

Hannu Nieminen

**MEDIATULEVAISUUS 2030?**

Vastasin äskettäin kyselyyn, jossa joukolta asiantuntijoita kysyttiin, millaisen uskomme tulevaisuuden median olevan vuonna 2030. Vastaaminen ei ollutkaan helppoa. Kuluvasta vuodesta on 24 vuotta vuoteen 2030. Tulevatko muutokset olemaan yhtä radikaaleja kuin viimeksi kuluneiden 24 vuoden aikana? Entä miten sitä edeltävää 24 vuotta ennakoitiin vuonna 1958 – osattiinko silloin ennakoita väritelevisiota, videota, satelliittitelevisiota? Yhteistä ennusteille olisi todennäköisesti ollut ainakin se, että vuosina 1958 ja 1982 olisi ennakoitu sekä sanomalehdistön aseman heikentyvän että elokuvan merkityksen kutistuvan. Näissä asioissa olemme tänään viisaampia: sanomalehdet voivat edelleen melko hyvin, samoin elokuvat. Entä miten asiat ovat vuonna 2030? Olisiko niin, että suurimmat laadulliset median murrokset internetineen, kännyköineen ja digi-televisioineen on jo vuoteen 2006 mennessä nähty, ja tulevaisuus tästä eteenpäin vuoteen 2030 asti on tasaisempaa määrällistä kehitystä?

Usein ennusteissa kiinnitetään huomiota vain tekniseen kehitykseen. Kiinnostavaa on pohtia myös median sisältöjen tulevaisuutta. Verrattuna vuoteen 1982 uutta on tänään sisältöjen tarjonnan moninkertaistuminen, erityisesti sähköisessä viestinnässä, mutta myös esimerkiksi aikakauslehtimaailmassa. Uutta on myös käyttäjien ja ”lähettäjiä” välisen eron kaventuminen: internetissä jokainen voi olla sisältöjen tuottaja ja tarjoaja. Sisällöissä on edetty informaatiopitoisuudesta kohti uusromantiikkaa. Miten pitkälle tunteiden ja elämysten metsästämisessä voidaan edetä? Onko vuorossa kohta paluu kohti tiedon ja informaation korostamista?

On tietenkin niin, että erilaiset ennustukset ilmentävät enemmän tekijöidensä yleisiä arvoja ja uskomuksia kuin tulevaisuutta koskevaa ”oikeaa” tietoa. Siinä mielessä tutkimukset voivat valaista kiinnostavasti media-alan asiantuntijoiden keskuudessa vallitsevaa sosiaalista mielikuvitusta ja sen arvopohjaa. Omalta osaltani vastasin kyselyyn seuraavasti (kysymyksiä on muokattu jonkin verran):

*Mistä saamme uutiset vuonna 2030?*

– Vuonna 2030 uutisista kiinnostuneet saavat sähköuutiset mukana kannettavasta henkilökohtaisesta mediapääätteestä, joka muistuttaa nykyisiä Nokian N-sarjaisia tai muita vastaavia matkapuhelimia. Laajemmat uutiset saadaan pääosin kuten nykyäänkin, radiosta ja teräväpiirto-televisiosta. Sanoma- ja paikallislehtien asema on edelleen vahva. Niiden levikin lasku on

vuoteen 2030 mennessä päättynyt, ja valtaosa väestöstä lukee lehtiä edelleen päivittäin. Sanomalehdet koostuvat sekä painetusta lehdestä että internetissä julkaistusta aineistosta. Samalla lehtien seuraamiseen vaikuttavat kasvaneet sosiaaliset erot. Vähiten koulutetut ja huonoimmassa asemassa olevat lukevat lehtiä vähän tai ei lainkaan, korkeasti koulutetut ja hyvinvoivat lukevat useita lehtiä päivittäin.

#### *Mikä on suomen kielen asema mediassa?*

– Suomen kielen asema ei ole juurikaan heikentynyt. Ruotsinkielisen median rakenne on suurin piirtein entisellään, vaikka sen käyttäjämäärät ovat edelleen lievästi laskeneet. Englanninkielisen median käyttäjien määrä on Suomessa asuvien kansainvälisten asiantuntijoiden myötä jonkin verran kasvanut. Sen lisäksi Suomessa on yhä vahvistuva venäjänkielinen media. Myös useilla pienemmillä kielellisillä vähemmistöillä on omia medioitaan, internet-julkaisujen lisäksi myös lehtiä ja radio-asemia.

#### *Tuleeko mediasta osa ihmistä?*

– Media on ja on ollut laajassa mielessä osa ihmistä kautta historian: puhe, kuulo, eleet, kosketus ovat osa viestintää, jonka kehomme välittää. Jo nyt sähköiset mediat ovat liki meitä kuulolaitteiden, sydäntahdistimien, matkapuhelimien, MP3-soittimien, sykemittareiden jne. muodossa. Uutta vuonna 2030 nykyiseen verrattuna on eri tarkoituksia palvelevien tunnistimien, mikrosirujen ja näyttöjen sijoittaminen arkiseen käyttövaatetukseen. Siinäkin on rajansa, koska se mahdollistaa myös etävalvonnan ja siten luo uudenlaista uhkaa yksityisyydelle.

#### *Jääkö jokin elämäalue median ulkopuolelle?*

– Voidaan ajatella, että ennen vuotta 2030 tapahtuu tietty ”intiimin paluu”: ihmisten yksityisyyttä suojellaan nykyistä enemmän medialta. Syntyy media-vapaita vyöhykkeitä, sekä koteihin että julkisiin tiloihin.

#### *Mitkä ovat tärkeimpiä mediavälineitä vuonna 2030?*

– Uskon että muutokset ovat etupäässä määrällisiä eivätkä laadullisia. Kodin ja työpaikan ulkopuolella käytetään yleisesti mobiilia laajakaistaista mediapäätettä, joka sekä välittää että tallentaa kuvaa ja ääntä, ja mahdollistaa niin television kuin internetinkin käytön. Olohuoneissa katsellaan edelleen televisiovastaanotinta, joka toimii eri lähetysteknologioiden päätelaitteena (maanpäällinen televisiosignaali, kaapelilähetys, internet-välitteinen, satelliittilähetys) ja joka toimii myös audiovisuaalisena kotiteatterina (dvd ja uudet tallennemuodot, erilaiset pelit). Kodin työtiloissa käytetään tietokoneyksikköä, joka toimii laajakaistapalvelujen (internet, sähköposti, web-puhelut ym.) välineenä. Sanomalehdestä on tullut internetissä sijaitsevien tieto- ja informaatiopalvelujen päivittäin julkaistava lisäke tai niiden esite. Iltapäivä- ja aikakauslehdet ovat jatkaneet keskittymistään viihde- ja juoru-uutisointiin. Ilmaisjakelulehtien lukumäärä on vähentynyt, koska mainonta kohdistetaan muilla menetelmillä yhä tarkemmin halutuille kuluttajaryhmille. Samalla kuitenkin median käyttö on voimakkaasti eriytynyttä eri yhteiskuntaryhmien välillä. Ehkä 20 prosenttia väestöstä kuuluu ryhmään, joka käyttää pelkästään ilmaisia tai vähäkustannuksisia median peruspalveluja.

*Voidaanko ihmisaistit ottaa nykyistä kokonaisvaltaisemmin käyttöön mediassa?*

– Mitään suuria uusia läpimurtoja ei ole odotettavissa. Tärkein on kolmiulotteisen tekniikan käyttöönotto, mikä mahdollistaa uudenlaisen läsnäolon illusion. Niin sanotun elämysteollisuuden piirissä tehdään kokeiluja muun muassa suoraan aivojen mielihyvakeskuksiin vaikuttavien tekniikkojen kehittämiseksi, mutta ne herättävät eettistä ja moraalista vastustusta eivätkä leviä laajempaan käyttöön.

*Miten mediaa rahoitetaan vuonna 2030?*

– Suuria muutoksia on tuskin odotettavissa, joskin eri rahoitusmuotojen välisiä muutoksia tulee tapahtumaan. Julkisen palvelun radio- ja televisiotoiminnalla on edelleen tärkeä merkitys, mutta sen rahoituksessa on siirrytty televisiomaksusta suoraan verorahoitukseen. Sen rahoituksen taso on noussut jonkin verran nykyisestä. Mainonnassa tullaan siirtymään yhä tarkemmin suunnattuun kohderyhmämainontaan, minkä seurauksena mainosrahoitteinen media ei juurikaan laajenna nykyistä osuuttaan. Kasvava osa median käytöstä perustuu maksulliseen kulutukseen eli ostopalveluihin, mikä näkyy selvimmin televisiotoiminnassa. Maksukanavien merkitys kasvaa ja ne alkavat kilpailla mainoskanavien katsojamäärien kanssa.

Huomaan, että vastaukseni yllä oleviin kysymyksiin ovat varsin varovaisia eivätkä ne ole kovin muodikkaita. Ne eivät avaa oikopäätä uusia lupaavia näkymiä suomalaiselle elämystuotannolle. Ne eivät ehkä myöskään luo perustaa uusille innovaatioille eivätkä edistä suomalaisen peliteollisuuden kansainvälistymisstrategioita. Tässä mielessä ne epäilemättä kuvaavat myös vastaajan arvoja ja uskomuksia sekä hänen sosiaalisen mielikuvituksensa laatua. Toivotan kuitenkin Maria Myllymaalle parhainta menestystä tutkimuksessaan!

• • •

Tämä on tällä erää viimeinen pääkirjoitukseni *Tiedotustutkimuksen* päätoimittajana. Kiitän kaikkia kirjoittajia yhteistyöstä. Lämmin kiitokseni myös toimitukselle, jonka kokoukset ovat usein olleet kiinnostavia seminaareja. Lehden uudistuneesta ulkoasusta ovat vastanneet Nina Leinonen, joka suunnitteli uuden ilmeen, ja taittajamme Jaakko Kahala, joka on vastannut sen toteutuksesta. Suurin kiitos kuuluu kuitenkin toimitussihteeri Pauliina Lehtoselle, joka on tehnyt käytännön toimitustyön. Parhaat menestyksen toivotukseni vielä seuraajalleni Sinikka Torkkolalle, joka aloittaa *Tiedotustutkimuksen* päätoimittajana vuoden 2007 alussa.

Tässä vuoden 2006 viimeisessä numerossa on teemana tosi-tv ja erityisesti *Big Brother*. Teemaan suoraan liittymättömänä artikkelina julkaisemme Veikko Pietilän historiallisen luotauksen julkiso-käsitteeseen.