

## Mikä uusi media?

Aloittaessani elokuva- ja televisiotieteen opintoja Turun yliopistossa syksyllä 1993 video esitettiin osassa alan tutkimuskirjallisuutta uutena mediana. Ja toki video olikin uusi, tai ainakin uudempi media suhteessa vaikkapa elokuvaan. Palatessani Turkuun opettamaan mediatutkimusta kahdeksantoista vuotta myöhemmin analoginen eli magneettinauhaan pohjaava video on melko lailla vanha, jopa kuollut media. Videonauhohojen aika on ohi ja video ymmärretään paljolti digitaalisina tiedostoina, joita kuvataan kännyköillä ja jaetaan netissä. Jos uuden ja vanhan median välinen ero ymmärretään digitaalisten ja analogisten formaattien välisenä erona, video on itse asiassa myös uusi media.

Kuten jo tämä esimerkki havainnollistaa, uuden median käsite on perustavanlaatuisen epävakaa ja muuttuva – hienommin sanottuna kontingentti. Samalla sitä kuitenkin käytetään laajalti mediakentän ja eri mediateknologioiden välisten suhteiden jäsentämisessä.

Kuuntelija saattaa ihmetellä, miksi koen uuden median käsitteen niin tärkeäksi, että haluan saivarella sen tiimoilta professoriluennossani. Kysymys on sinänsä aiheellinen. Oma taustani on elokuva- ja televisiotieteessä, mutta työni on keskittynyt yli vuosikymmenen ajan lähinnä niin sanottuun uuteen mediaan: internetin tutkimukseen, digitaalisen kulttuurin opetukseen ja uuden median teorioihin. Samalla ymmärrän itseni nimenomaan mediatutkijaksi ja tavoitteenaani on tässä yhteydessä selittää, miksi näin on. Kyse on siis professuurini alan, mediatutkimuksen, määritelmistä.

Lontoolaisen taidemuseo Tate Modernin turbiinihallissa on maaliskuuhun saakka esillä taiteilija Tacita Deanin installaatio *Film*,

jota on määritelty kunnianosoitukseksi kuollevalle analogisen elokuvan formaatille ja tekstuurille. Deanin valittu media on 16mm-elokuva, jota ei voi enää kehittää Britanniassa viimeisen laboratorion suljettua ovensa. Eastman-Kodak kehitti 16mm-formaatin vuonna 1923 vaihtoehdoksi kalliille, ammattimaiselle 35mm filmille. 8mm sivuutti 16mm:n harrastelijoiden formaattina sodan jälkeen ja 1950-luvulta eteenpäin 16mm-elokuvasta tuli leimallisesti kokeellisen, riippumattoman ja taide-elokuvanteon mediumi. Vuonna 2011 8 ja 16mm ovat jo melko kuolleita formaatteja, eikä 35mm:n elokuvallakaan ole edessään järin valoisaa tulevaisuutta elokuvastudioiden ja teatteriketjujen siirtyessä – tai jo siirrettyä – digitaaliseen tuotantoon ja levitykseen.

Elokuva filminä on siis katoamassa. Samalla sekä elokuvan tekstuuri että työprosessit ovat murroksessa. Pikseleistä koostuvat digitaaliset kuvat eroavat visuaalisesti valkokankaalle heijastettavasta muovikalvoisesta filmistä, ja digitaalisessa elokuvanteossa painotus siirtyy tuotannosta jälkituotantoon. Deanin installaatio liittyykin näihin molempiin teemoihin. Jos elokuvatutkimuksen ymmärtää *filmin* tutkimuksena (termien *film studies* tai *filmvetenskap* kirjaimellisessa merkityksessä), voisi olettaa, että tieteenala on joko kuolemassa tai määrittymässä mediahistorialliseksi. Mutta näinhän ei ole. Filmi voi olla kuolemassa, mutta elokuva elää, kehittyy, kiertyy eri teknologioihin ja muihin medioihin. Kyse ei ole vain analogisen ja digitaalisen välisestä katkoksesta, vaan ilmaisumuodon ja työkäytäntöjen muutoksista, jotka voivat olla yllättäviä, asteittaisia, radikaaleja tai hienovaraisia. Jatkuvan muutoksen kourissa ei ole vain tutkittu media tai taiteenala vaan

myös sitä tarkastelevat tieteenalat – se, mitä elokuvalla (tai televisiolla tai medialla) ja sen tutkimuksella tarkoitetaan ja kuinka sitä teoretisoidaan.

Digitaalisten teknologioiden mukanaan tuomat muutokset medioiden tuotantoon, levitykseen ja käyttöön ovat perustavanlaatuisia. On selvää, ettei esimerkiksi nettikulttuureja voida tutkia 1970-luvun mediamaisemassa kehitellyillä käsitteillä miettimättä uudelleen niiden lähtöoletuksia – eikä välttämättä silloinkaan. Television, elokuvan, yleisön tai teknologian kaltaiset, mediatutkimuksessa keskeiset ja välttämättömät käsitteet ovat eräänlaisia avoimia kysymyksiä, joihin etsitään jatkuvasti ainakin tilapäisiä vastauksia. Samoin kuin muissakin humanistisissa tieteissä, päämääränä on ymmärtää sitä kulttuuria, jossa me elämme – sitä, miten tähän on tultu ja mihin kenties olemme menossa.

Televisio ei sekään ole entisensä. Televisiokanavien määrä on kasvanut, mainonnan tyyli, rytmi ja volyyymi ovat muuttuneet, samoin kuin ohjelmistokin tositelevisio- ja elämäntyyli-televisiobuumien jälkimainingeissa. Televisio on erilainen myös teknisesti digitaalisen lähetystoiminnan, teräväpiirto-lähetysten ja nettialustojen myötä. Televisio-ohjelmia voi katsoa netissä tai digiboksilta, ostaa DVD:nä tai ladata laittomasti vertaisverkosta. Tällaisen kehityksen voi ymmärtää konvergenssiksi, medioiden toisiinsa limittymiseksi, joka on paitsi teknistä, myös taloudellista, sisällöllistä ja esteettistä.

Medioissa on kyse teknologioista, mutta kulttuurintutkija Raymond Williamsia seuraten myös kulttuurisista muodoista, esitysmuodoista ja lajityypeistä, jotka kehittyvät, limittyvät ja haarautuvat samalla kun niissä on paljon tuttua. Kulttuurihistorian pitkää sivuainetta opiskellessani opin ainakin sen, että historiassa on kyse paitsi muutoksesta, myös jatkuvuudesta. Kyse onkin siitä, kuinka muutoksen ja jatkuvuuden suhteet ymmärretään ja kuinka niitä käsitteellistetään. Olen sittemmin toistanut tätä lausetta usein opettaessani digitaalista mediaa, johon liittyvä uutuuspuhe tapaa viedä huomiota pois yhteyksien ja toistuvuuden tarkastelemisesta. Mutta jos digimediata tarkastelee suhteessa vaikkapa sukupuolen ja seksuaalisuuden jäsenyyksiin, kuten omassa tutki-

muksessani, ei se aina tyrmää uutuudellaan ja yllättävyydellään.

Mediassa on kyse aina rahasta (eli taloudesta) sekä teknologioista eräänlaisina mahdollisuuksien horisontteina; tuotannon, levityksen ja kulutuksen käytännöistä; erilaisista toimijuuksista, sopimuksista, säätelystä ja instituutioista; estetiikasta ja esityskonventioista sekä kokemuksen muodoista. Nämä ovat kaikki nimenomaan historiallisesti muuttuvia ja kontingentteja. Mediaa voikin ajatella koosteina tai toimijaverkkoina, joissa on risteäviä intressejä ja päämääriä: ennakoitua, mutta yhtälailla paljon ennakoimatonta.

Dannyn ja Armin vuoden 1977 menestysiskelmän ”Tahdon olla sulle hyvin hellä” englanninkielinen video, ”I want to love you tender”, nousi kansainvälisesti tunnetuksi nettimeemiksi – runsaasti katsojia kerääväksi ja käyttäjien toisilleen levittämäksi videoksi – vuoden 2004 tietämällä. Video on tuotettu televisiota varten ja se on esitetty alun perin suomalaisessa viihdeohjelmassa, joka oli ilmeisesti nimeltään *Armi ja Danny avaruussajassa*. Netissä kiertävä video ei enää ole varsinaisesti televisiota, eikä se etenäkään ole enää analoginen. Videon tekstuuri kuitenkin kantaa mukanaan analogisen videon häiriöitä ja resoluutiota kaapattuna palana 1970-luvun lopun television ohjelmavirtaa. Ajallinen etäisyys on elimellinen osa videon kokemusta, joka painottuu käyttäjäkommenttien perusteella suurelta osin camp-henkiseen oudon, omituisen ja ylettömän juhlintaan: ”I want to love you tenderiä” mainostetaan kaikkien aikojen huonoimpana musiikkivideona.

Meemit perustuvat videoiden sosiaaliselle kierrolle, jakamiselle ja kommentoinnille. Kirjoitettujen kommenttien lisäksi käyttäjät laativat omia remix-, tribuutti- ja reaktiovideoitaan muiden kanssa jaettaviksi. Niinpä YouTubeissa voi ihmetellä useampia käyttäjien lataamia videoita, joissa pohjois-amerikkalaiset tai israelilaiset harrastelijat mukailevat ”I want to love you tenderin” ryhmäkoreografiaa. Video on kulkeutunut kauas alkuperäisestä esitysympäristöstään. Sillä on uusi ja arvaamaton sosiaalinen elämä työpäivän piristeenä katsottavana meeminä, tanssinumeron virikkeenä, makuyhteisöjen aineksena ja uusien nettivideoiden aiheena.

Vaikka videoita toki jaettiin myös kasetti- muodossa nauhureiden avulla katseltaviksi jo kauan ennen nettijakamisen valtavirtaistumista, nettivideopätkien globaali kierto, kommentointi ja tuunaaminen liittyvät mediakentän muutoksiin, joissa on kyse paitsi tallennusformaateista, myös digitaaliselle medialle ominaisesta muokattavuudesta, jakamismahdollisuuksista, kierrosta ja sosiaalisuuksista. Tällaisten ilmiöiden tutkimisessa tarvitaan sekä mediahistoriallista ymmärrystä että herkkyyttä mediamuotojen ja mediateknologioiden erityisyyksiä kohtaan ja tarkkuutta niiden erittelemisessä. Nähdäkseni uusi media ei ole tähän kyllin tarkka analyttinen käsite tai selkeä tutkimuksellinen fokus, sillä sen sateenvarjokäsitteen alle mahtuu valtavan erilaisia ilmiöitä, teknologioita ja kokemuksia. ”Uusi media” määrittyy ”vanhaa mediaa” vasten samalla kun mediat itsessään ovat jatkuvassa muutoksen tilassa: nehan eivät suinkaan pysy paikoillaan enempää teknisesti kuin esteettisestikään. Päinvastoin.

Kulutuselektroniikan ja nettipalveluiden yhteydessä ”uusi” viittaa tuotteisiin ja sovelluksiin, jotka ovat suunnittelu- ja kehitysvaiheessa tai korkeintaan juuri kuluttajien ulottuvilla – uusi on siis vasta tulossa olevaa ja siten jossain määrin spekulatiivista. Akateemisessa markkinalogiikassa uuden median oletettu uutuus on toiminut sekä eronteon välineenä että vaihtoarvon merkitsijänä. ”Uusi” viittaa kehitykseen ja huomispäivään, vanha taas jo nähtyyn eiliseen – ”uusi” on enemmän kuin ”vanha” ja kukapa nyt haluaisi edustaa eilistä huomisen rinnalla. Uusmediapuheessa elokuva ja televisio uhkaavat määrittäytyä siksi, jota vasten muutosta määritellään – paitsi tutkimuskohteiden, myös tutkimusalojen osalta.

Mediatutkimus sen sijaan ei sitoudu käsitteenä vanhaan eikä uuteen, vaan se keskittyy medioihin jatkuvasti muuttuvina esteettisinä, yhteiskunnallisina ja teknologisina ilmiöinä, joiden erityispiirteitä tulee käsitteellistää ja teoretisoida yli kaksinapaisen ja yleistävien luokitusten. Kuten jo edellä totesin, nykymedian tutkimiseen tarvitaan uusia käsitteitä. Tämä ei kuitenkaan merkitse aikaisemman tutkimuksen unohtamista tai sivuuttamista, vaan kriittistä ja refleksiivistä dialogia sen kanssa – ovat tutkimuksen

kohteena sitten uudemmat, vanhemmat tai eri tavoin hybridiset mediat. Muutoksen ja jatkuvuuden täytyy olla kysymyksiä, ei valmiita selityksiä: kyse on esimerkiksi siitä, kuinka mediat muuttuvat, mitä siitä seuraa, millaisia inhimillisiä ja ei-inhimillisiä toimijuuksia muutokseen, toistoon, katkokseen tai jatkuvuuteen liittyy ja millaisia koosteita niiden myötä rakentuu.

Näkökulmasta riippuen uusi media voi olla vanhaa ja vanha media uutta. Uudempi ja vanhempi kerrostuvat, sekoittuvat ja niveltävät toisiinsa, kuten Dannyn ja Armin nettimeemin tapauksessa. Tämän päivän uusi media on hyvin pian vanhaa, eikä mikään tunnu vanhemmalta kuin eilispäiväinen ja nyt jo unohtunut uutuus, kuten vaikkapa videonauhuri, jonka kauan odotetun tulon lapsuudenkotini olohuoneeseen itse elävästi muistan.

*Teksti perustuu Turun yliopistossa 2.11.2011 pidettyyn professoriluento.*