

PIENI IHMINEN MEDIAN MURROKSEN KESKELLÄ

Minna-Kaisa Kuosmanen

Vielä 90-luvulla sanomalehti täytti suuren osan postilaatikosta suomalaisessa lähiössä. Varsinkin sunnuntaina. Vanhemmat istuutuivat television ääreen tasan seitsemältä ja uudestaan puoli yhdeksältä kuullakseen, oliko lehdestä luettujen uutisten jälkeen tapahtunut mitään uutta. Lapset leikkivät pahvilaatikoista tehdyillä tietokoneilla ja askartelivat omatekoisia sanomalehtiä. Autuaan tietämättöminä tietokoneiden levinneisyydestä tai internetin kiihtyvistä kehityksestä toisaalla. Peruuttamaton muutos oli silti tulossa. Lehdet laihtuivat.

Matkapuhelin, jokaisen perusvaruste

Kun ensimmäiset gsm-puhelimet yleistyivät, monissa kodeissa pidettiin silti lankapuhelimet toiminnassa. Kouluun lähteville lapsille saatettiin hankkia omat matkapuhelimet, jos edes toinen vanhemmista oli teknisesti suuntautunut. Lankapuhelimista luovuttiin hämmästyttävän nopeasti, kun matkapuhelimien kiistattomat edut huomattiin. Enää ei tarvinnut olla kotona tiettyyn aikaan voidakseen sopia kotiintuloajoista tai harrastuksista. Nykyisin lähes jokaisella koululaisella on jonkinlainen matkapuhelin, ja jopa päiväkotikäiset kilpailevat siitä, kenellä on uusin "kamerakännykkä". Yhteydenpitovälineenä matkapuhelin on verraton.

Kameran ja matkapuhelimen yhdistyminen on ilahduttanut päiväkotikäisten lisäksi monia aikuisia. Ammattivalokuvaajat sen sijaan saattavat pelätä ansaintalogiikkansa murenemistä. Tosin lähes reaaliaikaisten kansalaiskuvien yleistymisessä päivälehtien paperi- sekä internetversioiden kuvituksina on sekä hyviä että huonoja puolia. Nopeaa tiedonvälitystä ihannoiva ihmiskunta saa janoamaansa kuvamateriaalia uutisista lähes samaan aikaan kuin ne tapahtuvat, mutta menettää laadukkaiden kuvien tuoman esteettisen elämyksen. Olemme nähneet myös esimerkkejä kuvien epäaitoudesta. Kuvien manipulointi on entistä helpompaa, ja matkapuhelinkameroiden verrattaen epäterävä jälki auttaa häivyttämään amatöörimäisestä Photoshopin käytöstä johtuvat jäljet. Niinpä vastuu sekä uutisten aitoudesta että niiden kuvituksesta on osittain siirtynyt epämääräiselle joukolle innokkaita kansalaisia. Olemmeko tästä onnellisia? Mistä tiedämme, mikä on totta ja mikä keksittyä tai muunneltua? Tarkistaako kukaan kuvien ja niihin liittyvien uutisten aitoutta?

Tekstiviestien lähettämisestä on tullut suosittumpaa kuin osattiin kuvitella. Tekstiviestin nopeus, edullisuus ja helppous ovat olleet osasyynä siihen, että jopa erittäin iäkkäät, täysin digitaalisesta maailmasta tietämättömät henkilöt, pystyvät kirjoittamaan, lähettämään ja vastaanottamaan tekstiviestejä. Näkökyvyn heikkenemisen takia oma 94-vuotias isoäitini ei enää pysty lähettämään tekstiviestejä, mutta pystyy suurennuslasin avulla lukemaan niitä, jos viesti on kirjoitettu isoilla kirjaimilla. Jos tekstiviestejä pystyttäisiin esimerkiksi sanelemaan älykkäälle matkapuhelimesta, hänen ongelmansa poistuisi. Samoin puhelin voisi toistaa saapuneen tekstiviestin miellyttävällä äänellä. Tekstiviestin kirjoittaminen onkin fyysisenä suorituksena kummallinen tapahtuma. Aivan kuin matkapuhelimien suunnittelijat eivät olisi huomanneet, että suurin osa ihmisistä kirjoittaa viestinsä peukalolla. Silti se on kohtuullisen hankalaa, sillä peukalo joutuu liikkumaan

epäluonnollisesti myös alaspäin, kun näppäimistö on näytön alapuolella. Jos puhelin käännetään ylösalaisin, peukalo pääsee liikkumaan vapaasti ja luonnollisesti omalla liikeradallaan. Näytön seuraaminen onnistuu tästäkin asennosta aivan mainiosti. Miksei siis näppäimistö voisi olla näytön yläpuolella?

Viime aikoina olemme nähneet, kuinka vaarallisia tekstiviestit voivat olla. Sopimattoman tekstiviestin takia voi joutua eroamaan jopa ministerin tehtävästä. Tekstiviestien henkilökohtaisuus onkin näennäistä, vaikka niistä ei jääkään samanlaista jälkeä kuin muista digitaalisiin välineisiin jätetyistä viesteistä. Tekstiviestejä on käytetty mediassa myös kuvituksena ja osana uutista. Tällöin niiden kirjjesalaisuutta muistuttava henkilökohtainen luonne muuttuu.

Matkapuhelin on helppo varastaa. Uusimpien mallien, kuten Applen iPhoneen kaltaisten viihdekeskusten sisältö muistuttaa jo lompakon tai henkilökohtaisen tietokoneen sisältöä. iPhoneen omistaja on voinut tallentaa puhelimeensa jopa luottokorttinsa tiedot esimerkiksi musiikin ostamista varten. Virtuaalinen tai fyysinen varas voisi hyödyntää näitä tietoja nopeasti ja vaarallisesti. Miten suojaudumme tällaisen varalta? Koska jokainen, jolla on internet-yhteys, pystyy julkaisemaan haluamiansa kuvia, videoita ja tekstiä, myös tällainen sisältö on varastettavissa puhelimestasi ja julkaistavissa nimissäsi kaikkien nähtäväksi. Mutta kiinnostaisiko se ketään?

Monissa nykyisissä matkapuhelimissa on ominaisuuksia, joita niiden suunnittelijat pitävät tarpeellisina. Kuitenkin useat niiden käyttäjät pitävät niitä tarpeettomina. Näin ei tarvitsisi olla. Tekninen kehitys on vain osittain kulkenut käsi kädessä käyttäjäkokemuksen kanssa. Toimistokäyttöön suunnitelluissa puhelimissa on usein tietokoneen näppäimistöä muistuttavat näppäimet ja monia akkua kuluttavia sovelluksia, vaikka käyttäjä tarvitsisi käytännössä vain synkronoituvaa kalenteria ja internet-yhteyttä puhelimen ja tekstiviestien lisäksi. Aivan kuin jatkuvasti kantaisi mukanaan monitoimityökalua siksi, että joskus saattaisi haluta käyttää saksia. "Helppokäyttöisyyttä tavoiteltaessa unohdetaan usein, etteivät monet ihmiset halua alkuunkaan **käyttää** tietokoneita. He haluavat saada työtehtävät tehdyiksi." (Nicholas Negroponte: Digitaalinen todellisuus, 1995). Sama koskee matkapuhelimia.

Juuri eläkkeelle päässyt isoäiti tarvitsee puhelimeltaan vain vähän ominaisuuksia. Hän haluaa soittaa tai lähettää tekstiviestejä lapsilleen, lastenlapsilleen ja tuttavilleen. Lisäksi hänestä on mukavaa ottaa valokuvia matkapuhelimellaan jossa on kamera, sillä näin hänen ei tarvitse kantaa toista laitetta mukanaan. Enää hänen ei myöskään tarvitse nähdä vaivaa toisen laitteen, kuten uuden digitaalikameran, käyttämisen opettelemiseen. Kunpa matkapuhelimessa olisi vielä tarpeeksi suuri näyttö ja kirjaimet, joita hän pystyisi lukemaan vaivatta. Myös näppäimet tuntuvat usein liian pieniltä ja raskailta nivelrikkoisille sormille. Tuntuu siltä, että matkapuhelimia suunnitellaan vain insinööreille tai nuorille, jotka ovat kiinnostuneita teknisistä ominaisuuksista, ja joille niiden hyödyntäminen on luonnollista. Nämä nuoret ovat syntyneet keskelle median murrosta. Niinpä heille on itsestään selvää, ettei uutisia tarvitse odottaa tietynä aikana, ja että esimerkiksi televisiota voi katsoa milloin haluaa omalta kannettavalta tietokoneeltaan. Tällainen taas on monen keski-ikäisen mielestä uudenaikaista ja hämmentävää. Hänen tekninen ymmärryksensä ja kiinnostuksensa saattaa loppua jo kaukosäätimien paljouden aiheuttamaan ahdistukseen. Hän ei kiinnostu kuvien julkaisemisesta eikä Twitteristä, koska hän ei tarvitse niitä.

Markkinoijat haluaisivat päästä käsiksi kuluttajien puhelimiin ja pirstaloituneen median tarjomiin uusiin kanaviin. Työsuhdepuhelin on harvoin käyttäjän nimissä niin, että markkinointia harjoittava yritys saisi käyttäjän tiedot rekisteriinsä. Mobiilimarkkinointia kehitetään kuitenkin koko ajan ovelammaksi. Jo nyt sattaa messuilla tai kadulla kävellessään saada lähistöllä toimivan yrityksen mainoksen puhelimeensa bluetoothin avulla. Monet haluaisivat silti pitää matkapuhelimensa mainoksettomana vyöhykkeenä. Tämä tilanne on sikäli muuttumassa, että selatesaan internet-sivuja matkapuhelimellaan ihminen törmää mainoksiin tahtomattaankin. Mainoksia ja uutisia on siis myös matkapuhelimessa, tahdoimme tai emme, sillä sehän on kuitenkin vain väline muuttuvassa mediaympäristössä.

Kuka kuuntelee jatkuvaa informaatiokohinaa?

Perinteiset massamediat ovat vuosikymmeniä suunnanneet viestejään suurelle yleisölle. Valtion päämiehet ovat suunnanneet viestinsä kansalle ylhäältä alaspäin. Tällainen autoritäärinen viestintä on muuttunut hankalammaksi, sillä uusia tavoittamiskeinoja on tullut perinteisten medioiden rinnalle kiihtyvällä tahdilla. Tavallisen kansalaisen vuorovaikutteinen käyttäytyminen internetissä olevilla keskustelupalstoilla ja sosiaalisen median mellastuskentillä on eräs osoitus itseilmaisemisen ja vapauden kaipuusta. Toisille tämä on elinehto, toiset eivät välitä sellaisesta lainkaan. "Todellisuudessa ihmiset ovat erilaisia, tilanteet muuttuvat ja tiettyä vuorovaikutusta koskeviin olosuhteisiin vaikuttaa myös käytettävissä oleva vaikutuskanava." (Nicholas Negroponte: Digitaalinen todellisuus, 1995).

Broadcasting on mahdollistanut jokamiehen oikeuden kaltaisen tilanteen "internet-viidakossa". Kaikki eivät kuitenkaan osaa tai halua julkaista tuottamaansa sisältöä internetissä. Vaikka lähes jokaisessa länsimaisessa kodissa on tietokone ja internet-yhteys, niitä käytetään hyvin eri tavoilla ja eri tarkoituksiin, kuten matkapuhelimiakin. Erilaisia vuorovaikutteisia viestejä on luettavissa ja katsottavissa mihin vuorokauden aikaan tahansa, mutta lukeeko ja katsooko niitä kukaan? Mihin niitä tarvitaan? Markkinointiviestinnän näkökulmasta tämä on huolestuttavaa. Miten ihmisiin saadaan yhteys, kun heitä ei enää yllätä mikään? Kun heillä on jo kaikkea?

Lapsuudessani opetettiin, ettei apua saa huutaa turhaan, ettei se menettäisi merkitystään. Jos joskus oikeasti tarvitsisi apua, kukaan ei uskoisi, kun oli turhaan huudellut ennenkin. Tällainen tilanne vallitsee nyt internetissä. Turhia ja tärkeitä viestejä on vaikea erottaa toisistaan. Mikä on luotettavaa tietoa, kenen tuottamaa se on? Enää emme keräänny puoli yhdeksän uutisten ääreen, vaan jopa koululaiset osaavat lukea uutiset päivälehtien sähköisistä versioista. Onneksi Viestintäviraston kaltaisten viranomaisien tehtävänä on taata toimiva kilpailu viestintämarkkinoilla. "Viraston tavoitteena on varmistaa viestintäverkkojen tasapuoliset käyttömahdollisuudet ja monipuoliset palvelut eri palveluntarjoajille sekä taata verkkoteknologioiden kehittyessä viestintäverkkojen ja -palveluiden yhteentoimivuus. Virasto huolehtii siitä, että yhteiskunnan, elinkeinoelämän ja kansalaisten käytössä ovat mm. monipuoliset sähköiset mediapalvelut." (www.ficora.fi). Internetissä vallitsee monikerroksinen todellisuus. Onko se kenenkään hallittavissa? Kuka erottaa viranomaisviestinnän kansalaisten tuottamasta?

"Today`s media is shattering the world into a billion personalized truths, each seemingly equally valid and worthwhile." (Anrew Keen: The Cult of the Amateur, 2007). Mitä jos perustettaisiin "uusi internet", jossa olisi ainoastaan todistetusti oikeaa tietoa ja viranomaisten sekä muiden ammattilaisten tuottamaa ja valvottua sisältöä? Haluaisiko kukaan vierailla siellä? Tulisiko "vanhasta internetistä" rikollisten vapaampi mellastuskenttä? Entä jos nyt tuntemamme internet kaatuisi, minne kaikki sen sisältö joutuisi? Tulisimmeko toimeen ilman sitä? Entä jos ihminen haluaisi poistaa kaiken jättämänsä sisällön internetistä, olisiko se edes mahdollista?

Sosiaalinen media, älykkään mainostajan onni

Jotkut yritykset ovat kaiken tietotulvan keskellä keksineet käyttää sosiaalisen median ilmentymiä hyödykseen tavalla, joka yllättää. Ihmiset "huiputetaan" mainostamaan yritystä huomauttamattaan, ja haluamaan lisää yrityksen tuotteita. Tällainen uudenlainen viraalimarkkinointi on tehokasta niin kauan kuin sekin tuntuu liian nähdyltä. Kalustejätti Ikea teetti mainostoimistollaan onnistuneen kampanjan, jossa luotiin myymäläpäällikön profiili Facebookiin uuden myymälän avajaisten mainostamiseksi. Kampanja perustui siihen, että myymäläpäällikön kuvagalleriassa oli useita kuvia myymälän showroomista. Kuka tahansa Facebook-kaveri saattoi merkitä kuvista mieleisensä tuotteen, ja ensimmäisenä ehtinyt voitti sen itselleen. Kaverit pyysivät kiihkeästi lisää kuvia, kun edelliset olivat täynnä "tägejä". (facebook tagging, www.sentinelhost.com/ikea).

Miten ihmiset sitten löytävät yritysten internet-sivuille? Onneksi on hakukoneita, kuten Google. Ja ettei kaikki internetin tieto olisi tarkoituksetonta ja turhaa, mainostajat yrittävät keksiä yhä uusia tapoja kertoa kampanjoistaan yllättävissä paikoissa, yllättävällä tavalla. Rahan ansaitseminen kun on kaupallisten yritysten olemassaolon edellytys. Oikeastaan mikä tahansa voi nykyisin olla media; vessan seinä, sähkökaappi, t-paita, jopa sinä itse. Mutta onko internet olemassa vain rahan ansaitsemista varten? Onko tarkoitus, että se joka osaa hyödyntää suurta yleisöä mahdollisimman kekseliäästi, ansaitsee uudessa mediaympäristössä omaisuuksia? Internet on täynnä sivustoja, jotka ovat olemassa, mutta joilla kukaan ei vieraile. Kuin autioita kaupunkeja. Olisivatko ne pysyneet vetovoimaisina, jos niissä olisi ollut vuorovaikutusta yksisuuntaisen tiedottamisen sijaan sekä transmediaalisia toimenpiteitä apunaan? Tässä purtavaa yrityksille, jotka kamppailevat olemassaolostaan taloudellisessa taantumassa.

Nykyihminen tarvitsee välillä kaiken tiedon keskellä "mediapaastoa" ja ympäristön vaihdosta digitaalisuudesta konkreettisuuteen. Eipä ihme, että suomalaiset rakastavat mökkejään ja luontoaan. On terveellistä toisinaan leipoa tai hakata halkoja. Tai tehdä hiekkakakkuja lapsen kanssa. Olla sellaisessa paikassa, minne monipuoliset mediapalvelut eivät ulotu. Perinteisen median merkitys ja muodot ovat muuttuneet, mutta sanomalehtiä, aikakauslehtiä, radiota ja televisiota tarvitaan yhä. On turvallista ajatella, että joku jossain tekee sisältöä työkseen, ja vaalii eettisiä sekä esteettisiä arvoja siitä huolimatta, että koko kansan huviksi on muodostunut olla jatkuvasti "online" ja julkaista omia tekeleitänsä internetissä.