

”HUHUT SOSIAALISEN MEDIAN KUOLEMASTA ENNENAIKAISIA”



LEIF ÅBERG

Professorit Leif Åberg (Helsingin yliopisto) ja Alf Rehn (Åbo Akademi) keskustelivat Google Waven välityksellä sosiaalisesta mediasta. Jonna Tolonen (Helsingin yliopisto, Palmenia) kyseli, sparrasi ja provosoi.

Jonna Tolonen: Miksi sosiaalinen media on jo kuollut?

Alf Rehn: I don't think social media is dead, rather that the term "social media" is becoming pointless...

JT: Mikä termi korvaa tulevaisuudessa "sosiaalisen median"?

AR: Ongelmahan on siis tämän käsitteen reifointi. Antamalla aika laajalle sarjalle muutoksia (plus monelle eri teknologialle) yhteisnimen "sosiaalinen media", ja sitten sen loputon suitsuttaminen, se on johtanut tilanteeseen jossa käsitteestä on kadonnut sen sisältö – siitä on tullut melkoisen tyhjä.

Leif Åberg: En vielä hautaisi sosiaalista mediaa (Mark Twain: "Huhut kuolemastani ovat ennenaikaisia"). Käsittehen on mitä mainioin kaikille niille, jotka näkevät viestinnän vain prosessina (kuten mainosväki). Näen kaksi ongelmaa. Ensiksi Alfinkin mainitsema: sosiaalisen median alle on mahdutettu niin paljon sälää, että käsite on täysin hämärtynyt. Toisekseen: ei nähdä, että nyt ollaan aivan oikeasti siirtymässä viestinnässä aivan uuteen aikaan. Minusta on vanhakantaista nähdä sosiaalinen media välineenä (mediana), kun kyse on tilasta. Sosiaalisen median käsitteen korvaa tulevaisuudessa jokin tilaa kuvaava ilmaisu. Virtuaalinen maailma?

AR: Olen Leifin kanssa samaa mieltä siitä, että tarvitsemme uutta tapaa käsitteellistää tätä, jota nyt olemme alkaneet kutsua sosiaaliseksi mediaksi, mutta en ole ollenkaan varma siitä,



ALF REHN

että tätä tullaan näkemään tilana. Enemmän minusta on kiinnostavaa se miten tässä on muuttumassa ideat kommunikaation hierarkiasta. Minä pidän käsitteestä "peer communication", eli vertaiskommunikaatio. Aivan liian moni viestintämalli, etenkin yritysmaailmassa, perustuu valtaan – asiantuntija-valtaan tai firma-kertoo-kuluttajalle-malleihin.

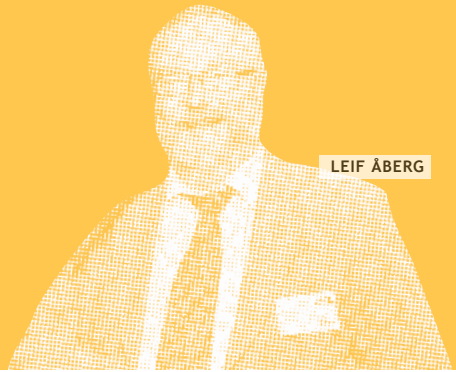
JT: Alfin ajatus vertaiskommunikaatiosta on freesi, mutta mielestäni myös se – ainakin osaltaan – perustuu valtaan. Ihmiset ja heidän ajatuksensa sosiaalisessa mediassa eivät ole tasa-arvoisia, vaan sieltäkin on löydettävissä selkeitä valta-asetelmia, jotka perustuvat mm. seuraajien, fanittajien tai retwiittien määrään. Tai vaikkapa Alfin mainitsemaan asiantuntija-valtaan tietystä organisaatiossa tai aihealueessa. Twitteriviestinnässä on myös mielestäni tällä hetkellä havaittavissa runsaasti Lefan mainitsemaa viestinnän prosessimallia: viestintä on yksisuuntaista tiedottamista vaikkapa siitä, mitä tein/söin/join/kuuntelin tai missä olen, ilman että siihen edes odotetaan vastausta tai reagointia. Näin ollen näen sen yksisuuntaisena viestintänä, en kaksisuuntaisena tai monisuuntaisena vertaiskommunikaationa.

AR: Totta tuokin, mutta olisi tärkeää pitää mielessä, että näemme nyt ensimmäisiä hapuilevia askelia suuremmassa kehityksessä. Tietenkin kommunikaatiossa on aina valtaa – kaikessa inhimillisessä on – kiinnostavaa on miten se voi muuttua. Twitter on selkeästi etsimässä muotoaan, ja itse käytän sitä niin vanhakantaiseen tiedottamiseen – kirjoitin juuri-tämän-lue-nyt! – että keskustelemaan kommunikaatioon.

JT: Twitter on vielä vauvaiässä, näin on, ja onkin hauska nähdä, mihin suuntaan se kehittyi. Sosiaaliseen mediaan liittyy paljon kysymys-



ALF REHN



LEIF ÅBERG

merkkejä, kun ajatellaan sen tulevaisuutta. Ennustakaa 3 asiaa, miten näette kehityksen jatkuvan?

AR: 1) Tulemme näkemään jotain joka siirtää niin Twitter:in että Facebook:in unholaan – this is the way of the world.

2) Sosiaalinen media yksinkertaistuu niin että monimutkaisia sosiaalisen median strategioita ei tarvita. Eli, tulee yhtä luonnolliseksi kuin esim. email – ja kuin moni oikeasti palkkaa email-strategialleen asiantuntijaa?

3) Soundbite-yhteiskunta alkaa kyllästyttää ihmisiä, ja pidemmät tekstit tulevat taas (bye, bye Tweet-books).

LÅ: Alf, minusta viestinnän hierarkiat muuttuvat juuri sen tähden, että kyse on tilasta, ei mediasta. Perinteinen media, esimerkiksi sanomalehti, edustaa hierarkkista viestintää, koska – professori Colin Sparksia mukaillen – median omistajalla ja sisällöstä päättäjällä on valtaa sisällön suhteen. Vertaisviestinnässä valta on sillä, jonka tiloissa ollaan (siksi esimerkiksi Google hieman huolestuttaa minua). Jos vielä tilan käsitettä hehkuttaisin: metaforisesti näen ”sosiaalisen median” kuin kirjastona tai torina.

Ja vielä tästä aivan uudesta ja kiehtovasta tilanteesta, jota aikakautemme todistaa: laajennetun mielen (extended mind) käsite. Virtuaalitala on täysin mullistanut mahdollisuuteni linkittää omat aivosoluni tietoverkkojen kautta muiden aivosoluihin – parviäly! – tai muiden aivojen tuottamiin oivalluksiin.

Kolme kehityspiirrettä:

1) yhä enemmän työtä voidaan tehdä virtuaalisessa maailmassa (ei tietty aivan kaikkea!). Kollaboraatio siellä lisääntyy.

2) Tämä vaikuttaa viestintään väistämättä: mobiiliviestintään tulee huikkeitä uusia sovelluksia.

3) iPadin kaltaiset vempaimet muuttavat viestintää ja viestintätottumuksia huikkeasti. Koulureppu kevenee. Printtimedia – etenkin aikakauslehdet ja kirjat – joutuu aidosti pohtimaan tulevaisuuttaan. Perinteiset uutisoinnin

muodot muuttuvat. On jotenkin hassua ajatella, että perinteinen uutistarjonnan moodi oli tiettyyn kellonaikaan sidottu: aamun lehden kolahdus postiluukusta tai iltat uutisten aika televisiossa. Olisi kiva tietää, kuinka suuri osa suomalaisista jo saa uutisnäkönsä tyydytetyksi uutissyötöiden kautta.

AR: Kysymys on ehkä ennen kaikkea siitä, että emme aivan vielä tiedä miten eri muodot kehittyvät. Minäkin uskon siihen, että sosiaalinen media luo vapaamman tilan ja suuremmat mahdollisuudet vaikuttaa. Tämä tulee myös luomaan enemmän vertaistuotantoa. Samalla tosin informaation suuri määrä tulee luomaan tilanteen, jossa moni varmaan toivoo yksinkertaistettuja ratkaisuja. Minä luen iPadin kautta paria lehteä ja aina samoja, koska haluan ”paketin”. Samalla minä kahlaan omat RSS-feedit ja Twitterin. En usko siihen, että mediasta tulisi täysin sosiaalista, ennemminkin siihen että näemme laajemman spektran – osa sosiaalista, osa varsin perinteistä. Mitä sosiaalinen media minulle ennen kaikkea näyttää on, että siirrymme joko/tai-ajattelusta sekä/että-ajatteluun.

LÅ: Tässäkin keskustelussa nähdään ennustamisen vaikeus. Professori Osmo A. Wiion ensimmäinen laki tuleisuuden ennustamisesta kuuluu: ”Lähitulevaisuus yliarvioidaan ja kaukainen tulevaisuus aliarvioidaan.” Tämä johtuu tietenkin siitä, että arvelemme nykyisten vimpainten vain kehittyvän lähitulevassa, mutta emme osaa vapauttaa ajatuksiamme pohtimaan jotain aivan uutta viestintää!

Leif Åberg ja Alf Rehn jatkavat keskustelua sosiaalisesta mediasta Helsingin yliopiston Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenian järjestämässä Sosiaalisen median seminaarisarjan 15.9.2010 ”Maine, brändi ja sosiaalinen media”-päivässä.

Lisätietoja ja ilmoittautuminen:
<http://sosiaalisenmedianseminaarisarja.blogspot.com/>