

# MENNYT MAAILMA – *Yhteiskuntahistorian oppikirja*

(Amazon & Google, 2030)



# 1. Paperista siirryttiin bitteihin

- ”Takavuosina suomalaisen media-alan keskeisiä toimijoita olivat suuret instituutiot, kuten Yleisradio ja Helsingin Sanomat. Perinteisten instituutioiden asema perustui siihen, että kilpailijoiden oli mahdotonta tai hyvin kallista tulla alalle. Digimurroksen myötä vanhaan maailmaan luoduista rakenteista tuli instituutioille turhaa painolastia, mikä osaltaan teki niistä helpon maalin toisaalta kansainvälisille monialayrityksille, toisaalta alalle vyöryneille uusille ketterille yrittäjille. Siksi mediakenttä on nykyään lähes täysin erinäköinen kuin esimerkiksi vuonna 2014.”

## 2. Kaikesta tuli mediaa

- ”Vielä 2010-luvulla viestintä oli yhteiskunnan erillinen sektori, jota hoitivat siihen erikoistuneet ammattilaiset eli ”toimittajat”. Nykyään viestinnästä on tullut keskeinen osa kaikkea yhteiskunnallista toimintaa. Perinteiset kansalliset mediayritykset on jo kauan sitten fuusioitu globaaleihin monialayrityksiin, joiden toimialaksi on nykyään tapana määritellä mielikuvateollisuus. Kyseiset yritykset tuottavat yhtä hyvin uutisia, elokuvia kuin lenkkitosujakin, sillä nykyään ymmärretään, että fyysinen tuote on pelkästään kulttuurisen mielikuvan aineellinen ulottuvuus.”

### 3. Mainokset sulautuivat viestintään

- ”Takavuosina journalistit harjoittivat oman alansa itsesääätelyä oman eettisen ohjeistonsa, kuten ns. Journalistin ohjeiden (kts. liitteet) avulla. Perinteisten mediatalojen muututtua monialakonserneiksi ja muilla aloilla aloittaneiden yritysten (esimerkiksi Pepsi, Starbucks, Rovio) siirryttyä media-alalle, journalismin ohjeista jouduttiin EU:n kilpailusäädösten vuoksi luopumaan. Tällä hetkellä entisenkaltaista erottelua journalistisen ja kaupallisen viestinnän välillä ei pääsääntöisesti noudateta.”

## 4. Asiakkaasta tuli kuningas

- ”Ei tarvitse mennä kuin 20 vuotta ajassa taaksepäin, kun toimittajat valitsivat puolestasi, mitä sinä sait maailmasta tietää. Se teki toimittajista merkittäviä vallankäyttäjiä - tai niin kuin entisinä aikoina oli tapana sanoa - portinvartijoita. Enää tällaisia vartijoita ei tietenkään ole, vaan räätälöityjen mediapalvelujen avulla jokainen voi itse valita, millaisia asioita ja keitä ihmisiä haluaa seurata.”

# 5. Kulttuuri jakautui kahteen

- ”Suomessakin elettiin vielä 2000-luvun alussa tasapäistävässä yhteiskunnassa, jossa suurimmat sanomalehdet, urheilulähetykset tai television viihdesarjat saattoivat kerätä yleisökseen jopa 20–30 prosenttia kaikista kansalaisista. Nykyisessä Mun Oma Media -digitaaliympäristössä media on pirstoutunut yhä pienempiin asiakassegmentteihin, jotka voivat suurimmillaan (esimerkiksi Suomen ottelut jalkapallon MM-kisoissa) saavuttaa jopa 10–15 prosentin katsojaosuuden. Tutkijoiden mukaan median kulutuksesta voidaan nykyisin karkeasti erottaa korkeasti koulutetun eliitin laatumediat (VIP) ja kouluttamattoman alaluokan viihdemediat (RIP).”

## 6. Maailman tieto aukeni

- ”VIP-median sisältö muodostuu nykyään pääosin ajankohtaisten ilmiöiden tausta-analyyseistä, jotka toimivat samalla portteina maailman johtaviin tietopankkeihin. VIP-median avain-asiakkaat pääsevät käsiksi heille henkilökohtaisesti työstettyyn informaatioon, esimerkiksi Sanoma Google -ryhmän käyttämään The Economist-taloustietopankkiin. Nyt kun kaikki 5 [W]000 viime vuoden aikana tuotetut tekstit on saatu siirrettyä digitaaliseen muotoon, voidaan sanoa, että koko maailman kulttuuriperintö on yhden napin painalluksen päässä Amazon & Googlen vuosimaksun hinnalla.”

# 7. Ihmisestä tuli media

- ”Mediainstituutioiden aseman heikentyminen merkitsi osaltaan pienten erikoistuneiden toimijoiden sekä henkilöbrändien vahvistumista median kentällä. Kuten tiedämme, tällä hetkellä useat verkkoympäristön keskeiset toimijat ovat rakentuneet kiinnostavien persoonabrändien eli persojen ympärille. Viime aikojen tuotelanseerauksista voidaan mainita esimerkiksi presidentti Alexander Stubbin palvelu, jossa kansalaiset voivat hankkia suoran linkin presidentin silmälaseihin kytkettyyn Augmented Reality -striimiin ja pääsevät siten katselemaan maailmaa presidentin silmin.”



## 8. Luomu ei luovuta

- ”VIP-median high-end-päästä löytyy perinteiseen luomujournalismiin erikoistuneita toimijoita, jotka menestyvät erityisesti puheradiossa ja paperilehdissä. Eräät luomumedian pienyrityksistä, kuten viime vuonna ruotsalaisomistukseen siirtynyt mediakonserni Long Play ovat erikoistuneet ns. sponsoroituun journalismiin ja toimivat osin säätiöiden ja yksityisen rahoituksen turvin.”

# 9. Tarinoita tarvitaan aina

- ”Klassiset tarinat ovat selviytyneet median muutoksesta hämmästyttävän hyvin. Helsingin Sanomien Kuukausiliite valmistautuu kolmen vuoden kuluttua vietettäviin 50-vuotisjuhliinsa hyvässä vedossa. 76-vuotiaan Ilkka Malmbergin 12-osainen essee Väinö Linnan 110-vuotisjuhlasta on kiistatta yksi tämän vuoden journalistisista suursaavutuksista.”

# 10. Maailman paras media!

- ”Media tänään vuonna 2030 on monella mittarilla arvioituna parempi kuin koskaan. Kaukana takana on se aika, jossa muutamat portinvartijat päättivät, mitä sinä saat maailmasta tietää. Nyt jokainen rakentaa oman mediansa itse. Vielä vuonna 2014 mielipidevaltaa käyttivät pelkän toimittajan koulutuksen saaneet ihmiset, jotka pitivät itseään kaikkien alojen asiantuntijoina. Nyt kun yli puolet uusista toimittajista on suorittanut tohtorin tutkinnon, ja heillä on käytössään maailman parhaiden tietopankkien asiantuntemus, voidaan täydestä syystä sanoa, että vuonna 2030 media on nopeampi, monipuolisempi ja korkeatasoisempi kuin koskaan ennen - siis maailman paras media.”

# Mielipide menneisyydestä

- ”Journalismi on tänään parempaa kuin koskaan. Sen bisnesmalli ei vain digiajassa toimi, joten tarvitaan uusi. Onnistuminen on mahdollista, sillä ihmisten tiedontarve ja median kulutus ovat koko ajan kasvaneet ja perinteisillä viestimillä on vahva lukijasuhde ja yleisön luottamus. Tärkeintä on pitää tulevaisuus journalistien omissa käsissä, sillä journalismi ei ole ensi sijassa liiketoimintaa vaan välttämätön osa kulttuuria ja kansanvaltaa.”
- **Saska Saarikoski**, Tieteiden talossa 28.2.2014

# Tekijän jälkisanat

- ”Kuten näette, 16 vuotta sitten toimittajakunta harhaili pessimistisissä tunnelmissa, mikä ilmeni monenlaisena muutosvastarintana ja romanttisena takertumisena ns. perinteiseen journalismiin, jopa paperisiin sanomalehtiin. Suomessa tällaisia ihmisiä kutsuttiin ”Luddan luddiiteiksi”, Ludviginkadulla sijainneen Päivälehdän museon mukaan. Enää tällaisilla ajatuksilla ei tietenkään ole kuin pelkkä historiallisen kuriositeetin arvo.”