

Merkuriuksen aika?

Kesken jääneessä esseekokoelmassaan *Kuusi muistiota tulevalle vuosituhan- nelle* Italo Calvino valitsi yhdeksi teemakseen nopeuden. Omaa kirjailijan- luontoaan hän kuvaa muun muassa muistuttamalla kahdesta antiikin jumal- hahmosta.

Merkurius (tai Hermes) on viestinnän ja välitystoimen jumala, siivitetyn kengin liikkuva, ajatuksennopea lähettiläs, joka välittää jumalten, ihmisten ja erilaisten asiantilojen suhteita. Merkuriuksen hahmo ilmentää myös kauniisti yksilöllisyyden ideaa: tarvitaan erityinen jumala välittämään, jotta ymmärrys- tä syntyisi. *Vulkanus* (Hefaistos) puolestaan on käsityöläisten ja seppien suo- jelija, maan uumenissa uupumattomasti työkaluja, aseita, koruja ja muuta ju- malille tarpeellisia takova, puolittain rampa jumalhahmo.

Calvino sanoo oivaltaneensa, että Merkuriuksen elohopeamaisen nopeu- den saavuttamiseen tarvitaan Vulkanuksen esimerkin mukaista utteruutta. Mutta nopeutta on ainakin kahdenlaista, kirjailija muistuttaa. Siinä missä moottoriajoneuvojen vuosisatamme on tehnyt nopeudesta mitattavan, fyysi- sen suureen, mielen nopeutta ei voi mitata, "se ei siedä vertailua tai kilpailua eikä sen tuloksia voi asettaa historialliseen perspektiiviin". Mielen nopea liike onkin arvokasta sinänsä, sen tuottaman mielihyvän vuoksi, Calvino kirjoittaa.

Tietoyhteiskunnan (tai sanokaa sitä miksi haluatte) lupauksen yksi kiehto- vimista elementeistä on juuri sen luvattu kyky ylittää fyysiset rajoitteemme. Kun viestintä nopeutuu ja yhä nopeamman tietokoneet palvelevat meitä, saamme kaikki jalkoihimme Merkuriuksen siivekkäät kengät. Jokainen meis- tä tunnistaa sen keveyden tunteen, jonka uuden sukupolven tietokone työ- pöydällä aiheuttaa. Sekuntia nopeampi asiankirjan tallennus palkitsee jo it- sessään.

Jos nopeus on tietoyhteiskunnan lupauksen kulmakiviä (muiden muassa), on itse ilmiön leviämisellä – ainakin puheissa – myös ilmiömäinen vauhti. Lu- vut verkkoyhteyksien ja – sivujen, palvelimien ja käyttäjien määrän kasvusta ovat usein ällistyttäviä. Ne ikään kuin omalla volyymillaan jo argumentoivat sen puolesta, että pian – jos ei hyvin pian – verkkoyhteydet ovat ihan kaikkien ulottuvilla.

Sisältötuotannon kotikutomot...

Puhe verkkoyhteiskunnasta on nykyään entistä useammin puhetta siitä, mitä uusilla kanavilla oikein välitetään. Tarina on meille viestintäteknologioiden historiasta tuttu. Ensinnäkin keksitään koneet, ja kun koneet on saatava kaupaksi, pitää keksiä niille sisältöä. Kun radiolaitteiden kauppa massoille piti käynnis- tää, alkoi vähin erin myös järjestäytyneet ohjelmatoiminta: radioamatöörit jäi-

vät eetterin marginaaliin ja musiikki, uutiset, urheilu yms. valloittivat ääniaallot, samalla koko lailla yksisuuntaista liikentä.

Kun joidenkin vuosien kuluttua televisiotoiminta siirtyy digitaaliseen aikaan, yksi sen isoja kynnyksymyksiä on kotien laitekannan uusiminen. Se tarkoittaa sitä, että digitaaliseen televisioon on keksittävä jotain lisäarvoa: uusia palveluja, uudenlaisia ohjelmia, jne. Muuten edelläkävijät – jotka maksavat ensimmäisen sukupolven laitteistaan aina paljon – eivät pane laitekannan vaihdosta liikkeelle.

Erityisen monimutkaiseksi sisältötuotannon käynnistämisen tekee se, että ainakin periaatteessa teknologiseen visioon sisältyy ajatus tuotannollisten yksiköiden luonteen muutoksesta. Monet näkevät tulevaisuudessa suurten tuotantoyksiköiden hajoamista ja peräävät tilalle pieniä työpajoja, joissa sisältötuotantoa harjoittavat ihmiset työllistävät itsensä.

Visio on tietysti yhtä lämpöisän oloinen kuin puhe ”kotisivuistakin”. Tulevaisuuden tietotyöläinen käyttää verkkoa niin raaka-aineen hankintaan, sen työstämiseen kuin tuotteensa jakeluunkin. Leikkisästi sanoen: meistä kaikista tulee eräänlaisia kaksoisjumalia, joilla on Vulkanuksen uutteruus ja taito, mutta Merkuriuksen vikkelyys. Ei hassumpaa! Kun vielä tähän lisää sen bonuksen, että monesta tulee itse oma pomonsa, tarjous alkaa vaikuttaa hyvin houkuttevalta.

... ja kierrätyskeskukset

Leimallista useimmille sisältötuotannon hankkeille näinä päivinä näyttää olevan se, että kyse on enemmän kierrättämisestä ja uudelleenpakkaamisesta. Selkeimmin tällainen strategia näkyy tietysti niiden toimijoiden liikkeissä, joilla on paljon vanhoja sisältöjä varastossa. Maailman (Yhdysvaltojen) suuret mediafuusiot näyttävät tavoittelevan ennen muuta vanhojen filmi-, musiikki-, jne. arkistojen ja jakelukanavien yhdistämistä. Verkkoalehtien kehittäminen on useimmiten perustunut ajatukselle jo tuotetun materiaalin jakelusta uudelleen. Usein tällaisten hankkeiden taloudellinen houkuttelevuuskin – ainakin vielä – nojaa niiden kykyyn uudelleenpakata jo tuotettua tietoa.

Mediahistorian suhteen tällainen kehitys yhtäältä noudattaa tuttua sääntöä: uuden välineen sisällöiksi tulevat ensin vanhojen välineiden sanomatyyppit. Osittain kyse on tietysti myös siitä, että markkinoilla – siis yleisöllä – ei ole vielä kovin selkeästi artikuloituneita tarpeita uusien välineiden mahdollisuuksiin nähden.

Mutta tietoyhteiskunnan tulevien sisältöjen suhteen asian voi nähdä myös suurempana muutoksena. Verkostoituvaa tiedonvälitystä näet ei tietysti ole

pelkkä jakelukanavan muutos. Se on myös laadullinen muutos sisältötuotannon raaka-aineen hankinnassa.

Ensi alkuun tietoyhteiskunta näyttääkin vastaavan esimerkiksi monen journalistin toiveuniin: sähköposti vähentää iänikuista puhelimesta roikkumista, tietopankit moninkertaistavat mahdollisuudet taustoittaa ja tarkistaa, jne. Mutta samaan aikaan myös muut toimintaympäristön suhteet muuttuvat.

Journalistien toiveuni?

Tulevien sisältönikkareiden työtä pohtiessa tuleekin mieleen pari isoa kysymystä, joita sietää pohtia, vaikka kysymykset eivät vielä empiiristä koettelua kestäisikään. Otetaan esimerkki journalismista.

Oletetaan, että suuret tuotantoyksiköt todella muuttavat muotoaan ja että toimittajan työ muuttuu entistä enemmän alihankinnaksi. Tällainen tulevaisuus merkitsee usein erilaisten työtilaisuuksien yhdistelemistä, ja työnkuvan muutoksia. Raja journalistisen työn ja muunlaisen julkisuustyön (PR-toiminta, mainonta, jne.) käy yhä matalammaksi. Tätä tietä myös suhteellisen yhtenäisen journalistisen ammatti-identiteetin merkitys vähenee.

Osaltaan kehitys on tietysti suotavaa. Nykyiselläänkin journalistisella professionaalisuudella on omat ongelmalliset kytkentänsä. Mutta osaltaan kehitys merkitsee myös edes alkeellisen julkisen vastuun katoamista journalismia reunustavista puheista ja siihen kohdistuvista odotuksista.

Kun ajatellaan kotonaan modeemilla etätöitä paiskivaa (voiko tietokoneella paiskia töitä?) uuden tietoyhteiskunnan puurtajaa, voi hyvällä syyllä kysyä, ketä hän oikein edustaa. Kun toimittaja liikkuu suvereenisti tietoverkoissa, poimii aineistoa ja yhdistelee sitä, hänen toimintakykynsä kasvaa. Mutta samaan aikaan nämä yhteydet voivat entistä enemmän alkaa ottaa sen – ainakin ideaalisen – paikan, joka paikallistuntemuksella, todellisuuden tarkkailulla ja siitä raporttoimisella aikanaan journalismissa oli.

Tiettyyn pisteeseen asti on totta kai niin, että verkon tarjoamien materiaalien uudelleenjärjestely ja pakkaaminen ovat todella 'sisältötuotantoa'. Yhtä kaikki, toivoisi, että verkkoa koskeissa pohdinnoissa olisivat entistä enemmän esillä ne mahdollisuudet, joita uusi teknologia tarjoaa tuottaa monipuolisempia sisältöjä, tarjota enemmän ja vaihtelevampia tuotteita, jotka ilmentävät sitä, mitä tapahtuu verkon ulkopuolella. Journalismissa se merkitäisi, nurinkurista kyllä, jalkatyön lisäämistä, poistumista ajatusta nopeamman päätteen takaa.

Ties monesko aalto

Tietoyhteiskuntakeskustelua on käyty ennenkin, Suomessa viimeksi yleisemmin kait 1970-luvun lopulla. Silloin myös viestinnän tutkijat olivat keskustelussa innokkaasti mukana, usein kriittisinkin äänenpainoin. Ehkäpä insinööripuolen kehitys ei kuitenkaan vielä tuolloin tarjonnut riittävän uskottavia lupauksia, jotta tematiikka olisi pysynyt esillä.

Nyt on toisin. Yliopistoväenkin – ja ehkäpä etenkin meidän – arkipäivä viime vuosina on täyttynyt 'meilaamisesta ja forwardeeraamisesta'. Yhteydet kollegoihin, jotka ovat harvoin puhelimen päässä ja vastaavat laiskasti kirjeisiin, ovat parantuneet, puhumattakaan mahdollisuuksista hankkia dataa ja käydä kiinnostavia keskusteluja.

Mutta ehkäpä juuri tuo ainakin "kerran käydyn" keskustelun maku aiheutti myös sen, että monet viestinnän tutkijat ovat lähteneet – ainakin aluksi, ja ainakin kriitikot – hiukan laiskasti mukaan tietoyhteiskuntapohdintojen uusimpaan aaltoon, joka nousi 1990-luvun alusta alkaen. Tiedotustutkimuk-

sen toimituskunnan mielen nopeutta tässä asiassa kuvastakoon se, että olemme liikkeellä Esko Ahoa ja Suomen Akatemiaakin hitaammin.

Tähän tietoyhteiskunnan teemoja pohtivaan teemanumeroon tulleet artikkelitarjoukset heijastavatkin osin juuri epäilevien äänteen heräämistä. Ajattelemme valinneemme juttuja, joissa ei toisteta tähänastisia hurmoksellisia visioita tai jankuteta vanhoja epäilyjä, vaan koetetaan katsella uuden verkostoituvan viestintäympäristön ilmiöitä konkreettisesti ja tavalla, joka ei vain kierrätä vanhaa ainesta, vaan lisää jotain uutta siihen.

Sinikka Sassin artikkeli avaa numeromme luotailemalla virtuaalistedellisuuden ja kybervaruuden filosofisia ja utooppisia ulottuvuuksia. Millaisia ovat kybervaruuden kaltaisen yhteisen tietoisuuden syntymisen (tai sen mahdollisuuden) seuraukset? Kysymyksellä on myös eettinen puolensa. Meidän pitäisi päättää ja miettiä, mitä me uusilta kehityksessä olevilta viestinnän muodoilta haluamme.

Colin Sparks suhtautuu suurin varauksin sellaisiin utopioihin, joissa teknologinen kehitys näyttää johtavan väijäämättä entistä valistuneempaan julkisuuteen. Hän arvioi artikkelissaan sähköisen sanomalehden tulevaisuutta sen kaupallisten toimintaedellytysten näkökulmasta. Demokratian kannalta asiaa tarkasteltaessa, Sparks sanoo, näyttää siltä, että uusi teknologia on omiaan luomaan habermaslaisen porvarillisen julkisuuden tilan, ja ennen muuta kaikkine niine ongelmineen, joiden laiminlyönnistä Habermasia yleensä on tavattu syyttää.

J. Macgregor Wisen kirjoitus tarjoaa esimerkin siitä, millaisessa uuden ajan ideologisessa kuohunnassa tätä nykyä liikumme. Hän lukee verkkoihmisten trendilehteä *Wired* ja nostaa esiin sen retoriikasta kiinnostavan kombinaation: digitaalisen aikakauden äänenkannattajan aatemaailmassa business ja yhteisöllisyys sulautuvat uudenlaiseksi, kutsuvaksi yhdistelmäksi. Vaikka kirjoittaja itse ei sitä sanokaan, Stuart Hallin mielestä tässä olisi varmaan kyseessä kiinnostava uudenlainen poliittinen artikulaatio.

Maija Gerlanderin ja *Eeva Takalan* kirjoituksessa lähestytään verkkoviestintää keskinäisviestinnän teorioiden näkökulmasta, ja kysytään millaisia ongelmia yksityisten ihmisten verkkoviestintään liittyy. Kysymyksiä avautuu myös viestinnän teorian käsitteille. *Reijo Savolainen* tarkastelee yhden empiirisen esimerkin avulla sitä, miten Internetin keskusteluryhmät toimivat. Jyväskylän suurajoista käydyn verkkokeskustelun ongelmia ovat suuret tempovaihtelut, jatkuvasti uhkaava kakofonia ja ohipuhuminen. Yleisemmin arvioituna tällaisten 'mikrojulkisuuksien' demokraattisuus on kohtuullista, mutta niiden yleinen merkitys on vielä hyvin epäselvä.

Numeron viimeinen artikkeli erittelee Euroopan tietoyhteiskunnan veturin, EU:n, politiikkaa. *Timo Kuronen* ja *Päivi Kytömäki* käyvät kriittisesti läpi niitä oletuksia, joille EU:n linjaukset nojaavat. Keitoksen ainekset ovat taas kiinnostavalla tavalla ristiriitaiset: yhtäällä julkisen vallan subventoima 'raaka-data' ja toisaalla 'vapaan' yritteliäisyyden varassa toimiva kotikutoinen tietoteollisuus. Koko kakun kuorruttaa lupaus työllistamisestä.

Klikkaamisen vapaus

Uusista asioista kirjoittaminen on aina työlästä ja siksi myös kiehtovaa. Verkko-yhteiskuntaa koskeva kirjoittelu tarjoaa moniakin havainnollisia esimerkkejä siitä, että nopeiden muutosten keskellä kaikkea uutta on aina pakko mieltää vanhan ja tutun kautta. Konkreettisimmin tähän törmää verkkokirjoittelun sanastossa.

Tavallaan tietysti on yhdentekevää, ettei 'kotisivulla' ole mitään tekemistä kodin kanssa. Mutta naiviimpi tarkkailija voisi olla edes hiukan huolestunut kielen erottelukyvystä – ja siis kyvystäämme jäsentää uudelaista ympäristöä – kun yksittäisen ihmisen ja vaikkapa Nokian kotisivua kutsutaan samalla

termillä. Anteeksi vaan, mutta jompi kumpi – tai mieluummin molemmat – ansaitsivat hiukan kuvaavamman termin.

Jäämme myös kiinnostuneina odottamaan aikaa, jolloin 'klikkaaminen' alkaa arkikielessä tulla synonyymiksi valitsemiselle ja ihmiset ravintolassa alkavat pyytää hovimestarilta 'valikkoa'.

Tietysti paljon tärkeämmälläkin tasolla uutta ja vanhaa sekoitellaan uudenslaisiksi sekoituksiksi. Yksi kiinnostavista näiden keitosten analyysistä on luetavissa Richard Barbrookin ja Andy Cameronin artikkelista *Californian Ideology* (<http://www.wmin.ac.uk/media/HCR/ci/calif2.html>). Kirjoittajien mielestä uuden verkkoajan airueet ovat esimerkki liberaalia individualismia, teknodeterminismia ja yhteisöllisyyden ideoita yhdistelevästä ideologiasta ja poliittisesta retoriikasta.

Henkilötasolla tämä aate luo eräänlaisia rennon hipin ja tunnollisen toimistoyöläisen sekoituksia, ihmisiä, jotka omistautuvat täydellisesti työlleen, toteuttavat itseään lähinnä vain sen kautta. Vanhat Kalifornian hippiaatteet, jotka haikailivat kollektiivista vapautumista (rock, rauha, rakkaus ja kemikaalit) ovat muuttuneet markkinoilla toimivan yrittäjän vapaudeksi.

Hippeystä muistuttaa lähinnä poninhännällä kuriin pantu pitkä tukka ja inho 'systeemiä' kohtaan. Tuo inho on uudelleenmuotoiltu vastustukseksi valtion puuttumiseen vapaiden markkinoiden toimintaan. Habermas sanoisi varmaan, että elämism maailman sijaan puolustetaankin markkinoita.

Usko vapaiden markkinoiden tuotteita jalostavaan voimaan on tämän ideologian vanha kulmakivi. Valtiousko – statism – on tuomittavaa eurooppalaista hapatusta, se estää 'aidon' kilpailun ja jähmettää valtarakenteita, synnyttää suurhankkeita joihin rahat hukkuvat. Kuulostaako tutulta?

Ehkäpä tässä on resepti, josta tulevaisuus on ennustettavissa. Siis meillekin syntyy vähitellen eräänlainen teknoälymys, avainryhmä, joka osaa innovoida sisältöjä, digitaalisia tuotteita softwaresta ja piisiruista hyvään tietokilpailuun. Ryhmään kuuluu insinöörejä, käyttäytymistutkijoita, pelien kehittelijöitä, ja monia muita erikoisryhmiä. Sen työsuhteet ovat lyhyitä, sopimusperustaisia – markkinoilla kun kerran ollaan.

Muut kohtaavat hirviön nimeltä 'disintermediatization'. Se on paitsi sana-hirviö, jonka kaikki osaset ovat jotenkin epäitsenäisiä, ihan oikea hirviö. Sen kiitaan joutuvilta katoaa näet klikkaamisen vapaus...

Place your bets...

Tietoyhteiskunnan (tai sanokaa sitä miksi haluatte) 'tuleminen' on tietysti jotenkin vääjäämätöntä. Mutta yhtä varmaa on, että parinkymmenen vuoden kuluttua kirjoitellaan kirjoja, joissa tämäntapaisten numeroiden juttuja irvailaan jonkinlaisina kurioositeetteina. Kuten Colin Sparks artikkelissaan sanoo, varmin veikkaus lienee, että tulevaisuus on toisenlainen kuin nyt arvelemme.

PS. Tämä on Tiedotustutkimuksen vuosien 1994-1996 toimituksen viimeinen numero. Vuoden alusta lehden päätoimittajana aloitti yht.tri Esa Välvirronen (esa.valivirronen@helsinki.fi) ja toimitussihteerinä yht.lis. Janne Seppänen (js48301@uta.fi)

KLASSIKOITA TARJOLLA YHÄ:

Tiedotustutkimus

-LEHDEN VARASTON TYHJENNYS

Vuosien 1980-1990 lehtiä on vapaassa jakelussa Tampereella tiedotusopin laitoksen laitoskirjastossa ja Nordicomissa (Attila A 310).

Lähetämme lehtiä myös postitse, silloin perimme postimaksua 5 mk/numero.

Saatavilla on seuraavia numeroita:

(1980:3,4), (1981:2-4), (1982:1-4), (1983:1-4), (1984:2,4), (1985:4), (1986:1,2,4)
(1987:4), (1988:1), (1989:3,4), (1990:1-4).

VUOSIEN 1991-1995 NUMEROITA MYYMME HINTAAN 15 MK/NUMERO

Mukana teemanumerot:

- 1991:3 Ympäristöjournalismi
- 1992:1 Tiedotusopin tila
- 1992:2 Mediat ja politiikka
- 1993:2 Genre
- 1993:4 Euroopan Yhteisö
- 1994:2 Tiedotusopin oppihistoria
- 1994:4 Journalismin tutkimus
- 1995:3 Yleisötutkimus

Tilaukset osoitteella:

Nordicom, Tampereen yliopisto, PL 617, 33101 Tampere

Fax: 03-215 7150, Sähköposti: tieipo@uta.fi