisen kilpailija.

On myös mahdollista, että ”pahin” käyttäjien luoman sisällön intoilu on ohi, ja tilanne tasaantuu. Ehkä perinteiselle medialle jää yleisöä ja ammattilaiset elävät rinta rinnan amatöörisisältötuottajien pitkän hännän kanssa. Joka tapauksessa muutos on vääjäämätöntä.

### **Miten media ja ammattilaiset pärjäävät muutosten parissa?**

Uskoakseni mediayhtiöt tulevat tarvitsemaan uudenlaista osaamista ja työvoimaa amatöörijournalismin ja käyttäjien tuottamien sisältöjen kasvaessa. Muutamia esimerkkejä ohessa:

#### *1. ”syvät” asiasisällöt*

On mielenkiintoista nähdä miten käy tutkivan journalismin, tästähän ollaan huolissaan. Toisaalta kansalaiset ja ilmaisjakelulehdet tuottavat jo perusuutispaketin. Mediajättien täytynee siis löytää liiketoimintansa ns. laatujournalismin puolella, tai vähintään jostain muualta.

#### *2. digitaalisen markkinoinnin kasvu*

Mediayhtiöillä jotka omistavat palvelut, on valtava määrä tietoa käyttäjistä ja heidän liikkeistään verkossa – ainakin potentiaalisesti. Säilyttääkseen elinkelpoisuutensa, tätä potentiaalia on pystyttävä hyödyntämään. Mainostajan tarve tavoittaa kohderyhmänsä ei sinänsä ole muuttunut. Mediayhtiöillä on melkoinen määrä hyödyntämätöntä potentiaalia tällä alueella, tilaa on muillekin toimijoille kuin Google.

#### *3. amatöörien yhdyshenkilöt*

Lakimiehet, sisältöjen etsijät, ostajat, arvostelijat, sensorit jne. – tässä muutamia esimerkkejä työtehtävistä, joiden määrän uskon mediayhtiöissä kasvavan, puhumattakaan

muutoksia ymmärtävistä konsulteista ja innovaattoreista. Muuttuvat liiketoiminnan tarpeet luovat aikaan uudenlaisia osaamistarpeita.

#### *4. tietomassojen suodattaminen yleisöille*

Kaikilla ei ole aikaa seurata verkkokeskusteluja, blogeja, jne. Mahdollisesti suosituista keskusteluista kannattaa tehdä tiivistelmiä ja tulkintoja. Olen ollut pistäväni merkille, että HS tekee tätä kasvavassa määrin Sunnuntai-osastollaan. We the Media –kirja kertoo esimerkin Microsoftin Slate-verkkolehdestä, jossa tehdään nostoja sen mukaan mistä lukijat keskustelevat. Varsinaisten yleisöjen (lukijoiden) lisäksi keskusteluita haluavat taatusti seurata keskustelun kohteena olevat tahot. Mediatyhtiöiden siis pitäisi osata rahastaa mm. tätä tietoa.

#### *5. keskusteluiden ohjaaminen ja kiihdyttäminen*

Clay Shirky'n ”Here Comes Everybody” –kirjassa hyvän ajatuksen mediatyhtiöille (joskin kenties synkän itse sisällön tuottajalle) antaa Cory Doctorow:n kommentti ”Conversation is king. Content is just something to talk about”. Pääosa media-liiketoiminnan tuloista tulee mainostajilta, mainostajat puolestaan maksavat suoraan tai välillisesti ”silmäpareista”. Näin ollen mainostajan kannalta ei välttämättä ole niin merkityksellistä lukeeko lukija toimittajan vai amatöörin tekstejä – kunhan siinä ohessa huomioi mainostajan! Näin mediatyhtiöiden (ja toimittajien) tulisi jatkossa osallistua itse esim. keskusteluihin – kiihdyttää niitä. Median tarkoitushan on tuottaa keskustelua, ja mm. eri kanavien hyödyntäminen keskustelun kiihdyttäjänä tulee olemaan erittäin tärkeää.

Kiinnostavaksi jää nähdä minkälaista liiketoimintamallien muutoksia alalle syntyy ja erityisesti kiinnostavaa on liiketoimintamallien rinnakkaiselo – isojen mediatilojen perinteiset liiketoiminnat pyrkivät suojaamaan aluettaan, ja uudet liiketoiminnat jopa jostain näkökulmasta katsoen kannibalisivat perinteisiä liiketoimintojaan, menestyksen pakossa.

Lienee laiha lohtu mediateollisuudelle, että muutosta on tulossa muillekin alueille. Yksi suuressa murroksessa oleva alue on koko demokraattinen järjestelmä, ainakin jos Axel Brunsin on uskominen. Bruns ehdottaa, että kansan halutessa osallistumista (ohimennen, amatööreissä on voimaa ja viisautta, todistetusti) muutokset poliittiseen järjestelmään johtavat ennen pitkää osin saman tyyppisiin roolimutoksiin kuin mainitsin yllä: poliitikkojen menestyksen mittariksi tulee (kansan kanssa) yhteisesti sovittujen toimintasuunnitelmien toteuttaminen sekä jatkuvan keskustelun fasilitointi, ”kansan diplomatia”. Jos ei muuta, niin toivottavasti edes tästä murroksen pohtimisesta riittää leipää perinteisille toimittajillekin.

#### **Lähteitä**

*Tuija Aallon blogi*

[http://tuhatsanaa.net/harrastelijakuvaaja\\_ammattivalokuvaaja\\_60](http://tuhatsanaa.net/harrastelijakuvaaja_ammattivalokuvaaja_60)

*Petteri Järvisen blogi*

<http://pjarvinen.blogspot.com/2009/01/kokeilussa-canon-5d-mark-ii.html>

*Jore Pusan blogi*

<http://puusa.blogspot.com>

<http://puusa.blogspot.com/2009/01/toimittaja-jorma-erkkil-kirjoittaa.html>

*Pekka Pekkalan juttu*

<http://www.hs.fi/juttusarja/pekkala/artikkeli/N%C3%A4in+p%C3%A4%C3%A4set+haastattelemaan+omaa+suosikkijulkistasi/1135251120133>

### **Cult of the amateur -arvioita**

<http://www.weeklystandard.com/Content/Public/Articles/000/000/006/714fjczq.asp>

[http://www.nytimes.com/2007/06/29/books/29book.html?\\_r=2&oref=slogin](http://www.nytimes.com/2007/06/29/books/29book.html?_r=2&oref=slogin)

<http://blog.citizendium.org/2007/07/17/review-of-keens-cult-of-the-amateur-2/>

<http://tommillaonasiaa.wordpress.com/2009/01/10/luettua-the-cult-of-the-amateur/>

<http://parlamentikirjasto.blogspot.com/2008/04/osallistumisen-muotoja.html>

### **Lessig**

[http://www.lessig.org/blog/2007/05/keens\\_the\\_cult\\_of\\_the\\_amateur.html](http://www.lessig.org/blog/2007/05/keens_the_cult_of_the_amateur.html)

<http://wiki.lessig.org/TheKeenReader>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Is\\_Google\\_Making\\_Us\\_Stupid%3F](http://en.wikipedia.org/wiki/Is_Google_Making_Us_Stupid%3F)

### **Kirjoja**

Yochai Benkler – The Wealth of Networks

Clay Shirky – Here Comes Everybody

### **Muita lähteitä**

Axel Bruns – “Producers, Generation C, and Their Effects on the Democratic Process”

<http://web.mit.edu/comm-forum/mit5/papers/Bruns.pdf>

<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2008/feb/04/comment.pressandpublishing>

<http://oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>

<http://www.wired.com/culture/culturereviews/magazine/17>

[06/nep\\_newsocialism?currentPage=1](http://nep_newsocialism?currentPage=1)