

Mitä on uusi media?

Median murros –kurssin essee

Jyri Salpakari

marraskuu 2009

Mitä on media?

Ennen uuden median tarkastelemista on syytä paneutua laajempaan median käsitteeseen ja esittää kysymys: ”Mitä on tämä ’vanha’ media, johon verrattuna uusi media on ’uutta?’” Tätä aihetta käsiteltiin kurssin viimeisellä, Mika Elon pitämällä luennolla (Elo 2009).

On helppo todeta, että televisio, elokuva, kirja, maalaus, radio ja internet ovat medioita. Käsitteenä media on kuitenkin varsin monimuotoinen ja hankalasti määriteltävä. Mielenkiintoista on kuitenkin, että vaikeasta määriteltävyydestä huolimatta sana on imeytynyt nykykieleen niin voimakkaasti, että sitä voidaan käyttää varsin eksaktissa mielessä. Hyvänä esimerkkinä toimivat erilaiset mediaan liittyvät juridiset tekstit, joista esimerkkinä Elo esitti luennolla seuraavan otteen lisenssitekstistä:

Tässä lisenssillä ”medialla” tarkoitetaan valokuvia, animaatioita, ääntä, musiikkia, videoleikkeitä, ja/tai mitä tahansa muuta Apple-ohjelmiston sisältämää tai siihen muuten liittyvää mediaa. – AppleWorks -lisenssisopimus (Elo 2009)

Sekä asiakasta ja myyjää velvoittavaksi juridiseksi tekstiksi tämä on sikäli epämääräinen, että määritellesään mediaa se tekee olennaisesti pelkän kehäpäätelmän. Se tyytyy vain toteamaan, että medialla tarkoitetaan mediaa, minkä lisäksi se antaa muutaman esimerkin. Lienee siis jokseenkin ilmeistä, että mediakäsitteen yksikäsitteinen määrittäminen on mahdotonta – jos siinä olisi onnistuttu, sitä määritelmää olisi varmasti tässäkin lakitekstissä käytetty.

Tällainen näkökulmasidonaisuus ei kuitenkaan ole ongelma, eikä tällaisen hankalasti määriteltävän käsitteen pohtimista pidä myöskään pitää turhana. Mediateoria ja kaikenlainen mediaan liittyvä ajattelu, mukaan lukien tämä kurssi ja tämän esseen kirjoittaminen, olisi mahdotonta ilman yhteistä mediakäsitettä, olkoonkin näkökulmasidonnaista. Mediaa tutkiva tiedeyhteisö olisi hukassa, jos osapuolet eivät kykenisi ymmärtämään toistensa käsitteitä.

Lopullista määritelmää käsitteelle ei koskaan saada, joten mitä siis tulisi tavoitella? Mika Elo esitti luennollaan, että olennaista on saada ajattelussa kiinni ”eri merkitysulottuvuudet, eri kontekstit ja erilaisten käsiterajausten seuraamukset” (Elo 2009). Tavoitteena on siis rajata mediakäsite yhteisesti hyväksytyyn aitaukseen, jossa on tilaa kaikille hyvin perusteltavissa oleville näkökulmille. Tällainen merkityskenttä on riittävä työkalu media-aiheiseen ajatteluun ja keskusteluun.

Hyvä lähtökohta mediakäsitteen rajaamiselle on sanan *media* alkuperän pohtiminen. Se tulee latinan sanasta *medium* (monikko *media*), joka tarkoittaa välittäjää, väliä tai väliainetta (Oxford English Dictionary). Tässä merkityksessä sanaa käytetään nykyään esimerkiksi luonnontieteissä, kun puhutaan vaikkapa valon liikkumisessa väliaineessa, joka on englanniksi *medium*. Modernina aikana 1600-luvulta eteenpäin *medium* on ymmärretty välittävänä tekijänä ja välineenä, ja 1800-luvulla sana kytkeytyi teknisiin

laitteisiin ja moderniin spiritismiin. Modernin mediateorian synnyn myötä 1900-luvulla sana alkoi saavuttaa nykyisen merkityksensä, alettiin puhua esimerkiksi massamediasta. Avainkäsitteeksi medium muodostui sähköisen median voittokulun alettua 1900-luvun loppupuolella mm. Marshall McLuhanin ajattelun myötä. Vaikka monet sanan historiallisista merkityksistä liittyvät sen nykymerkitykseen, on huomattava, että nykymerkityksessään media on olennaisesti traditiosta otettu termi, jolle on annettu uusi merkitys (Elo 2009).

Elo rajasi luennollaan nykyaikaisen mediakäsitteen merkityskenttää kolmella käsitteellä: teknologia, kommunikaatio ja havaintopiiri (Elo 2009). Nämä rajaukset ovat varsin toimivia ja rakentavat moniulotteista merkityskenttää, josta löytyy tilaa eri näkökulmille.

Media liittyy läheisesti teknologiaan, koska median tekemä informaation välitys tapahtuu soveltamalla erilaisia teknologioita saavutuksia kirjapainosta langattomaan verkkoyhteyteen. Kylmän teknisestä näkökulmasta media voitaisiinkin määritellä tapana siirtää informaatiota: tämä essee siirtää lukijalleen sen tulkittavissa olevan merkkijonon, jonka olen kirjoittaessani sitä tietokoneen muistiin tallentanut.

Tämä määritelmä on kuitenkin yksiulotteinen. Varsinkin median käyttäjien näkökulma ja heidän kokemuksensa itse mediasta jäävät huomiotta. Informaatio välittyy median käyttäjille yhtä lailla perinteisestä kirjasta ja nykyaikaisesta internetistä, mutta muilta ominaisuuksiltaan nämä kaksi mediaa eroavat toisistaan hyvinkin paljon.

Kommunikaatio-käsitteen pohtiminen tuo mediakäsitteeseen jo huomattavasti ihmisläheisemmän näkökulman. Media nähdään tapana ottaa yhteys ihmisten välille, esimerkiksi tämä esseen tapauksessa kirjoitettu teksti on media, jolla minä välitän eli kommunikoin ajatuksiani kurssin opettajalle ja muille aiheesta kiinnostuneille. Tästä näkökulmasta katsottuna median sisältö ei ole vain raakaa informaatiota ja dataa vaan ihmisten toisilleen kohdistamia ajatuksia, jotka sisältävät tiedon lisäksi myös tunteita ja monenlaisia muita merkityksiä.

Havaintopiiri-käsite on nykyajan globalisoituvassa maailmassa erittäin olennainen. Tämä näkökulma korostaa median kykyä laajentaa ihmisten aistimuksia niiden luonnollisten kykyjen ulkopuolelle. Kukaan ei voi nähdä tai kuulla Suomesta Australiaan saati Kuuhun, mutta radio ja TV ovat välittäneet ääntä ja kuvaa molemmista paikoista jo vuosikymmenten ajan.

Havaintopiirin ja kommunikaation mielessä nykynäkökulmasta oudolta vaikuttava medium-sanan käyttö modernin spiritismin yhteydessä 1800-luvulla yhdistyy yllättävänkin luontevasti sanan nykymerkitykseen. Modernissa spiritismissä meediat eli mediumit ottivat spiritismi-istunnoissa yhteyttä esimerkiksi kuolleisiin ihmisiin niin vakuuttavasti, että yhteydenottoja pidettiin hyvinkin täytenä totena. Otettiin esimerkiksi valokuvia, joihin meedio oli ”konstruoinut” yhteydenoton kohteen (Elo 2009). Samaan tapaan media nykyisin mahdollistaa yhteydenotot vaikkapa puhelimitse toisella puolella maailmaa asuvan sukulaisen kanssa, eikä tätä pidetä lainkaan luonnottomana. Media siis vaikuttaa siihen, mitä pidetään luonnollisena. Saatetaan esimerkiksi näyttää valokuvaa isoäidistä ja todeta: ”Hän on tässä.” Riippumatta siitä, onko isoäiti todellisuudessa elävä

vai jo kuollut, hän on oikeasti läsnä valokuvassa yhtä paljon kuin spiritististen yhteydenottojen kohteet 1800-luvun meedioiden konstruoinnissa kuvissa. Nykymerkityksessään media laajentaa havaintopiiriämme ja tarjoaa kommunikaatiomahdollisuuksia samaan tapaan kuin silloisessa merkityksessään.

Hieman toisenlaisen näkökulman mediakäsitteen hahmotteluun tarjoavat Bolter ja Grusin, jotka tutkivat mediakäsitettä remediaation kautta (Bolter & Grusin 2000).

Mediaatio on mm. McLuhanin käyttämä termi, joka tarkoittaa sitä, miten kukin media löytää paikkansa suhteessa reaali maailman voimiin ja arvoihin, esimerkiksi kulttuurillisiin, taloudellisiin ja historiallisiin, eli sitä miten ko. media on olemassa: millainen media se on? Samoin mediaatio tarkoittaa myös sitä, miten ihmiset voivat käyttää kyseistä mediaa, eli mitkä ovat sen mahdollisuudet ja rajoitteet. Esimerkiksi valokuvan mahdollisuudet ja rajoitteet kaikenlaiselle toiminnalle ovat varsin erilaiset kuin kirjan (Wikipedia 2009). Tiivistettynä mediaatio on siis mediana olemista.

Bolter ja Grusin kutsuvat median ilmentämistä toisessa mediassa remediaatioksi (Bolter & Grusin 2000, 45), ja avaavat tätä käsitettä otteella McLuhanin teoksesta *Understanding Media* (1964):

The "content" of any medium is always another medium. The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph. (Bolter & Grusin 2000, 45)

Remediaation käsitteessä olennaista on se, että se liittyy kaikki mediat toisiinsa. On mahdotonta kuvitella mediaa, joka ei liittyisi millään tavalla toisiin medioihin. Mediat eivät toimi medioina ilman toisiaan, mikä tarkoittaa sitä, että kaikki mediaatio on myös remediaatiota (Bolter & Grusin 2000, 55). Bolter ja Grusin määrittelevätkin rohkeasti: "A medium is that which remediates" (Bolter & Grusin 2000, 65).

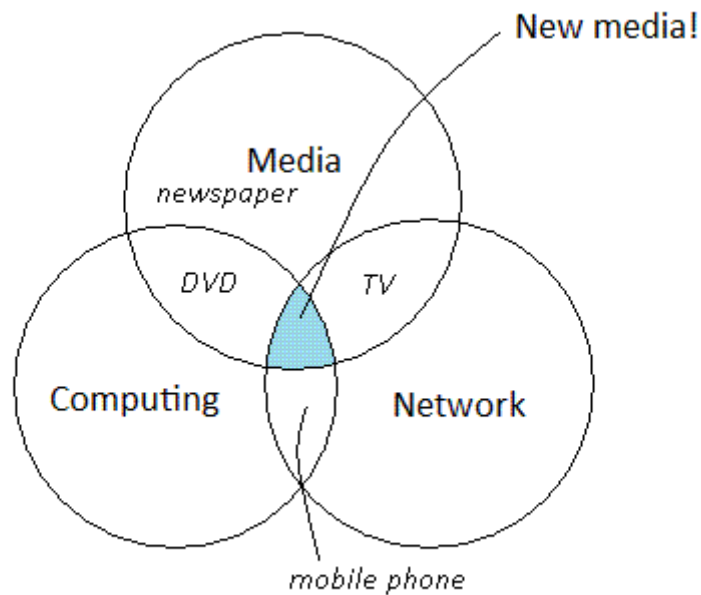
Bolterin ja Grusin ajattelu katsoo medioita toisistaan riippuvana joukkona, mutta ei sinänsä tarjoa varsinaisia raja-aitoja mediakäsitteen määrittelemiseen. Elon hahmotelma mediakäsitteen merkityskentästä (teknologia, kommunikaatio, havaintopiiri) onkin hyvä lähtökohta uuden ja vanhan median suhteen tutkimiselle, jossa päästään hyödyntämään Bolterin ja Grusin ajattelua enemmän.

Mitä on uusi media?

Median käsitteelle on saatu jonkinlainen rajaus, joten voidaan siirtyä pohtimaan uutta mediaa. Se on nimensä perusteella uutta suhteessa vanhaan, mutta mikä on uutta ja mikä vanhaa? Nykyaikana, tässä hetkessä, uudella medialla tarkoitetaan luonnollisesti sitä, mikä nyt on uutta: digitaalista, muokattavaa, sosiaalista mediaa. Lähdetään tarkastelemaan nykyajan uutta mediaa ja tutkimaan sen suhdetta perinteiseen mediaan.

Esimerkkejä uudesta mediasta pohdittaessa mieleen tulee internetin palveluita, kuten Facebook, Twitter ja Youtube. Mikä näitä palveluja yhdistää, ja mikä erottaa ne perinteisestä mediasta, josta esimerkkeinä mieleen tulee ensin TV, sanomalehti ja puhelin? Puhutaan myös median murroksesta, joka on jopa tämän kurssin nimi. Onko media tosiaan murroksessa? Ovatko uuden ja vanhan median erot niin suuret, että median murros on muutakin kuin pelkkää hypeä?

Teemu Leinonen käsitteli uutta mediaa kurssin ensimmäisellä luennolla. Hän jäseni uuden median merkityskentän MIT:n medialaboratorion professorin Nicholas Negroponten käyttämän kolmesta ympyrästä muodostuvan kuvan avulla.



Kuva 1. Uusi media löytyy perinteisen median, laskennan ja verkostoitumisen leikkauksesta (Leinonen 2009).

Ensimmäinen ympyrä Leinosen esityksessä on perinteinen media, jota edustavat vaikkapa sanomalehti ja maalaus. Tämä on sitä "vanhaa" mediaa, jonka merkityskenttää hahmoteltiin tämän esseen alkupuolella ja todettiin teknologian, kommunikaation ja havaintopiirin käsitteiden rajaavan median määritelmää hyvin.

Toinen ympyrä on verkottuminen, network. Sieltä löytyvät perinteiset tavat verkottua, kuten lankapuhelin. Verkottumisen ja median leikkauksesta löytyy verkottunut perinteinen media, kuten TV ja radio.

Kolmas ympyrä on laskenta, computing. Tämä alue tuo kenttään mukaan tietokoneiden raa'an laskentatehon aina alkuaikojen jättimäisistä numeronmurskaimista nykyajan pienoislaskureihin, joita löytyy kaikkialta matkapuhelimista autoihin. Laskennan ja verkottumisen leikkauksessa ovat laskentaa vaativat verkottumisen ja kommunikaation välineet, kuten matkapuhelin. Laskennan ja median leikkauksesta taas löytyvät tietokoneen tehoa vaativat perinteiset mediat, kuten DVD.

Mystinen uusi media on paikannettavissa kaikkien kolmen ympyrän leikkaukseen: sieltä löytyvät Youtube, Facebook ja Twitter. Uusi media yhdistää perinteisen median elementit verkottumiseen ja toteuttaa tämän tietokoneiden laskentatehon avulla. Median käsite sisältää jo itsessään vahvan teknologiaelementin ja uusi media korostaa tekniikan merkitystä entisestään.

Riittääkö tällainen hahmotelma määrittelemään uuden median? Jos uuteen mediaan tarvitaan vain mediaa, verkottumista ja laskentaa, olisi esimerkiksi digi-TV uusi media. Digi-TV:n verkottuminen on kuitenkin vielä nykyisellään hyvin näennäistä eikä se eroa perinteisestä TV:stä muuten kuin tekniikallaan.

Yhdeksi uuden median kriteeriksi onkin syytä lisätä vahva verkottumiselementin korostuminen: uusi media mahdollistaa myös median käyttäjän osallistumisen sisällön ja merkitysten luomiseen. Uuden median suurin ero perinteiseen mediaan onkin se, että siinä missä perinteinen media on olennaisesti yksisuuntainen putki, joka siirtää sisältöä tuottajalta käyttäjälle, on uusi media foorumi, jossa käyttäjät vuorovaikuttavat paitsi keskenään, myös varsinaisten sisällöntuottajien kanssa. Ääriesimerkkinä tästä on sosiaalinen media ja sen menestynein palvelu Facebook: varsinaista ylhäältä saneltua sisällöntuotantoa ei ole, vaan palveluntarjoaja tarjoaa vain infrastruktuurin, jossa käyttäjät itse luovat sisältöä.

Bolterin ja Grusinin mukaan remediaation käsite on erityisen olennainen uutta mediaa tarkasteltaessa: "Remediation is a defining characteristic of the new digital media." (Bolter & Grusin 2000, 45) Tämä onkin selkeästi havaittavissa uudessa mediassa: internetin videopalvelut ovat uusia, verkottuneita televisioita, joissa jokainen saa olla TV-toimittaja. Sanomalehtien verkkopalvelut tuovat sanomalehtien sisällön ja osittain myös ulkoasun verkkoon, yhdistäen siihen sosiaalisesta mediasta tutun mahdollisuuden kommentoida ja osallistua näin toimitustyöhön. Bolter ja Grusin eivät kuitenkaan rajoitu yksisuuntaisen remediaation tarkasteluun, vaan väittävät sen toimivan myös uudesta mediasta vanhaan (Bolter & Grusin 2000, 45). Tästäkin on selviä esimerkkejä: Televisiossa on keskusteluohjelmia joihin kuka tahansa voi lähettää viestejä. TV-uutisissa ei ole pitkään aikaan näkynyt vain uutistenlukijan pää, vaan myös pieniä tietoikkunoita vaikkapa pörssikurssien kehityksestä samaan tapaan kuin internetin palveluissa. Sanomalehtien taitto mukailee verkkosivujen ulkoasua ja usein sanomalehden juttuun löytyy lisämateriaalia verkosta.

Niin uuden kuin vanhankin median remediaatio yhdistyy uuden median kolmikenttään (Kuva 1), kun mietitään tämänhetkistä kehitystä. Kilpailu uudesta mediasta on kovaa ja kaikista kuvaajan osista pyritään keskelle (Leinonen 2009). Perinteisen median edustajat haluavat verkkoon, verkottumista edustavat tietoliikenneyhtiöt haluavat mukaan medialiiketoimintaan ja laskentaa edustavat tietokoneyhtiöt haluavat tekniikallaan mukaan uuteen mediaan.

Entäpä tällä hetkellä tapahtuvaksi väitetty median murros? Ovatko uuden median tarjoama korostunut verkottuneisuus ja jokamiehen mahdollisuus tuottaa sisältöä niin olennaisia muutoksia, että hurjimmat vertauksen Gutenbergin painokoneeseen ovat perusteltuja? Kova kilpailu uudesta mediasta kertoo, että ainakin yritysten odotukset ovat kovat. Myös käyttäjien innostus uuden median palveluista on huikeaa: Youtubeen laitetaan 20 tuntia videota joka minuutti, ja Facebookia käyttää päivittäin 120 miljoonaa ihmistä (Leinonen 2009).

Laajemmassa tarkastelussa murros alkaa kuitenkin kuulostaa pahasti hypeltä. Mikä on nyt uutta, on huomenna vanhaa, eikä murroksen todellinen merkitys paljastu kuin vasta sen jälkeen. Koko modernin ajan, renessanssista nykyhetkeen siis, perusominaisuus on ollut jatkuva murros: moderni hakee lähtökohtaisesti koko ajan uutta (Leinonen 2009). Voidaan myös miettiä, paljastuvatko uuden median palveluihin sijoitetut valtavat rahasummat samanlaisiksi virhearvioinneiksi kuin vuosituhannen vaihteen IT-kuplan tappioihin johtaneet sijoitukset. Esimerkiksi Facebookin arvoksi on arvioitu miljardeja dollareja, mutta vasta syyskuussa 2009 yhtiö ilmoitti, että sen kassavirta on ensimmäistä kertaa positiivinen (Wikipedia 2009). Toisaalta uuden median palveluilla on asiakkailleen enemmän tarjottavaa kuin IT-kuplan aikaisilla palveluilla, jotka olivat lähinnä verkkoon sijoittuneita kauppapaikkoja: ne tarjoavat asiakkaalle uuden roolin sisällöntuottajana ja aktiivisena toimijana (Villi 2009).

Uuden median fundamentaali ero perinteiseen mediaan onkin korostunut verkottuneisuus ja putken muuttaminen foorumiksi. Aika näyttää, onko tämä muutos tarpeeksi vahva luomaan todellisen ja merkittävän murroksen saati tekemään valtavat sijoitukset tuottaviksi. Mahdollisuuksia on. Vertauksen Gutenbergin painokoneeseen ovat kuitenkin liioiteltuja, sillä tämänkertainen median murros ei varsinaisesti lisää olennaisen informaation laajaa leviämistä, vaan nopeuttaa sitä ja paisuttaa informaation määrää huomattavasti. Kansalaisvalokuvan ja nopeasti matkapuhelimella julkaistavien viestien avulla tieto vaikkapa onnettomuuksista leviää käytännössä tapahtumahetkellä, mutta samalla informaation määrä paisuu valtaiseksi ja olennaisen löytäminen vaikeutuu. Ehkäpä osuvampi vertailukohta tälle median murrokselle olisi lennättimen keksiminen: sekin nopeutti tiedonvälitystä etenkin mantereiden välillä, mutta ei ollut Gutenbergin painokoneen veroinen mullistus pitkäaikaisen tiedon levittämisessä.

Lähteet

Elo, Mika: Media käsitteenä. Median murros –kurssin luento 5.11.2009. Viitattu 22.11.2009. <http://floobs.com/videoclip.html?id=17980>,
<http://www.aaltomediafactory.fi/wp-content/uploads/2009/11/Mikaelo.pdf>

Oxford English Dictionary. Viitattu 23.11.2009. <http://dictionary.oed.com/>

Mediation (Marxist theory and media studies). Wikipedia. Viitattu 22.11.2009. http://en.wikipedia.org/wiki/Mediation_%28Marxist_theory_and_media_studies%29

Bolter, Jay ja Grusin, Richard. Remediation: Understanding New Media. Cambridge ja Lontoo, MIT Press 2000.

Leinonen, Teemu. Uusi media ja digitaalinen kulttuuri. Median murros –kurssin luento 1.10.2009. Viitattu 23.11.2009. <http://floobs.com/videoclip.html?id=16040>,
<http://www.slideshare.net/teemul/media-murros-aalto-1-10-2009>

Facebook. Wikipedia. Viitattu 23.11.2009. <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>

Villi, Mikko. Sosiaalinen media ja julkaisemisen muutokset. Median murros –kurssin luento 8.10. Viitattu 23.11.2009. <http://floobs.com/videoclip.html?id=16451>,
<http://www.aaltomediafactory.fi/wp-content/uploads/2009/06/Median-murros-luentokalvot.pdf>