

# Mitä on uusi media?

Arttu Kähkönen

# Johdanto

Tämä essee käsittelee median murrosta ja sitä mitä on uusi media. Essee on osa Aalto-yliopiston Median Murros -kurssia ja tehtävänä on koota ajatuksia median murrokseen liittyvistä teemoista sekä peilata niitä aiheeseen liittyvään lähdekirjallisuuteen. Työ lähtee liikkeelle media-käsitteen määrittelemisestä, jonka jälkeen pohditaan uuden median piirteitä ja sen ensimmäisiä merkkejä. Sen jälkeen työ keskittyy kuvaamaan uuden median teollisia, teknologisia, kulttuurisia ja sosiaalisia vaikutuksia.

## Mitä on media?

Mediasta puhuttaessa tarkoitetaan usein ainoastaan kaupallisia joukkoviestimiä, kuten televisiota, radiota tai sanomalehtiä. Puhuttaessa uudesta mediasta tai mediasta ylipäätensä, on tärkeää hahmottaa mitä media laajasti ottaen oikeastaan tarkoittaa.

Media-sanan yksikkömuoto on *medium*, vaikka suomen kielessä media-sanaa käytetään myös yksiköllisesti. Medium-sanasta voi käyttää suomenkielistä vastinetta viestin. Viestimen voi ymmärtää yleisen kommunikaation sosiaalisesti välikappaleeksi. Viestimet eivät ole näin ajatellen vain välineitä, joilla lähettäjät siirtävät merkkejä ja tarinoita vastaanottajalle, vaan ne sisältävät myös itsessään merkityksiä ja jättävät jälkensä välittämiinsä sisältöihin ja teksteihin. Eli väline itsessään on myös viesti. Tosin sanoen median tuottamien vaikutusten yhteydessä ei ole ainoastaan keskeistä se, millaisia viestejä viestimet välittävät, vaan myös se, miten media toimii sisältöjä välittävänä teknologiana ja miten se toimii ennen kaikkea osana kulttuuria. (Wiio 2006, 19.)

Tämän määritelmän pohjalta viestimeksi voidaan nähdä oikeastaan mikä tahansa asia, jolla ihmiset välittävät viestejä ja merkityksiä toisilleen. Sanomalehti on helppo ymmärtää viestimeksi, mutta harvemmin tulee ajateltua, että eräällä tavalla myös vaikkapa vessan seinä toimii viestimenä. Sen lisäksi että seinä on sosiaalisen kommunikaation välikappale (tuntematon henkilö on kirjoittanut siihen lyijykynällä viestin), kertoo se myös jotain kulttuuristamme.

Vessan seinältä lukee usein kirjoituksia, jotka eivät muualla kestäisi päivänvaloa. Tosin sanoen seinän kirjoitukset kertovat siitä, mitä kulttuurissamme ei pidetä soveliaana käytöksenä ja kommunikaationa, mutta samanaikaisesti vessa on se konteksti jossa tällaiset kirjoitukset ovat

hyväksyttäviä. Vessan seinällä on siis jo ilman ensimmäistäkään kirjoitusta yhteisesti jaettu kulttuurinen merkitys, se on viesti itsessään. Vielä tarkemmin ajateltuna seinä on jopa vuorovaikutteinen viestin, sillä ihmiset usein vastaavat viesteihin ja myös muokkaavat niitä.

Toisenlaisen näkökulman mukaan media on julkisuuden synonyymi: julkisuus on yhteiskuntarakenteellinen tila, jossa kansalaiset voivat käsitellä yhteisiä asioitaan. Tämä julkinen käsittely tapahtuu pääosin mediassa, jossa kamppaillaan merkityksistä ja tuotetaan journalististen ja arkikäytäntöjen kautta mielikuvaa todellisuudesta. Näin ollen media on olennainen osa sitä todellisuutta, jossa elämme. (Wiio 2006, 20.)

Tähän määritelmään nojaten esimerkiksi Caesarin Roomassa järjestämän gladiaattoritaistelun voi nähdä aikansa vahvaksi mediaksi, sillä tapahtumat Colosseumilla heijastivat todellisuutta ja tuottivat merkityksiä monella tavalla: kaiken taustalla oli merkitys Rooman imperiumin mahtavuudesta, istumajärjestys kertoi yhteiskuntaluokasta ja gladiaattorien vahvuus tai heikkous vetosi yleisöön tuottaen kollektiivisia merkityksiä urheudesta ja heikkoudesta.

Läheisempänä esimerkkinä mediasta yhteiskuntarakenteellisena tilana ja todellisuutena voisi käyttää vaikkapa populaarimusiikkia soittavaa radiota. Musiikki merkitsee ihmisille jotain, se heijastaa kulttuurimme piirteitä ja kertoo sen myyteistä, toisin sanoen kertoo todellisuutta musiikin kielellä. Populaarimusiikkia soittava radiokanava on tämän todellisuuden julkinen viestin, eli oleellinen osa todellisuutta.

Vaikka erilaisia viestimiä on ollut olemassa lähes niin kauan kuin ihminen on ollut olemassa, niin median syntyajankohdaksi määritetään usein painokoneen keksiminen 1400-luvulla. Sen lisäksi että keksintö mullisti ihmisten välisen kommunikaation, niin sillä oli myös valtavia kulttuurisia vaikutuksia, jotka ulottuivat aina ihmisten yksilöllisestä oppimisesta heidän hallitsemiseensa. Painokone aloitti kulun jonka viitoittamalla tiellä on syntynyt muun muassa julkiset kuulutukset, kirjanpito- ja kirjallisuus, lehdistö, radio, elokuva, televisio ja viimeisenä verkossa tapahtuva viestintä, joka liittyy läheisesti uuden median käsitteeseen. (Wiio 2006, 20) & (McNeill & McNeill 2005).

## **Media murroksessa - kohti uutta mediaa**

Viestintäteknologian kehittyessä myös media on kehittynyt ja saanut uusia muotoja. Muutos on ollut jopa niin voimakasta, että noin 90-luvun puolesta välistä median on nähty selkeästi olevan murroksessa, ei ainoastaan normaalissa muutostilassa. Puhutaan uudesta mediasta ja sen vaikutuksesta vanhaan mediaan. Mutta mitä oikeastaan on uusi media?

Uuden median ensimmäiset merkit ulottuvat vuodelle 1969, Internetin ensimmäisen version keksimiseen. Vuonna 1977 lähetettiin ensimmäinen sähköposti ja 1988 keksittiin Internetiä hyödyntävä pikaviesti. 1993 tuli ensimmäiset verkkoselaimet sekä graafinen Internet ja 2000-luvun paikkeilla alkoi syntyä verkkoyhteisöjä. (Leinonen 2009.)

Internetiä ja digitaalista mediaa käytetään usein määritelmänä uudelle medialle, mutta käsitettä täytyy hieman avata ymmärtääkseen sen moniulotteiset merkitykset. Henry Jenkins (2006, 2) havainnollistaa median murrosta uuden ja vanhan median törmäyksellä, jossa hierarkkinen yritysvetoinen media ja ruohonjuuritason media risteävät ja jossa median tuottajan ja median kuluttajan välinen valtasuhde muuttuu yhä ennustamattommaksi. Jenkins (2006, 2-3) kutsuu tätä lähentymisen kulttuuriksi, jossa mediasisältö liikkuu yhä vaivattomammin eri medioiden välillä, median tuottajat tekevät yhä enemmän yhteistyötä ja jossa median kuluttajat käyttäytyvät yhä voimakkaammin kulkurin lailla, etsien juuri sellaista tietoa ja sisältöä jota he sillä hetkellä haluavat. Lähentyminen tarkoittaa muutoksia niin teollisessa, teknologisessa, kulttuurisessa kuin sosiaalisessakin mielessä.

### **Uusi media ja mediateollisuus**

Median murroksesta ja uudesta mediasta löytyy jo monia selkeitä esimerkkejä. Jenkinsin mainitsemasta hierarkkisuuden murtumisesta sekä tuottajien ja kuluttajien muuttuvasta valtasuhteesta voisi mainita vaikkapa massiiviseksi paisuneen Youtuben. Miljoonat ihmiset ympäri maailmaa lataavat itse tuottamaansa tai kopioimaansa sisältöä kenen tahansa nähtäville maksutta. Kuluttajat ovat siis median kuluttajia sekä tuottajia ja päättävät itse mitä kulloinkin haluavat katsoa. Myös tekijänoikeuksia rikotaan, kun mediateollisuuden tuottamaa sisältöä jaetaan edelleen ilman tekijänoikeusmaksuja. Youtube on ehkä kaikkein näkyvin esimerkki, mutta kuvastaa hyvin sitä tilannetta kuinka nopea ja villi muutos mediakentässä onkaan tapahtumassa.

Muutos on ollut niin nopeaa, että mediateollisuuden on ollut vaikeaa sopeutua siihen. On olennaista kysyä millä bisneslogiikalla mediayhtiöiden kannattaa sisältö tuottaa, jos se kuitenkin leviää verkossa digitaalitekniikan avulla vapaasti? Toisaalta miten mediayhtiöiden rooli muuttuu, kun ruohonjuuritasolla kuluttajat yhä enemmän tuottavat itse mediaan sisältöä ja lisäksi käyttävät yhä useampia kanavia haluamansa sisällön kuluttamiseen? Esimerkiksi Twitterin kaltaisten medioiden ansiosta merkittävät uutiset saattavat olla jo satojen tuhansien ihmisten tiedossa ennen kuin uutistoimittaja on saanut edes raporttinsa julkaistua. Innokkaimmat fanit katsovat uutuussarjat Internetistä heti niiden ilmestyttyä Yhdysvalloissa ja suosituimmat musiikkilevyt ovat ladattavissa joskus jopa ennen niiden julkaisua. Mediakenttä ja -teollisuus ovat siis muuttuneet yhä pirstaleisemmiksi ja muutos on edelleen hyvin voimakasta.

### **Uusi media ja teknologia**

Uutta mediaa leimaa vahvasti sen teknologinen näkökulma, sillä uusi media on syntynyt Internetin ja sen lukuisten sovellusten pohjalle. Uudelle medialle on tyypillistä se, että päästäkseen siihen osalliseksi, täytyy ymmärtää sen käyttämiseen liittyvää teknologiaa, käytännössä siis tietokoneen, Internetin ja mobiililaitteiden hallintaa. Ero perinteisen median kuluttamiseen on huomattava: esimerkiksi television ja radion kanssa riittää että osaa kääntää tai painaa muutamaa nappulaa.

Uusi media vaatii jo huomattavan paljon syvempää teknologiaosaamista, joka voi olla vanhemmille ihmisille jopa ylivoimaista omaksua. Vai miten opettaa 80-vuotiaalle isoäidille että hän voi ladata verkosta Chileläisen opiskelijan verkkoon lataamaan luontodokumentin, kunhan vain asentaa tietokoneelleen jonkinlaisen torrentin? Hyvä jos isoäiti ymmärtää miten hiiri toimii. Tällä hetkellä näyttää myös siltä, että eri mediat taipuvat yhä enemmän saman teknologian alle: esimerkiksi kännykästä voi kuunnella radioita, katsella elokuvia ja valokuvia, lukea sanomalehteä ja selata Internetiä. Nähtäväksi jää, millainen rooli esimerkiksi televisiovastaanottimella tulee olemaan tulevaisuudessa.

### **Uuden median kulttuurisia vaikutuksia**

Uudella medialla on myös merkittäviä kulttuurisia vaikutuksia, joista yksi on tiedon hajautuminen ja läpinäkyvyyden lisääntyminen yhteiskunnassa. Perinteisesti tietoa on hallittu, tuotettu ja jaettu hierarkkisesti ylhäältä alaspäin ja harvojen kanavien kautta, mutta digitaalinen viestintäteknologia on muuttamassa suuntaa osittain myös päinvastaiseksi ja ennen kaikkea vuorovaikutteiseksi. (Erkkola 2008).

Kun tietoa on entistä vaikeampaa kontrolloida, on sitä myös vaikeampi käyttää ihmisten hallitsemiseen. Kännykkäkamerat ja Internetin tehokkaat viestintäverkot aiheuttavat esimerkiksi sen, ettei Kiinan Kommunistinen Puolue voi uskotella kansalleen mitä tahansa, FIA:n puheenjohtaja ei voi tuosta noin pitää natsiorgioita, eikä rasistinen amerikkalaispoliisi voi huoletta hiukan mukiloida pidättämäänsä tummaa poikaa.

Sen lisäksi että tämän kaltaiset tapahtumat tallentuvat entistä herkemmin digitaalisiin muisteihin, on uudelle medialle myös ominaista niiden äärettömän nopea leviäminen. Ääriesimerkkinä toimii tapaus, jossa kaksi teini-ikäistä poikaa laittoi kissankidutusvideon Youtubeen ja vain muutama tunti myöhemmin raivostuneet, eri puolilla maailmaa yhteistyötä tehneet, hakkerit jäljittivät poikien IP-osoitteen ja sitä kautta katuosoitteen sekä muut henkilötiedot.

Tiedon läpinäkyvyyden lisääntymisestä kertoo esimerkiksi Iranissa tapahtuneet protestit, jotka hallitus tukahdutti väkivaltaisesti marssittamalla armeijan kadulle. Kymmenen vuotta sitten muu maailma ei olisi saanut asiasta juurikaan vihiä, mutta nykyään asioiden todellinen laita paljastui tavallisten ihmisten Internetiin laittamista videoista. Voisikin sanoa, että uusi media toimii eräänlaisena vallan vahtikoirana. Suomen kaltaisessa hyvin toimivassa demokratiassa tiedon hajaantumisella ja läpinäkyvyydellä ei tosin ole niin suuria vaikutuksia kuin Iranin kaltaisessa diktatuurissa, jossa ”hallitus” pyrkii kontrolloimaan mediaa täydellisesti.

Tiedon läpinäkyvyyttä ehkä vielä paljon merkittävämpi uuden median piirre liittyy tiedon jakamiseen, jota Henry Jenkins (2006, 3-4) kutsuu osallistumisen kulttuuriksi. Yksin tiedämme vain vähän, mutta yhdessä tiedämme valtavasti. Periaate ei sinänsä ole uusi, mutta Wikipedian ja ”how stuff works” kaltaiset sivustot tuovat sanonnalle konkretiaa. Osallistumisen kulttuurin ansiosta Internetistä löytää tänä päivänä vastauksen lähes mihin tahansa kysymykseen. Merkittävää on se, että tämä tieto tavallisten ihmisten tuottamaa ja siten kenen tahansa ulottuvilla maksutta. Toki on huomioitava, että tämän kollektiivisen tiedon ulottuvilla ovat vain ne joilla on mahdollisuus käyttää tarvittavaa teknologiaa, mutta periaatteellisella tasolla kenellä tahansa missä päin maailmaa tahansa on mahdollisuus lisätä tai hankkia yhteistä tietoa. Toisaalta on huomioitava, että juuri tämä seikka lisää myös mediakriittisyyden merkitystä, sillä Internetistä löytyy valtavat määrät roskatietoa.

On myös oleellista pohtia, kuinka tiedon lisääntyminen ja sen nopea liikkuminen vaikuttaa kulttuurien lähentymiseen tai sekoittumiseen. Jo ennen uuden median aikaa on puhuttu paljon esimerkiksi Yhdysvaltojen pehmeän vallan lisääntymisestä. Pehmeä valta on muun muassa arvojen ja ideologioiden levittämistä ja se leviää tehokkaasti elokuvien ja muun populaarikulttuurin avulla. Kuinka paljon vaikkapa intialaisessa kulttuurissa on länsimaisia piirteitä kahdenkymmenen vuoden kuluttua, entä pahentaako länsimaalainen pornoteollisuus Afrikan Aidsongelmaa? Toisaalta voi myös kysyä seuraako kulttuurien leviämisestä myös jotain positiivista, kuten vieraiden kulttuurien parempaa ymmärrystä ja niiden kunnioittamista? Verkottuneen ihmiskunnan väkivaltainen historia antaa kyllä olettaa toista.

Uuden median kulttuuriset vaikutukset ulottuvat politiikan lisäksi myös syvälle liike-elämän logiikkaan: asiakkaiden kanssa pyritään keskustelemaan, heiltä pyritään oppimaan ja heille tarjotaan entistä enemmän tietoa. Ihmiset ovat myös tottuneet siihen, että nykyään lähes kaiken, tuotteisiin tutustumisesta ostamiseen, voi hoitaa verkossa.

### **Uuden median sosiaalisia vaikutuksia**

Uudella medially on myös laajoja sosiaalisia vaikutuksia. Muun muassa yksityisyyden rajat ovat hämärtyneissä kun media on sosiaalisten yhteisöjen myötä yhä kiinteämmin läsnä ihmisten elämässä. Facebookin kaltaiset yhteisöt verkottavat ihmiset virtuaalisesti tiiviisti toisiinsa ja monet asiat joita on ennen pidetty yksityisinä, ovat muuttumassa julkisiksi. Toisaalta yhteisöt saattavat lisätä ihmisten välistä kommunikaatiota ja ylläpitää suhteita, jotka esimerkiksi pitkän välimatkan vuoksi saattaisivat unohtua. Joka tapauksessa uuden median sosiaaliset vaikutukset ovat merkittävät ja monet käsityksemme vuorovaikutuksesta, median läsnäolosta ja yksityisyydestä tulevat vielä muuttumaan.

Yhteisöllisten medioiden, kuin myös uuden median, yhteydessä puhutaan usein sosiaalisesta mediasta, joka on 2000-luvun oma ilmiönsä ja tärkeä käsite uudessa mediassa. Sosiaaliselle medialle on ominaista sen käyttäjälähtöisyys ja vuorovaikutteisuus: käyttäjät tuottavat ja muokkaavat sisältöjä itse. Hyvänä esimerkkinä sosiaalisesta mediasta toimivat vaikkapa jo mainitut Youtube, Facebook ja Wikipedia, mutta Internetissä on jo todella paljon muitakin käyttäjälähtöisiä sisältöjä. Esimerkiksi bloggaus on erittäin yleistä ja julkisuuden henkilöille nykyään melkein pakollistakin. (Erkkola 2008, 23-24).

## **Yhteenveto**

On selvää, että uusi media vaikuttaa kehittyneiden/kehittyvien maiden ihmisten elämään todella monella tavalla. Se murtaa olemassa olevia rakenteita ja luo jatkuvasti uusia. Voidaan siis hyvin puhua murroksesta, mutta sen voimakkuutta on vielä kovin vaikea arvioida. Osa uusi media -puheesta on varmasti hypeä, mutta sen tarjoamat mahdollisuudet ovat kieltämättä vaikuttavia. Vai miltä kuulostaa, että jopa maailman mahtavin sotakoneisto joutuu tosissaan painimaan uuden median ilmiöiden kanssa?

## Kirjalliset lähteet

Jenkins, Henry 2006. Convergence Culture – Where Old and New Media Collide. New York University Press. New York.

McNeill J.R & McNeill William 2005. Verkottunut ihmiskunta. Vastapaino. Tampere.

Wiio, Juhani 2006. Media uudistuvassa yhteiskunnassa – Median muuttuvat pelisäännöt. Edita Prima Oy. Helsinki.

## Sähköiset lähteet

Erkkola, Jussi-Pekka 2008. Sosiaalisen median käsitteestä. Lopputyö, Taideteollinen Korkeakoulu.

URL: [http://erkkola.net/sosmed\\_kasite\\_erkkola.pdf](http://erkkola.net/sosmed_kasite_erkkola.pdf). Viitattu 23.11.2009.

Leinonen, Teemu 2009. Median murros -luento 1.10.2009. URL:

<http://flobs.com/videoclip.html?id=16040>. Viitattu 22.11.2009.