

Ajatuksia sosiaalisen median tulevaisuudesta omasta näppäimistöstä ja muiden kirjoittamaa muokaten

Median Murros/2009/
Jesse Pasanen/151108/
TAIK/GSO/

Miltä sosiaalinen media tulevaisuudessa näyttää ja tuntuu? Naurammeko sille, kuinka paljon töitä jouduimme ennen tekemään: piti täyttää tietoja, kirjoittaa nettiosotteita ja kestää kaikenlaista eri koneiden ja käyttöjärjestelmien välistä nihkeyttä. Voi olla, että sosiaalinen media on tulevaisuudessa helppoa, vaivatonta ja kaikkialla.

Ovatko niin kutsutun tosielämän objektit tulevaisuudessa enemmän yhteydessä sosiaaliseen mediaan? Usein esitetään visioita jääkaapeista, jotka tilaavat kaupasta täydennystä itseensä aina tilanteen niin vaatiessa. Tällä hetkellä ihmiset väkertelevät pieniä turhilta tuntuvia vekotuksia. Yksi tällainen esimerkki on Arduinon (pieni piirilevy jota usein käytetään elektroniikka-prototyypeissä) käyttö. Sitä on käytetty esimerkiksi uunissa, joka lähettää Twitteriin tiedon siitä mitä uunista tulee ulos, ja kissojen monitorointiin, ovatko ne sisällä vai ulkona. Mikä nyt vaikuttaa turhanpäiväiseltä, voi tulevaisuudessa ollakin jotain ihan muuta. Moni keksintö on lähtenyt pienestä.

Mitä mahdollisuuksia voisi olla sillä, että yhä useampaan arkielämän laitteeseen saa prosessorin ja yhteyden sosiaaliseen mediaan? Vai liu'utaanko tässä hiljalleen Orwellilaiseen valvontaan kaiken tiedon tallentuessa? Voidaanko ihmisten käyttäytymistä tallentamalla, analysoimalla ja siihen muovautumalla

jollain tavalla parantaa heidän elämäänsä? Kysymyksiä on monenlaisia ja perspektiivejä piisaa. Turvallisuusaspektilla usein perustellaan teknologioiden käyttöönottoa. Se ei kuitenkaan välttämättä ole relevanttia monenkaan sosiaaliseen mediaan liittyvään innovaation kanssa. Tai sekin voi olla ajasta kiinni: Facebook on tällä hetkellä vapaa-aikaan ja ystäviin keskittyvä sosiaalinen media, mutta muuttuuko se jossain vaiheessa ihmisten elämään syvemmälle porautuvaksi, joksikin josta ihminen hyötyy suuresti ja jonka kautta vaikka työtä tai elämää koordinoidaan?

RFID-tagit puhaltavat tosissaan elämää esineisiin. RFID-tageja on käytetty vuosia passeissa, henkilökorteissa ja pankkikorteissa. RFID-lähettimet voivat olla nykyään hiekanjyvän kokoisia ja hyvin halpoja valmistaa. Jonain päivänä voimme löytää itsemme maailmasta, jossa jokaisessa tuotteessa on RFID-lähetin, muropaketista hameisiin. RFID-tageista voisi olla todellista hyötyä esimerkiksi kierrättämisessä. Kierrätysastia monitoroisi jätteitten RFID-tageja ja sen mukaan näkisi sitten miten kulutat mitäkin. Tästä tietenkin yritykset olisivat innoissaan ja yritysten maailmanvalloitus saisi lisäenergiaa. Tämä voisi liittyä kammottavaan kaupallisen sosiaalisen median näkymään, jossa ihmiset olisivat verkostossa joka tarkkailee kulutusta ja jossa voisit itse tarkkailla muiden kulutusta ja tottumuksia. Muoti voisi olla kova sana tällaisessa kapitalistin herkussa.

Mobiililaitteiden geomagneettiset sensorit, kompassit ja GPS:t ja Wi-Fi-jutut tuovat omat mausteensa soppaan. Pelkkä katunimien perusteella navigoiminen on totta kai mahdollista, kuin myös kompassin antaman suunnan mukaan, mutta voisiko navigointi olla yhteydessä sosiaaliseen mediaan jotenkin? Käyttäjien syöttämää tietoa voisi selaillla ja täydentää navigoinnin mukaan. Reittinsä voisi valita sen mukaan mitä haluaa nähdä matkalla. Joku voisi suunnitella sinulle maisemareitin ja voisit sitten kulkea sitä pitkin treffeille ja keskustella aiheesta. Tähän vielä lisää geokätkentäharrastuksen tai kirjojen kierrättämisen lukijalta toiselle. Romanttisiakin visioita voi liittää tällaisiin teknologioihin.

Poliisivaltiovisioihin liittyvä ehkä pelottavakin visio olisi metadatan liittäminen eläviin ihmisiin. Nähdessäsi kiinnostavan naisen tai miehen voisit tarkistaa hänen seurustelustatuksensa heti mobiililaitteellasi. Tämänkaltaiset sovellukset tietenkin vaativat sitä että käyttäjä haluaa sitä palvelulta eikä kyseessä ole mikään pakollinen siru niskassa josta viranomaiset voivat tarkistaa kastisi. Hälyttävä sovellus olisi sellainen, jossa voisi tunnistaa kasvot kamerakännykkälaitteellaan ja sitä kautta nähdä sosiaalisen median sisältämän datan ihmisestä. Tällaisen vision kun vie äärimmilleen ihmiset eivät enää kohtaa toisiaan ensimmäistä kertaa oikeasti vaan ensiksi tilanne tarkistetaan laitteella ja jos mielenkiinnon kohteet kohtaavat voi keskustelun aloittaa

helposti niistä.

Salasanojen muistaminen voi olla turhauttavaa ja samojen kysymysten vastaaminen kaavakkeissa uudestaan ja uudestaan ärsyttää. Tulevaisuudessa voi olla että voimme helposti täyttää tiedot kerran ja lähettää sen paketin sitten aina uusiin palveluihin. Johtaisiko tämä jonkinlaiseen kaikkien sivustojen ja palveluiden yhdistymiseen? Voisiko identiteetin helpommin varastaa kun kaikki tieto on keskitettyä ja yhden järjestelmän varassa? Kuulostaa siltä. Tämä kaikki liittyy sosiaalisen median verkostoihin niiden yleistymisen ja helppokäyttöistymisen kautta tiiviisti.

Villihkö visio on mielen lukeminen. On jo olemassa tehtyjä kokeita, joissa ihmisen aivoista on luettu kuvia (kts. <http://pinktentacle.com/2008/12/scientists-extract-images-directly-from-brain/>). Tällä olisi tietenkin vaikka minkälaista käyttöä sosiaalisen median kentälläkin. Hyödyllisiä visioita sen sijaan ei hirveästi tule mieleeni, ja mielen kanssa pelaamiseen on monelle iso kynnyks.

Voisiko tulevaisuudessa olla kieleen liittyviä ratkaisuja sosiaalisessa mediassa? Jos olisi verkosto, jossa ohjelma kykenisi kääntämään tiettyjä viestejä jokaiselle verkostossa olevalle kielelle olisi tämän kaltainen verkosto hyvin urauurtava ja kielimuureja rikkova. Se mahdollistaisi ihmisten kanssakäymistä, joka on ollut ennen mahdotonta puutteellisen tai olemattoman kielitaidon takia. Se voisi auttaa ymmärtämään maailmaa, muita kulttuureja, muiden ongelmia ja muiden ratkaisuja. Tällainen verkosto voisi olla avuksi myös matkustaessa ja muihin kulttuureihin törmätessä. Etenkin jos teknologia ei olisi rajoitettu vain rikkaille länsimaille ja olisi helppoa, kevyttä, halpaa valmistaa ja tasa-arvoista. Miten tällainen onnistuisi onkin jo sitten ihan toinen kysymys.

Suuri toivo sosiaalisten medioiden kohdalla on jos niissä on avoin koodi, jota käyttäjät voivat kehittää. Kunnon hakkerit ovat ehtymätön kehityksen tae. Avoimelle pohjalle on palkitsevaa kehittää, kun sosiaalista mediaa itsessäänkin voi käyttää kehittelytyössä apuvälineenä. Kuin itse itseään kehittävä robotti. Avoimuuden ja kehittämisen trendi on omiaan kulkemaan käsi kädessä sosiaalisiin medioihin liittyvän avoimuuden ja tiedon jakamisen ajatuksen kanssa.

Googlega on monia palveluita, mitä käyttäjä voi Web 2.0 ajatuksen mukaisesti olla mukana kehittämässä, esimerkiksi Google Maps, jonne voi lisätä tietoa ja kuvia paikoista. Googlega on myös oma Google Code, jonka kautta voi tutustua ja olettaisin että osallistuakin kehittelyprojekteihin. Facebook oli yksi ensimmäisistä avoimista palveluista, ja vaikka alussa osallistuminen näkyi vain Appseissa, on mahdollisuudet paljon lisääntyneet kehittelytyön myötä.

Sosiaaliset verkostot ovat sosiaalisen median keskipisteessä mitä tulee sovellusten tekemiseen. Tuhannet sovellukset, palvelut ja business-ratkaisut on kehitetty palvelemaan ihmisiä aina matkustajien verkostoista sosiaalisiin online-peleihin. Nykyisin verkkosivujen sisällä on palveluita, toisin kuin ennen oli vain ulkopuolisilla sivuilla sijaitsevia palveluita. Tätä kautta on saavutettu parempi näkyvyys ja helpompi käytettävyys ja integroituminen.

Musiikin kuuntelu, etsiminen ja jakaminen muuttuu, kehittyy ja elää. Tämä on tietysti kysymys mihin musiikkiteollisuuden pitää reagoida nopeasti pysyäkseen mukana kehityksessä ja nähdäkseen avoimuuden ja käyttäjien aktivoimisen tuomat mahdollisuudet.

Minne sosiaalisen median sovellukset ovat suuntaamassa? Koko ajan asioita kehitellään ja uusia visioita syntyy. Twitter on toiminut monien mobiili- ja Internet-sovellusten pohjalla, usein kehittäen aivan uuden tavan käyttää mikrobloggausta. Odotettavissa on luultavasti vähemmän rajoituksia ja enemmän avointa koodia. Uusia työkaluja kehitetään olemassaoleviin järjestelmiin.

Nykypäivän sosiaalisen median käyttökokemus ei ole mitenkään maksimoitu. Tulevaisuudessa voisi olettaa että jokaisella on yksi ja sama profiili, jonka avulla eri sosiaaliset mediat muovautuvat tarjoamaan juuri niitä palveluita ja sovelluksia, joita käyttäjä eniten tuntee tarvitsevansa. Käyttäjä voi muokata sosiaalisesta mediastaan itselleen sopivimman, ja tätä voi seurata myös yritykset jotka voivat kohdistaa mainontaansa tarkemmin kohderyhmiinsä.

Sosiaalisen verkoston lähitulevaisuusvision voisi jakaa viiteen päällekkäiseen aikakauteen. Ensimmäisessä ihmiset ottivat yhteyden toisiinsa ja jakoivat. Toisessa sosiaalisista verkostoista tuli enemmän käyttöjärjestelmän kaltaisia. Kolmannessa ollaan jo siinä vaiheessa, että lähes jokainen kokemus voi olla sosiaalinen. Neljännessä sisältö rupeaa olemaan personalisoitua ja tarkasti henkilölle tai ryhmälle kohdennettua. Viidennessä visiossa yhteisöt määrittävät tulevaisuuden palvelut ja tuotteet. Sinisilmäisesti katsottuna tämä vähentäisi turhien tuotteiden tekemistä tarpeen puutteessa. Todellisuudessa asia on enemmänkin niin että tuotteille kehitellään tarpeita juuri niin kuin nytkin. Mihin tarvitsemme tätä kaikkea? Yritykset tarvitsevat meitä. Yritykset haluavat hyötyä sosiaalisista verkostoista.

Brändeille tärkeää on pysyä tällaisen muutoksen perässä, tai jopa edelläkävijänä. Brändien pitää luultavasti koettaa ymmärtää ajatus siitä, että ne joutuvat yleisön avoimen kommentoinnin armoille ja kaikesta tulee avoimempaa. Vanhanaikainen suljettu salailu tulee vähenemään, jos hyvin käy. Ehkä tämä voi vaikuttaa eettisten tuotteiden suosion kasvussa ja

hikipajasuuryritysten heikentymisessä. Toivossa on hyvä elää, sillä jos käy niin että käyttäjät vievät verkostoja eteenpäin ja määrittävät mitä tuotteita ja palveluita tukevat. Brändien pitää olla yhteydessä kuluttajien puolestapuhujiin. Tänä päivänä tämä voisi olla vaikka muotibloggarin tuotesponsorointeja. Kaiken kaikkiaan brändien pitää yrittää avoimin sylein soluttautua osaksi sosiaalista verkostoa, jotta niistä voi tulevaisuudessa tulla menestystarinoita, joihin käyttäjät luovat ilmaiseksi lisää sisältöä. Ihmiset luottavat toistensa suositteluihin huomattavasti enemmän kuin mihinkään muuhun tuotteita ja palveluita ostaessaan, joten sillä, joka on yleisön suosiossa on valtava ilmainen markkinointikoneisto käytössään. Ja sisällöntuotanto/-kommentointi.

Tulevaisuudessa blogit saattavat muuttua sosiaaliseen mediaan enemmän linkittyneiksi. Hauska visio olisi blogista, jossa lukijat tai osallistujat kehittäisivät tai ohjaisivat seurattavaa asiaa sen sijaan että seuraisivat sitä. Ihmisten osallistuminen ja sisällön kehittäminen ovat tärkeitä pointteja sosiaalisen median tulevaisuuden mietinnässä. Visio omaa elämää dokumentoivasta videoblogista, johon on tagattu kaikenlaista metadataa, on varsin kokonaisvaltainen. Elämä, johon muut voivat osallistua.

Entäs sitten sosiaalisen median ja verkostojen varjopuolet? Ihminen voi saada potkut kirjoitettuaan ikävään sävyyn pomostaan – tämä on jo käynyt. Lisääntyykö ymmärrys toisia ihmisiä kohtaan avoimuuden kautta vai käykö päinvastoin? Sosiaalisia medioita käytetään paljon poliittisessa aktiivisuudessa, mutta mikä niiden todellinen teho on? Sosiaalisia medioita ja verkostoja voidaan käyttää totuuden torvien vaientamiseen ja toisinajattelijoiden metsästämiseen. Avoimuus ja rehellisyys ovat hyviä arvoja, mutta ”uusi Internet” voi myös tehdä suurisuuiselle tai toisinajattelevalle käyttäjälle ikävän tepposen. Vain jos sosiaalinen verkosto on tasa-arvoisten ihmisten itsensä käsissä, voidaan olettaa ettei sieltä mikään ylempi auktoriteetti (kuten yritysjohtaja tai poliitikko) tule jysäyttämään loskaa niskaan.

Yksi tällä kurssilla tehdyistä videoista käsittelee mielenkiintoista aspektia: yksityisyyden asemaa tulevaisuudessa. Tänäkin päivänä työhön hakiessa usea pomo varmasti tarkistaa hakijasta löytyvän Google-annin. Miten paljon tulevaisuudessa määritymme sen mukaan mitä verkosta meistä löytyy? Tuleeko tulevaisuudessa tarpeeseen palvelut, jotka auttavat siivoamaan käyttäjästä julkisesti löytyvää dataa? Missä vaiheessa datan syntymistä ei voi kontrolloida, käykö niin että jossain vaiheessa kaikki tekeminen aiheuttaa jonkinlaisen jäljen johonkin verkostoon? Tähän tietoon yritykset ja valtiot haluaisivat varmasti käsiksi erilaisina käyttäytymistä ja kuluttamista mittaavina ohjelmina.

Sosiaaliset mediat kasvavat ja levittäytyvät kaikkialle. Varmasti niillä on vaikutuksensa maailmaan, hyödyt ja haittansa. Mistään ei voi tässä vaiheessa

mennä takuuseen, minkälaisessa vallankumouksessa oikein elämme tämän suhteen. Vaikutukset hahmottaa vasta myöhemmin. Toivon että sosiaalisista medioista olisi muuhunkin kuin tyhjämpäväiseen chattiin ja yritysten temmellyskentäksi. Toivon että ihmisten välistä avoimuutta ja ajatusten vaihtuvuutta olisi enemmän, ja näin ollen myös suvaitsevaisuutta ja kriittistä ajattelua. Internetin voima on sen tavassa tarjota tietoa niin monesta aspektista.

Lähteet:

<http://mashable.com/2009/05/21/social-media-api/>

<http://mashable.com/2009/06/01/social-media-future-tech/>

<http://www.web-strategist.com/blog/2009/04/27/future-of-the-social-web/>

<http://www.telegraph.co.uk/technology/twitter/6057097/The-social-media-revolution-is-going-nowhere.html>