

TAMPEREEN YLIOPISTO

Jukka Lehtinen

MOBIILIJOURNALISMIA

Matkapuhelimen mahdollisuudet uutisvälineenä

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2008

TAMPEREEN YLIOPISTO

LEHTINEN, JUKKA: MOBIIJOURNALISMIA, Matkapuhelimen mahdollisuudet uutisvälineenä

Pro gradu-tutkielma, 88 s.

Tiedotusoppi

Toukokuu 2008

Avainsanat: Uutinen, matkapuhelin, uusmedia, journalismi, viestintäteknologia, teknologian
käyttöönotto

Tämä tutkielma käsittelee matkapuhelimen mahdollisuuksia uutisvälineenä. Tarkoituksena on ollut löytää tekijöitä, jotka edistävät tai estävät matkapuhelimen käyttöä uutisten vastaanottovälineenä.

Matkapuhelimen mahdollinen käyttö uutisvälineenä perustuu sen tietoteknisiin ominaisuuksiin sekä laajaan käyttöön.

Matkapuhelin mediana on vahvasti uusmedia. Sen tekniset ominaisuudet ovat vasta viime aikoina kehittyneet sellaisiksi, että sen voisi ajatella olevan kilpailukykyinen muihin välineisiin verrattuna. Kehitys on kuitenkin ollut nopeaa ja merkit eivät viittaa siihen, että kehityksen vauhti hidastuisi.

Aiheeseen on perehdytty kahdella eri tavalla. Ensinnäkin on tutkittu alan kirjallisuutta ja löydetty sieltä sekä teknisiä että teknologian käyttöönottoon liittyviä tekijöitä.

Kirjallisuudesta löytyy monia viitteitä siihen, että matkapuhelimella on hyvät mahdollisuudet toimia uutisvälineenä. Kirjallisuudesta löytyy myös muistutus siitä, miten helposti hyväkin teknologia voi jäädä käyttämättä.

Matkapuhelimen kehitys teknologisesti toimivaksi uutisvälineeksi on seurausta vuosisatojen aikaisesta viestintäteknologian kehityksestä.

Kirjallisuuteen tutustumisen lisäksi on tehty haastattelututkimus 12 hengelle, joita voitiin pitää uusien uutispalvelujen niin kutsuttuina varhaisina omaksujina. Haastatelluilta kyseltiin heidän kokemuksiaan tekstiviestiuutisista. Haastattelujen perustana oli käyttötarkoitustutkimus.

Haastattelujen perusteella matkapuhelimella on hyvä mahdollisuus toimia sekä lisänä muuhun median käyttöön että jopa korvata uutisseurantaa muissa medioissa.

Pääsääntöisesti matkapuhelimen uutispalveluita käytetään samoista syistä kuin muidenkin välineiden.

Matkapuhelimesta löytyi myös piirre, jota muissa medioissa ei ole. Tekstiviestiuutisen koettiin toimivan myös uutisvahtina. Luotettiin siihen, että matkapuhelin valvoi, mitä maailmalla tapahtui ja vapautti aktiivisesta uutisseurannasta.

1 JOHDANTO	6
2 VIESTINNÄN KÄSITTEITÄ.....	9
2.1 Joukkoviestintä.....	9
2.2 Journalismi	9
2.3 Uutinen.....	12
2.3.1 Tekstiviestiuutinen	14
2.3.2 Tekstiviestiuutisten uutismaisuus ja journalistisuus	14
2.4 Uusmedia.....	16
2.4.1 Uusmedian tekniset perusteet.....	17
2.4.2 Uusmedian viestinnällisiä piirteitä	18
2.4.3 Mobiilisuus eli liikuteltavuus	21
2.5 Tekstiviesti, journalismi ja uutinen	23
3 VIESTINTÄTEKNOLOGIAN KEHITYS.....	24
3.1 Puhetaidosta joukkoviestintään.....	24
3.2 Sähköisen viestinnän kehitys.....	26
3.2.1 Lennätin.....	26
3.2.2 Puhelin.....	27
3.2.3 Radio ja televisio	28
3.2.4 Tietokone.....	29
3.2.5 Verkkojen synty	30
3.2.6 Internet	31
3.2.7 Matkapuhelin viestintäteknologian kehityksen jatkumona	32
4 TEKNOLOGIAN KÄYTTÖÖNOTTO.....	34
4.1 Innovaattoreista vastaanharaajiin.....	34
4.2 Teknologian kehityksen neljä askelta	35
5 AINEISTOT JA MENETELMÄT	38
5.1 Käsitelty kirjallisuus	39
5.2 Käyttötarkoitustutkimuksen teoriaa.....	39
5.2.1 Kritiikki	40
5.3 Haastattelututkimus.....	41
5.3.1 Haastattelututkimuksen aineistosta	41
5.3.2 Haastatteluaineiston arviointi	42
5.3.3 Tutkimusmenetelmä käytännössä	43
5.3.4 Analyysin toteutus.....	45

5.3.5 Ennakkokäsitysten vaikutus tuloksiin	46
6 MATKAPUHELIN JA JOURNALISMI – TUTKIMUKSEN NÄKÖKULMA	48
6.1 Matkapuhelimen käyttötutkimukset.....	48
6.2 Matkapuhelinteknologia ja -palvelut	52
6.2.1 Radiopuhelimesta GSM:ään.....	52
6.2.2 Matkapuhelintekniikoiden sukupolvet	54
6.2.3 Tekstiviestit ja matkapuhelinpalvelut.....	56
6.2.4 Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa.....	59
6.3 Mobiil- internet	60
6.3.1 Mobiilin sisällön kehitys.....	61
6.3.2 Uusien matkapuhelinpalvelujen kehittyminen.....	62
6.4 Matkapuhelin journalistisena kanavana	63
6.4.1 Matkapuhelin uutisvälineenä.....	63
6.4.2 Matkapuhelimien uutispalveluja	65
6.5 Aiemmasta tutkimuksesta huomioitavaa.....	66
7 MATKAPUHELIN JA JOURNALISMI – KÄYTTÄJÄN NÄKÖKULMA	67
7.1 Tiedonhankinta tärkein syy palvelun tilaamiseen	67
7.2 Keskustelun avauksia	71
7.3 Uutiset viihdyttivät, mutta viihdeuutisia ei kaivata.....	72
7.4 Identiteetin luominen	74
7.5 Kallis hinta esteenä	76
8 POHDINNAT	79
LÄHTEET.....	86
Kuvio 1: Rogersin innovaatioiden omaksumistyytit (1995).....	34
Kuvio 2: Innovaatioiden omaksujien määrän kehitys (Hintikka 1999).....	36

1 Johdanto

Reilussa kymmenessä vuodessa suurella osalla maailman ihmisiä on tapahtunut merkittävä muutos viestintäkäyttäytymisessä. Matkapuhelin, internet ja sähköposti ovat uusina viestintämuotoina muuttaneet miljardien ihmisten käyttäytymistä. Uusi teknologia on nopeuttanut tiedon välitystä ja saanut aikaan infoähkyn. Perinteisen median, kuten television, radion sekä sanoma- ja aikakauslehtien, rinnalla kilpailevat nyt internetin uutis- ja mediapalvelut. Internetin ajasta ja paikasta riippumaton saavutettavuus on tehnyt siitä vaihtoehtoisen kanavan perinteiselle medialle. Kehitys on ollut nopeaa ja verkkopalvelujen tarjoama sisältö on jo ohittanut perinteiset mediat teknisillä ominaisuuksillaan. Internet-mediat tarjoavat tekstin ja kuvien lisäksi liikkuvaa kuvaa ja ääntä. Digitaalisen muokattavuuden ja maailmanlaajuisen nopean tietoverkon ansiosta uusia, ennen näkemättömiä palveluja syntyy koko ajan lisää.

Taloustieteen teoriat kurittavat perinteisiä medioita, joiden asema on perustunut suuriin pääomainvestointeihin, kuten painokoneisiin ja lähetysverkkoihin, jotka ovat pitäneet kilpailun kurissa. Internet heiluttaa tätä mallia, sillä tietoverkossa oman median perustaminen on halpaa, ja mediayritysten suuri koko ja pitkä historia antaa vain rajoitettua suojaa uusille yrittäjille vastaan. Kodissa, työpaikalla tai vaikkapa nettikahvilassa olevalla tietokoneella käytettävän verkkomedian rinnalle on odotettu nousevan matkapuhelimella käytettäviä palveluita. Henkilökohtaisena, lähestulkoon aina mukana kannettavana viestintävälineenä matkapuhelimeen voi tehdä entistä personoidumpiä, paikasta ja ajasta riippumattomia, palveluja.

Matkapuhelin on yksi nopeimmin levinneistä innovaatioista maailmassa. Niitä myydään yli miljardi kappaletta vuodessa (IDC 2008). Suomessa kehitys on ollut erityisen nopeaa ja matkapuhelinten määrä on ylittänyt asukasmäärän. Matkapuhelimien yleistymisen myötä niihin saatavien palvelujen määrä on lisääntynyt. Pelkän puheen lisäksi matkapuhelimella pystytään viestimään tekstiviestein. Sen lisäksi puhelin on korvaamassa monia muita laitteita ihmisten taskuissa kuten kellon, kameran ja kalenterin. Vuosituhannen vaihteesta asti odotettu internetin käytön siirtyminen matkapuhelimeen alkaa viimein olla todellista.

Matkapuhelimessa on ominaisuuksia, jotka erottavat sen muista joukkotiedotusvälineistä ja uusmediakanavista. Matkapuhelin on henkilökohtainen, ja se on useimmiten käyttäjänsä mukana. Sen

lisäksi siihen voi lähettää viestejä lähes mihin maailman kolkkaan tahansa.

Nykyään matkapuhelimella ja internetillä on suuri merkitys ihmisten henkilökohtaisina viestiminä. Matkapuhelin on syrjäyttämässä kiinteän verkon puhelimen ja siitä on tullut henkilökohtainen puhelin. Internetin sähköposti on puolestaan syrjäyttänyt perinteistä postia. Etenkin internetillä on ollut valtava vaikutus myös joukkotiedotusvälineisiin ja journalismiin. Matkapuhelimesta odotetaan tulevaisuudessa merkittävää joukkotiedotusvälinettä. Matkapuhelimella pystytään jo tänä päivänä selaamaan erilaisia uutissivustoja, vastaanottamaan uutishälytyksiä (mm. tekstiviestiuutisia) ja jopa katselemaan television uutislähettyksiä. Uutisia voi seurata matkapuhelimista erilaisilla uutissovelluksilla. Useat mediatalot ovat kokeilleet erilaisia tapoja käyttää matkapuhelinta joukkotiedotusvälineenä. Uusin matkapuhelinverkkotekniikka tarjoaa entistä nopeamman tiedonsiirtokapasiteetin, mikä puolestaan lisää uusien mediapalvelujen mahdollisuuksia. Uusien matkapuhelinten selaimet ovat sellaisia, että myös tietokoneille tehtyjen internet-sivujen lukeminen on sujuvaa. Matkapuhelimiin on kehitteillä myös palveluja, jotka hyödyntävät matkapuhelimen paikkatietoa. Tällainen on esimerkiksi mikrobloggaukseen tarkoitettu Jaiku-palvelu. Toistaiseksi ei kuitenkaan voi sanoa, että matkapuhelimella olisi merkittävää asemaa joukkotiedotusvälineenä. Esimerkiksi matkapuhelimiin suunnattu mainonta on vasta alkamassa.

Tutkielmani tarkoituksena on pohtia matkapuhelimen ominaisuuksia uutisvälineenä.

Tutkimuskysymyksenä on: Mitä tekninen kehitys ja ihmisten tavat käyttää matkapuhelimiin kertovat matkapuhelimen mahdollisuuksista toimia uutisten vastaanoton kanavana. Kimmokkeen aiheeseen sain uusmedian maisteriohjelmassa. Matkapuhelinta ei ole juurikaan tutkittu tiedotusopillisessa mielessä, vaikka sen käyttöä onkin muuten tutkittu valtavasti. Oma kiinnostukseni matkapuhelimiin on syntynyt seurattuani matkapuhelinalaa vuodesta 1999 lähtien toimittajana.

Taustaa tutkimukselleni rakennan viestintäteknologioiden käyttöönotosta. Koska matkapuhelin ei ole ensimmäinen ihmisten viestintätapoja mullistanut keksintö, olen liittännyt mukaan historian ihmisten viestintäteknologian kehityksestä aina esihistoriallisista ajoista lähtien. Viestintäteknologian kehittymisestä näemme, että matkapuhelin ja tekstiviestiuutinen eivät ole mikään tyhjästä noussut keksintö, vaan se on teknologiaevoluution luonnollinen jatke. Teknologiahistoria paljastaa, että tekniikan käyttöönottamisessa vaaditaan muutakin kuin toimiva palvelu. Historiaan viitataan myös osiossa, jossa käsitellään joukkotiedotusta ja journalismia. Samalla pohditaan sitä ovatko

tekstiviestiuutiset journalismia laisinkaan.

Oma tutkimukseni muodostuu kahdesta osasta. Kirjallisuuden avulla etsin näkökulmia, jotka paljastavat matkapuhelimen ominaisuuksia, jotka voivat vaikuttaa siihen, että matkapuhelimen merkitys uutisvälineenä kasvaa. Kirjallisuudessa olen tutustunut sekä matkapuhelimien käyttötapoihin että teknologian kehitykseen. Oma osuutensa on myös tutkimuksella, joka käsittelee teknologioiden käyttöönottoa.

Haastattelututkimuksen perustana on käyttötarkoitustutkimus-teoria, jolla koetetaan selvittää, mitä ihmiset tekevät viestimillä. Haastatteluissa selvitetään minkä vuoksi ihmiset haluavat uutisia puhelimiinsa. Haastateltu ryhmä oli varsin homogeeninen ja tietyt käyttötavat, kuten tiedon hankkiminen, nousivat odotetusti kaikkien haastateltavien tärkeimmiksi tekstiviestiuutisten käyttösyiksi. Toisaalta tuloksista löytyy myös median käyttötapa, joka korosti matkapuhelimen ominaisuuksia henkilökohtaisena ja aina saavutettavissa olevana laitteena. Haastateltavat luottivat matkapuhelinuutisten tekijöiden valvovan uutisvirtaa käyttäjän puolesta ja varmistavan, ettei mikään tärkeä asia mene ohi.

Lopuksi pohdin mitä kirjallisuudesta ja haastatteluista kerätty tieto paljastaa matkapuhelimien ominaisuuksista, jotka voisivat vaikuttaa sen kehittymiseen entistä enemmän uutisten vastaanottoon tarkoitetuksi laitteeksi.

2 Viestinnän käsitteitä

Tässä luvussa esittelen peruskäsitteitä matkapuhelimesta joukkoviestintävälineenä. Aluksi esittelen joukkoviestinnän, journalismin ja uutisen käsitteitä. Samalla kerron mitä tekstiviestiuutiset ovat. Luvun toisessa osassa käsitteelen uusmediaa sekä teknisestä näkökulmasta että viestinnällisten piirteiden kautta. Lopuksi pohdin myös mobiilisuutta.

2.1 Joukkoviestintä

Joukkoviestintä on siirtoa. Joukkoviestintä on sanomien välittämistä suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle. Siinä käytetään apuna teknisiä apuvälineitä eli kanavia. Ainakin lyhyellä aikavälillä joukkoviestintä on yksisuuntaista (Kunelius 1997, 15) eli viestinnän tuottaja siirtää viestiään vastaanottajalle. Edellä kerrotun Risto Kuneliuksen joukkoviestinnän peruskysymyksiä käsittelevän Viestinnän vallassa -kirjan määritelmän mukaan joukkoviestintää ovat muun muassa elokuvat, kirjallisuus, sanomalehdet, television saippuasarjat ja mainokset.

Kuneliuksen mukaan suurelta osin itsestään selvä määritelmä on kuitenkin kiistanalainen. Esimerkiksi ero joukkoviestinnän ja kohdeviestinnän välillä on pieni. Kohdeviestinnässä yleisö on rajattu, mutta toisaalta eräät hyvinkin rajatulle määrälle ihmisiä suunnatut erikoislehdet ja -ohjelmat tulkitaan joukkoviestinnäksi (Kunelius 1997, 16). Kuneliuksen mukaan joukkoviestintään yhdistetään periaatteessa sen julkisuus, ainakin teknisessä mielessä. Sanomat ovat kaikkien vapaasti saatavana, ja yleisö itse valitsee ryhtyykö se yleisöksi vai ei. Joukkoviestinnässä viestejä ei kuitenkaan lähetetä joukolle ihmisiä vaan itse asiassa ihmismassalle, jossa toisistaan erillään olevat yksilöt ovat viestinnän kohteena. Yhtenäisnäkökulman mukaan joukkoviestintä on myös joukkojen luomista. Luodaan todellisia ja kuvitteellisia joukkoja, joilla rakennetaan yleisön identiteetti (Kunelius 1997, 16–18).

Matkapuhelimen mahdollisuus joukkoviestimenä perustuu sen yleisyyteen ja teknisiin ominaisuuksiin. Se, että suurimmalla osalla ihmisistä on matkapuhelin, voi synnyttää joukkoja, jotka vastaanottavat viestintää. Teknisesti matkapuhelin on sellainen, että siihen voi lähettää viestintää.

2.2 Journalismi

Viestinnän vallassa -kirjassaan Risto Kunelius on määritellyt myös journalismia. Määritelmän mukaan journalismi on ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää (Kunelius 1997, 18).

Kunelius muistuttaa kriteereiden väljyydestä. Vuosikymmeniä sitten päättynyt sota tai tuhansia vuosia vanhat faaraoiden haudat voivat olla edelleen ajankohtaisia. Esimerkkinä uutisen muuttumisesta uudelleen ajankohtaiseksi vuosien jälkeen voi mainita Bodom-järven murhat vuodelta 1960, joissa ensimmäinen murhasta epäilty joutui oikeuden eteen vasta vuonna 2005. Vanha uutinen muuttui uudeksi, kun syytetty todettiin syyttömäksi, ja murhaaja pysyi edelleen mysteerinä.

Faktapohjaisuuden voi vuorostaan kyseenalaistaa Kuneliuksen mukaan esimerkiksi presidentin innokkaalla matkailulla. Uutisoinnissa puhutaan presidentin kiinnostuksesta tutustua maakuntien asioihin. Kunelius kysyy olisiko presidentin matkustelu yhtä innokasta, jos lehdistö ei seuraisi matkoja tarkasti (Kunelius 1997, 19).

Pelkkä ajankohtaisuus ja faktapohjaisuus eivät kuitenkaan tee viestinnästä journalismia. Sen lisäksi journalismin tulisi olla itsenäistä ja edustavaa (Kunelius 1997, 19). Itsenäisyys viittaa siihen, että journalistit ammattikuntana suojelevat omaa ammattiaan. Käytännössä tämä näkyy journalistien pyrkimyksenä pitää työnsä riippumattomana esimerkiksi lehtien mainosmyynnistä. Itsenäisellä journalismilla pyritään suojaamaan joukkoviestinnän totuudenmukaisuus ja neutraalius. Edustavuudella pyritään saamaan useampi ääni kuulumaan tiedotusvälineissä.

Esimerkkinä voi verrata lehdistötiedotetta ja journalistista uutista. Lehdistötiedote voi täyttää uutisen määritelmät olemalla totuudenmukainen ja ajankohtainen. Sille voi löytyä kiinnostuneita lukijoita esimerkiksi tiedotteen julkaisseeseen yrityksen työntekijöistä, kilpailijoista ja osakkeiden omistajista. Itse asiassa joka päivä julkaistaan lukuisia toimittajien tekemiä uutisia, joissa uutisen sisältö koostuu pelkästään eri lehdistötiedotteiden sisällöstä. Mielestäni tällaisesta uutisesta tekee kuitenkin journalistisen se, että tiedote on toimittajien suodattama, ja journalistisen tiedotusvälineen julkaisemana sen pitäisi olla neutraalimpi ja ehkäpä luotettavampi kuin yrityksen oma tiedote. Se, onko kyse hyvästä journalismista, on toinen kysymys. Kun lehdistötiedotteen tietoihin lisätään jotain sen ulkopuolella olevaa tietoa esimerkiksi kilpailijasta, josta lehdistötiedotteen lähettäjä ei halua muistuttaa, ollaan jo lähempänä journalismin kriteereitä täyttävää uutisointia.

Yksinkertaisemmin journalismin tulkitsee Suomen kielen perussanakirja, jonka mukaan journalismi on toimitustyötä joukkoviestimissä (Haarala 2001).

Käsitteenä journalismi on arvolatautunut ja siksi sen määrittelemine ei ole aivan suoraviivaista. Kuneliuksen ja sanakirjan määritelmissä journalismi määritetään helposti ammattimaiseksi ja institutionaaliseksi. Itse asiassa journalismia itsessään pidetään yleisesti yhteiskunnallisena instituutiona (Heinonen A, 1995, 12).

Journalismia ei pidetä pelkästään jonkinlaisena yritystaloudellisena tuotoksena, vaan sitä on täsmennetty enemmän arvomaailman suuntaan. Heikki Luostarisen mukaan journalismi on myös arvojen ja normien järjestelmä, joka ei ole yksinkertainen teknisten edellytysten ja yritystalouden tavoitteiden funktio (Luostarinen 1994, 38).

Useimmiten uutisten ja journalismin tuottaminen on ollut mediayritysten hallussa. Yksi tähän johtaneista syistä on viestintäteknologioiden, kuten television lähetyverkkojen ja sanomalehtien painokoneiden, kalleus. Joukkoviestimien tuottaminen on kallista, joten sen tekeminen on useimmiten voittoa tavoittelevaa liiketoimintaa, jotta siihen tehdyille investoinneille saataisiin tuottoa. Poikkeuksena tähän ovat kansalliset mediayhtiöt, kuten Yleisradio, joiden tarkoitus on tehdä riippumatonta julkisen palvelun periaatteella toimivaa joukkoviestintää.

Uudet teknologiat ovat muuttamassa asetelmia. Internet-uutispalvelun ylläpitäminen ei enää vaadi raskaita investointeja teknologiaan. Halvimmillaan se ei maksa mitään. Samalla uutispalvelut muuttuvat, pirstoutuvat ja verkottuvat. Vakiintuneet mediatilat ovat toistaiseksi pitäneet asemansa myös internetissä. Heitä auttaa siinä vuosikymmenten aikana kerääntyneet pääomat ja sisältöosaaminen. Median pirstaloituminen on kuitenkin lisännyt kilpailua ja suurille mediataloille se on aiheuttanut sydämen tykytyksiä laskevin levikkeinä ja katsojamäärinä. Uusi teknologia on tuonut uusia ongelmia liiketoiminnan kannattavuuteen. Internetissä ollaan totuttu ilmaiseen palveluun, minkä vuoksi vanhojen levikkitulojen tilalle on saatava uutta tuottoa. Matkapuhelinpalveluilta odotetaan paljon juuri tuottojen takia, sillä matkapuhelimen käytöstä kuluttajat ovat tottuneet maksamaan. Tosin näyttää siltä, että matkapuhelinpalvelujen tekijät ja operaattorit ovat laittaneet palvelujen hinnat liian suuriksi, ja siksi palvelujen menestys on jäänyt heikoksi.

Siitä, kuka oikeaa journalismia tekee, käydään keskustelua. Erityisesti bloggaajat eli niin sanottujen verkkolokien pitäjät ovat alkaneet ottamaan itselleen journalistista asemaa (mm. Gillmor 2004).

Vastaavasti mediat koettavat hyötyä bloggaajien tuottamasta sisällöstä. Esimerkiksi Taloussanomien ja Kauppalehti tarjoavat omilla sivuillaan mahdollisuutta blogien pitoon. Lehtien toimitukset ovat myös aloittaneet omia blogejaan ja useat toimittajat pitävät blogia.

Uusi tekniikka myös muuttaa journalismin kohteiden vaikutusmahdollisuuksia omaan julkisuuskuvaansa. Useille julkisuuden henkilöille oma blogi on itsestänselvyys. Verkkosivuja käytetään omien tekemisien mainostamiseen. Mutta julkisen verkkopäiväkirjan pitäminen voi olla myös vastaisuus lehdistön kertomille uutisille. Verkkosivuja voidaan käyttää kanavana, kun halutaan kertoa oma versio lehtijutun väitteistä. Haastateltava voi esimerkiksi laittaa tehdystä haastattelusta litteroidun version verkkosivuilleen. Tällä estetään toimittajien vääriä johtopäätöksiä ja aiheettomia kärjistyksiä (Gillmor 2004, 66–67).

Verkkjournalismin yleistyessä on vaarana, että median itsesääntely heikkenee. Uudet kansalaisjournalistit eivät välttämättä ole sitoutuneita olemassa oleviin, journalistin ohjeisiin tai eivät ole niistä tietoisia. Laaja tarjonta voi myös näkyä epätasaisena laatuna, jolloin luottamus nettiin tai verkkjournalismiin kärsii. Sama vaikutus voi olla myös perinteisillä mediataloilla, jotka eivät tarpeeksi korosta laadun merkitystä verkossa. Heikko verkkjournalismi voi vahingoittaa luottamusta myös perinteiseen kanavaan.

2.3 Uutinen

Uutinen on asia jota joku jossain ei halua julki. Kaikki muu on mainostamista.

- Sekä William Randolph Hearstin että Lordi Northcliffen sanomaksi merkitty (Hicks 2000, 11).

Uutisen määritelmiä löytyy useita, mutta perusasian sisältävän määritelmän löytää esimerkiksi useimpien uutisjournalismin oppikirjojen ensisivuilta. Yksi niistä on brittiläisessä teoksessa *Writing for journalist*: Jotta jokin asia olisi uutinen, on sen perustuttava tosiasioihin, sen on oltava uutta vähintäänkin sen lukijalle ja sen on oltava kiinnostava (Hicks 2000, 11).

Uutisiin on myös totuttuja malleja, joiden mukaan ne tehdään. Perinteisesti uutisten odotetaan vastaavan Rudyard Kiplingin runon mukaan nimettyihin kuuteen Kiplingin kysymykseen: mitä, missä,

milloin, miten, miksi ja kuka¹. Toinen perussääntö on uutisten väärinpäin aseteltu pyramidimalli, jossa tärkein asia kerrotaan ensin. (Ks. esimerkiksi Hicks 2000, 15 tai Kunelius 1997, 62.)

Nykyään uutisten tulvaa on lähes mahdoton välttää. Suomessa ilmestyy lukuisia sanomalehtiä, joista osa on ilmaiseksi jaettavia uutislehtiä. Televisiosta voi katsella useammaltakin kotimaiselta kanavalta uutislähetystyksiä, joista osa on erikoistunut muun muassa urheilu-, viihde- tai alueuutisiin. Tämän lisäksi uutisia voi katsella useilta eri ulkomaalaisilta kanavilta. Television lisäksi uutisia voi kuunnella radion eri asemilta jopa puolen tunnin välein. Perinteisten uutisvälineiden, sanomalehden, television ja radion lisäksi uutiskilpailuun ovat tulleet mukaan uuden median palvelut. Internetin avulla pääsee uutispalveluihin, joiden avulla uutiset maailman eri kolkista ovat hetkessä levinneet kaikkialle.

Niin sanottujen virallisten uutistalojen lisäksi uutisia välittyy ihmisille erilaisilla keskusteluilla. Kahvipöytäkeskustelujen ja tapaamisten aikana vaihdetaan uusimmat kuulumiset ja juorut. Internet on tuonut tähänkin uuden mahdollisuuden. Erilaiset keskustelupalstat toimivat paikkoina, joissa ihmisillä on mahdollisuus vaihtaa kuulemiaan uutisia.

Näin suurta uutistarjontaa ei olisi ellei kysyntää uutisille löytyisi. Tuntuukin, että uutistarjonnan perusteella ainakin länsimaisissa maissa eletään aikaa, jonka tyypillinen piirre on pakkomielle uutisiin. Uutishimo ei ole mikään uusi asia. Uutisten historiasta kertoo Mitchell Stephens kirjassaan *The History of News: Vajaa kolmesataa vuotta sitten englantilaiset miehet kuulivat valtaosan uutisistaan kahviloissa. Silloin luultiin, että uutisnälkä on sen ajan tyypillinen piirre. Sanomalehti vuodelta 1712 kertoo, että kiihkeä kutina uutuuksiin on osoittautunut kohtalokkaaksi joillekin perheille, kun kaupanpitäjät ja käsityöläiset viettävät kaikki päivät kahvilassa uutisia kuulemassa ja politiikkaa puhumassa samaan aikaan kun vaimo ja lapset haluavat kotona leipää* (Stephens 1996, 7, käännös J.L.).

1 'I Keep six honest serving-men

(They taught me all I knew);

Their names are What and Why and When

And How and Where and Who.' - Rudyard Kipling (Hicks 2000, 15).

Vastaavia uutiskiinnostuksen kuvauksia löytyy myös kauempaa historiasta. Esimerkiksi kreikkalainen Demostehes kertoi satoja vuosia ennen ajanlaskumme alkua kuinka ateenalaiset käyttivät aikaansa uutisten vaihtamiseen. Vastaavanlaista uutisvaihtoa on löytynyt myös Tyynen valtameren eteläisillä saarilla asuvilta heimoilta. Stephensin (1996, 8) mukaan on lähes mahdotonta löytää kulttuuria, johon uutistenvaihto ei kuuluisi. Ihmisten uteliaisuus uusiin asioihin näkyy siinä, että lähes kaikkialla ihmiset alkavat kokoontuessaan vaihtaa kuulumisia. Uudet teknologiat eivät siis ole luoneet uudenlaista uutistarvetta, vaan koettavat tyydyttää ihmisen luontaista kiinnostusta uutisiin.

2.3.1 Tekstiviestiuutinen

Matkapuhelimiin on saatavilla tekstiviestiuutispalveluja, joissa tarjotaan journalistisesti tuotettuja uutisia. Tekstiviestiuutispalvelut ovat lyhyitä, tekstiä sisältäviä, teknisistä syistä korkeintaan 160 merkin pituisia uutisviestejä, jotka lähetetään tilaajan matkapuhelimeen heti, kun uutinen julkaistaan. Tekstiviestitekniikkaa uudemman multimediatekniikan avulla voi lähettää pidempiä ja esimerkiksi kuvalla varustettuja uutisia. Tällaisia palveluja ovat kokeilleet jo muun muassa Yleisradio ja MTV3. Multimediatekniikan avulla uutisviestien uutismaisuus ja journalistisuus ovat tekstiviestiuutispalveluja helpommin todettavissa, sillä ne eivät oikeastaan eroa esimerkiksi internet-uutispalveluissa julkaistusta uutisista kuin jakelukanavassa.

Tässä tutkimuksessa tekstiviestiuutisilla tarkoitetaan tekstiviestipalvelulla lähetettyä viestiä, jonka vastaanottaja on tilannut. Tekstiviestipalvelu lähettää journalistisin periaattein luodun uutisen. Tekniikan sanastokeskuksen mukaan tekstiviestipalvelu tilataan lähettämällä oikeanlaisella hakusanalla varustettu tekstiviesti palvelun tarjoajalle (Matkaviestinsanasto 2001, 144). Matkapuhelinalan määritelmässä tekstiviestiuutispalvelut ovat lisäarvopalveluja eli televerkon ulkopuolisia palveluja (Matkaviestinsanasto 2001, 138). Tekstiviestiuutispalvelussa tarjoajan puolella erillisenä toimijana onkin useimmiten viestejä välittävä operaattori, ja uutisten tuottaja, joka tekee uutiset.

2.3.2 Tekstiviestiuutisten uutismaisuus ja journalistisuus

Edellä olen määritellyt joukkoviestinnän, uutisen ja journalismin käsitteet. Tekstiviestiuutisten uutismaisuus ja journalistisuus ovat näiden määritelmien avulla käsiteltävissä.

Uutisen määritelmässä todettiin, että uutinen on tosiasioihin perustuva uusi asia, josta joku on

kiinnostunut. Käsittelen uutisen määritelmää esimerkkiuutisen kautta. Seuraava uutinen lähetettiin MTV3:n tekstiviestipalveluun maaliskuun 8. päivä vuonna 2005:

Tshetsheenijohtaja Aslan Mashadov on surmattu sotilasoperaatiossa Pohjois-Kaukasuksella. Asiasta kertoi Venäjän armeijan edustaja.

Uutisen totuusarvoa ei voi uutisen lähetyshetkellä vahvistaa, mutta uutisessa sen totuusperäisyyttä yritetään vahvistaa kertomalla uutisen lähde. Asia on uusi, joten ajankohtaisuuden vaatimus täyttyy. Kiinnostavuus on aina hyvin vaikeasti määriteltävissä, mutta yleisesti ottaen sotaan ja kuolemaan liittyvien uutisten uskotaan kiinnostavan yleisöä.

Perusuutisten muotoon kuuluu Kiplingin viisi kysymystä ja väärinpäin käännetyn pyramidin muoto. Pyramidimuoto on tekstiviestiuutisissa yleensä häivytetty käsittämään ainoastaan uutisen leveää kantaa. Tiukan tekstimäärän vuoksi kerrotaan vain oleellinen. Niin esimerkkiuutisessammekin.

Entä sitten uutistoimittajan viisi kysymystä? Kuinka hyvin esimerkkiuutinen vastaa niihin?

Tshetsheenijohtaja (MIKSI) Aslan Mashadov (KUKA) on surmattu (MITÄ) sotilasoperaatiossa (MITEN) Pohjois-Kaukasuksella (MISSÄ). Asiasta kertoi Venäjän armeijan edustaja (KUKA/MITEN).

Uutisen perusmääritelmän täyttävät myös esimerkiksi matkapuhelimiin lähetettävät hälytyspalvelut. Useimmiten myös ne sisältävät totuudenmukaista uutta tietoa, jolle löytyy kiinnostusta. Nämä esimerkiksi varashälyttimiin kytketyt palvelut eivät kuitenkaan ole journalistisia eivätkä joukkoviestintää. Siksi niitä ei tässä tutkimuksessa sanota tekstiviestiuutispalveluksi.

Entä esimerkkiuutisemme journalismi? Kuneliuksen mukaan journalismi on ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää (Kunelius 1997, 18). Esimerkkiuutisemme tapauksessa luottamus sen totuudenmukaisuuteen perustuu luottamukseemme viestin lähettäjän (MTV3) aiempaan kykyyn toimittaa uutisia. Ajankohtaisuuden määritelmä täyttyy helposti. Myös Suomen kielen perussanakirjan tulkinnan mukaiset journalismin ehdot täyttyvät. Sen mukaan journalismi on toimitustyötä joukkoviestimissä. Suomessa tekstiviestiuutisia on saatavilla useilta eri palveluntarjoajilta.

Tunnetuimpia ovat Yleisradio, MTV3 ja STT. Jos journalismi on toimitustyötä joukkoviestimissä, niin näiden tahojen tekemät uutiset ovat journalismia. Näin siis siinä tapauksessa, että tekstiviestiuutispalveluja voi pitää joukkoviestiminä.

Aiemmin kerrotun määritelmän mukaan joukkoviestintä on sanomien välittämistä suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle, jossa käytetään apuna teknisiä apuvälineitä eli kanavia, ja ainakin lyhyellä aikavälillä se on yksisuuntaista. Lisäksi joukkoviestintä on julkista. Sanomat ovat kaikkien vapaasti saatavana, ja yleisö itse valitsee ryhtyykö se yleisöksi vai ei. Nämä edellytykset täyttyvät. Tekstiviestiuutispalvelun voi tilata kuka tahansa. Matkapuhelimen haltija voi itse tehdä valinnan haluaako hän tekstiviestiuutisia puhelimeensa, joka toimii palvelussa kanavana.

Joukkoviestinnän määrittelyä tarvitaan myös journalismin tarkemmassa määritelmässä, jonka mukaan journalismin tulisi faktapohjaisuuden ja ajankohtaisuuden lisäksi olla itsenäistä ja edustavaa. Esimerkkiuutisemme totuudenmukaisuus ja ajankohtaisuus käsiteltiin jo uutismaisuutta miettiessä. Uutisen itsenäisyys ja edustavuus ovat vaikeammin löydettävissä yhdestä lyhyestä uutisesta. Kuitenkin uutista voi pitää melko neutraalina. Siinä ei oteta kantaa tapahtuneen surmaamisen oikeudellisuudelle, vaan ainoastaan todetaan tapahtunut. Myös MTV3:n maine muussa uutistoiminnassa antaa tukea sille, että kyseessä on normit täyttävää journalismia.

2.4 Uusmedia

Viime vuosikymmenen lopussa ja tämän vuosikymmenen alussa olemme saaneet kokea merkittävää viestintäteknologian kehittymistä. Aimo Ruusunen toimittamassa kirjassa *Media muuttuu* Ari Heinonen (2002, 160–179) käsittelee uusmediaa.

Aluksi Heinonen muistuttaa, että aivan kuten nykyinen uusmedia, niin myös nykyään vanhat mediat ovat olleet ennen uusia. Samoin tämän päivän uusi media muuttuu aikanaan vanhaksi. Samoin uusia viestintätapoja hämmästellään nykyään aivan samoin kuin aiemmat sukupolvet ovat hämmästelleet meille normaaleja viestintätapoja. Heinonen viittaa Carolyn Marvinin kirjaan *When old Technologies Were New* (1988), jossa kerrotaan, että esimerkiksi lennättimeen, puhelimeen, elokuvaan ja äänilevyyn suhtauduttiin 1800-luvulla samanlaisella intoilulla kuin 1900-luvun lopun uusmediaan (Heinonen A 2002, 161).

Heinonen käy artikkelissaan läpi tämän päivän uusmedian teknisen perustan, uusmedian viestinnällisiä piirteitä ja mediamurrosta. Tekstiviestiuutisten käytön kannalta juuri uusmedian tekninen perusta ja uusmedian viestinnälliset piirteet ovat tärkeitä, vaikka tekstiviestien ja matkapuhelimien osuutta mediamurroksen suhteenkaan ei tule väheksyä.

2.4.1 Uusmedian tekniset perusteet

Heinosen mukaan uusmedian tekninen perusta koostuu kolmesta elementistä: digitaalisuudesta, verkkomaisuudesta ja tietokonevälitteisyydestä (Heinonen A 2002, 163).

2.4.1.1 Digitaalisuus

Digitaalisuus on informaation koodaamista binaarimuotoon eli käytännössä tieto on joko muotoa 1 tai 0. Selvyyden vuoksi digitaalisuuden voi ajatella niin, että asiat joko ovat tai sitten ne eivät ole – eli laite on joko päällä tai se on kiinni, valo palaa tai se ei pala. Binaarimuoto kehitettiin tietokoneita varten. Tietokoneen ajatusmallissa ei löydy siten useampia vaihtoehtoja kuin ehdoton 1 ja 0. Niin yksinkertaiselta kuin digitaalisuus vaikuttaakin, niin se on yhdessä kehittyneen puolijohdetekniikan avulla tehnyt mahdolliseksi monimutkaisien asioiden laskemisen ja luomisen. Tietokoneen ja binaarikielen toimimiseen voi tutustua esimerkiksi Daniel Hillisin kirjassa *Miten tietokone toimii* (1999).

Digitaalisuus antaa joukkotiedotusvälineille merkittäviä etuja. Näitä ovat muun muassa se, että digitaalinen tieto vaatii selvästi aiempaa vähemmän fyysistä säilytystilaa, ja sen muokkaaminen on helpompaa. Vaikka median sanomalehti on pysynyt päällisin puolin entisellään, niin lehden tekoprosessi aina toimittajien journalistisesta työstä painamiseen on uudistunut aivan toisenlaiseksi sitten ensimmäisen painokoneen suunnitelleen Gutenbergin aikojen.

Digitaalisuudessa on myös merkittävää se, että sillä voidaan esittää erilaista sisältöä samassa muodossa. Digitaalinen musiikki, teksti ja valokuva näkyvät kaikki tietokoneelle samanlaisessa muodossa. Vastaanottajan kannalta digitaalisessa muodossa oleva sisältö voidaan tulostaa eri tavoin. Teksti voidaan tulostaa paperille tai sitä voidaan lukea tietokoneen tai matkapuhelimen näytöltä. Teksti voidaan myös lukea äänitiedostona tai äänitiedosto voidaan muuttaa tekstiksi. Valokuvan muokkaaminen helpottuu ja niitä voi tulostaa eri mediavälineille.

2.4.1.2 Verkkomaisuus

Digitaalisuuden avulla uusmedian toinen tekninen peruste eli verkkomaisuus toteutuu. Digitaalista sisältöä voi siirtää verkkojen välityksellä hyvinkin pitkien matkojen päähän, tänä päivänä lähes tulkoon joka paikkaan maailmassa – myös avaruudessa oleviin ihmisen lähettämiin laitteisiin. Aiemmin radioteknologian avulla pystyttiin siirtämään tehokkaasti vain ääntä. Verkkomaisuuden avulla sisältöjä voi välittää vuorovaikutteisesti. Heinosen mukaan verkkomaisuus korostaakin sitä, ettei pelkkä digitaalisuus ole kovin mullistava seikka joukkotiedotukselle (Heinonen A 2002, 165). Vaikka lehtiä on tehty digitaalisesti jo pitkään, kanavat ovat pysyneet entisellään. Sanomalehdet painetaan paperille. Lehtien alkaessa ilmestyä entistä enemmän myös tietoverkoissa on verkko luonut helpomman paluukanavan vastaanottajilta takaisin päin tiedon tuottajalle. Tämä siksi, että yhä useammin verkkoviestinnässä joukkotiedotuksen vastaanottimella (esim. tietokone, matkapuhelin) voi myös lähettää informaatiota takaisin päin. Sujuvan paluukanavan avulla saadaan lukijoiden palaute nopeasti ja lukijoille tarjotaan mahdollisuutta verkkoäänestyksiin ja osallistumista keskustelupalstoihin.

2.4.1.3 Tietokonevälitteisyys

Digitaalisten sisältöjen tuottaminen, vastaanottaminen ja niiden siirtäminen tietoverkoissa vaatii uudenlaisia laitteita, joten uusmedian tekniseen perustaan kuuluu myös tietokonevälitteisyys. Heinosen mukaan uusmedian termistö on vakiintumatonta, ja siksi termiä tietokone on tässä yhteydessä tyydyttävä käyttämään paremman puutteessa (Heinonen A 2002, 167). Tietokoneiden lisäksi digitaalisen viestintään pystyviä laitteita ovat muun muassa matkapuhelimet, erilaiset digitaalisessa muodossa olevat musiikin soittamiseen tarkoitetut laitteet, jopa digitaalikamerat yms. Merkittävää on huomata, että digitaalisten laitteiden ja tietoverkkojen teknisten ominaisuuksien kasvaessa yhä monipuolisempia laitteita on saatavissa aikaisempaa edullisempaan hintaan. Tärkeitä ominaisuuksia ovat muun muassa tallennustilan kasvu, prosessorien tehon kasvu, tietoverkkojen tiedonsiirtokyky sekä näyttöjen tarkkuuden ja valokylläisyyden kasvu.

2.4.2 Uusmedian viestinnällisiä piirteitä

Media muuttuu -kirjassa kirjassa Heinonen (2002) käy lyhyesti läpi uusmedian keskeisiä viestinnällisiä ominaisuuksia, kuten multimediaalisuutta, linkitystä, personointia, päätelaitteiden monipuolistumista, laajentunutta aikajännettä, vuorovaikutusta ja maailmanlaajuisuutta. Yksityiskohtaisemmin uusmedian sisältöön ja ominaisuuksiin voi tutustua muun muassa Jay David Bolterin ja Richard Grusin kirjassa

Remediation (2001).

2.4.2.1 Multimediaalisuus

Digitaalisuuden ansiosta sisällöt voidaan julkaista multimediana. Teksti, äänet, liikkuva kuva ja grafiikka muuttuvat kaikki binaarimuotoon, joka on katsottavissa ja kuultavissa tietokoneella yhtenäisenä kokonaisuutena. Tällaisia ovat esimerkiksi verkkolehtien multimediaesitykset, joissa on sekä ääntä, kuvaa ja tekstiä (Heinonen A 2002, 169).

2.4.2.2 Linkitys

Verkkomaisuuden tärkeä elementti on tietojen linkitys. Linkitys on yksi internetin hypertekstijärjestelmä world wide webin ytimistä, ja siksi linkitykset ovat tuttuja internetin käyttäjille. Linkki voi olla yksittäinen sana, kuva tai oikeastaan mikä tahansa elementti verkkosivuilla. Linkitys tuo uusmedian kerrontaan uuden ulottuvuuden, syvyyden (Heinonen A 2002, 170). Linkityksen avulla voidaan siirtyä lisätiedon luo ja esimerkiksi matkapuhelimessa tekstiviestin mukana tullut linkki voi viedä matkapuhelimessa näkyville internet-sivuille. Linkin kautta voi myös ladata tietoa tai ohjelmia matkapuhelimiin.

2.4.2.3 Personointi

Uusmedian avulla mediapalvelujen personointi on aikaisempaa helpompaa. Perinteisesti mediat ovat tuottaneet yhden tuotteen, joka on sitten monistettu usealle. Tähänkin asti median käyttäjät ovat voineet valita, mitä mediaa he käyttävät. Siten persoonallisia valintoja tehdään myös perinteisen median käytössä. Personoinnin avulla uusmedia voidaan automatisoida (Heinonen A 2002, 170). Esimerkiksi internet-sivujen automaattinen uutispalvelu voidaan personoida käyttäjälle sopivaksi. Kyseeseen voivat tulla esimerkiksi sähköpostiin tilattavat uutisviestit, joita lähetetään kun jotain omaan kiinnostuksen piiriin kuuluvaa tapahtuu. Samalla lailla matkapuhelimeen ladattuun uutispalveluun voi valita ne uutispalvelut, jotka kiinnostavat. Tällä hetkellä tekstiviestiuutisten tuottajat eivät juuri anna personoida palveluitaan, vaikka teknologia sen mahdollistaisi. Uutispalvelun tuottamia uutisia voi kuitenkin personoida oman matkapuhelimeensa.

2.4.2.4 Laitteiden monipuolistuminen

Uusmedian päätelaitteet monipuolistuvat. Yhä enemmän uusmediaa käytetään muualtakin kuin

tietokoneelta. Yhä useammin sisältöä pyritään tekemään alun alkaen useammille päätelaitteille (Heinonen A 2002, 170). Esimerkkinä voi olla uutissähkeen käyttö verkkolehdeissä, radiossa, tekstitelevisiossa ja matkapuhelimessa. Usein päätelaitteet ovat kuitenkin ristiriidassa keskenään ja esimerkiksi osa multimediareportaasin elementeistä ei toimi kaikissa päätelaitteissa.

Erityisesti matkapuhelimessa korostuu uusmedian paikkariippumattomuus ja -herkkyys. Niiden lisäksi kannettavilla tietokoneilla ja kämmentietokoneilla voi kytkeytyä tietoverkkoon eri paikoista. Aiemmin matkaradio ja -televisio ovat toimineet mukana kannettavina uutiskanavina. Uusissa laiteissa on edellisiin verrattuna vielä se etu, että ollessaan kytkettynä tietoverkkoon ne kertovat myös oman sijaintinsa. Sisällöt voivat olla sijaintiin perustuvia, kuten esimerkiksi paikallisuutiset yms. (Heinonen A 2002, 171).

2.4.2.5 Laajentunut aikajänne

Uusmedian ominaisuuksia on myös laajentunut aikajänne. Perinteinen joukkotiedotus on jakaantunut hitaampiin ja nopeampiin viestintäinstituutioihin. Radio ja televisio ovat nopeita, jopa reaaliaikaisia. Sen sijaan painetut mediat ilmestyvät jonkinlaisella viiveellä. Yhteistä näille kaikille on, se että ne ovat kertakäyttöisiä. Uusmedian tekninen perusta laajentaa aikajänneen. Esimerkiksi verkkojulkaisu on samaan aikaan tosiaikainen ja periaatteessa ikuinen. Bittimuotoisten tiedostojen arkistointi ja esimerkiksi lehtileikearkistoa on huomattavasti helpompi käsitellä kuin perinteistä paperiarkistoa (Heinonen A 2002, 171–172).

2.4.2.6 Vuorovaikutus

Verkkomaisuuden avulla uusmedia on vuorovaikutteista. Jakelukanavana oleva tietoverkko toimii myös paluukanavana. Vuorovaikutteisuuden vuoksi on entistä vähemmän ennalta määrätty, kuka on lähettäjä ja kuka vastaanottaja (Heinonen A 2002, 172). Esimerkiksi keskustelupalstoilla sisällön luovat yleensä lukijat.

2.4.2.7 Maailmanlaajuisuus

Viimeiseksi uusmedian viestinnälliseksi piirteeksi Heinonen näkee maailmanlaajuisuuden. Internetin ansiosta uusmedian digitaalisia sisältöjä voidaan jaella ja vastaanottaa maailmanlaajuisesti (Heinonen A 2002, 172). Matkapuhelimen avulla maailmanlaajuisuus korostuu entisestään. Nykyaikaiset

matkapuhelimet toimivat maailmanlaajuisesti, joten omaan puhelimeen personoidut palvelut kulkevat aina mukana. Tämän avulla kotimaisten uutisten seuraaminen ja vastaanottaminen onnistuu missä vain, aivan samalla lailla kuin kotona ollessa. Toisaalta kotonakaan ei tarvitse tyytyä vain kotimaisiin palveluihin vaan useita ulkomaalaisia palveluja voi tilata omaan puhelimeen.

2.4.3 Mobiilisuus eli liikuteltavuus

Matkapuhelimien merkittävänä ominaisuutena ja isona erona muihin medioihin pidetään niiden liikuteltavuutta eli niitä voi kuljettaa helposti mukana. Usein liikuteltavuudesta käytetään lainasanaa mobiilisuus. Näyttää siltä, että lähes kaikki mukana kannettavat asiat, jotka voidaan digitalisoida, ollaan tunkemassa matkapuhelimeen. Nykyaikaisesta matkapuhelimesta voi löytyä jo esimerkiksi laskin, herätyskello, kalenteri, muistikirja, radio, musiikkisoitin, televisio, kamera, nauhuri ja videokamera. Laitteita kutsutaan edelleen puhelimiksi, mutta kehittyneimmissä laitteissa puhelin on vain yksi ominaisuus muiden joukossa.

On hyvä muistaa, ettei matkapuhelin ole ainoa mukana kulkeva media. Esimerkiksi kannettava tietokone alkaa pian kilpailla matkapuhelimen kanssa. Toisaalta matkapuhelimen ominaisuudet mahdollistavat entistä useammin sen, että tietokonetta ei tarvita mukana, vaan saman voi tehdä puhelimellakin. Tällaisia tehtäviä ovat esimerkiksi sähköpostin käyttö, tiedon hankinta internetistä ja pankkiasioiden hoitamien. Matkapuhelimien ja tietokoneiden ominaisuudet lähenevätkin toisiaan (mm. Steinbock 2005).

Ennen tietotekniikkaakin media on kulkenut mukana. Matkaradio ja kannettava kasettisoitin ovat olleet mukana siinä missä nykyiset digitaaliset musiikkisoittimet ja matkapuhelimet. Vanhat matkatelevisiot ovat teknisesti selkeästi modernia matkapuhelinta jäljessä, kun puhutaan joustavasti liikkuvasta mediasta. Kömpelyydestään huolimatta matkatelevisio on kuitenkin mukana kuljetettava media.

Paperille painettu kirja ja lehti ovat jo vuosisatoja ollut erittäin liikuteltavia mediamuotoja. Tänä päivänä paperimedia kulkee medioista kaikkein parhaiten mukana. Esimerkiksi lentokoneissa elektronisten laitteiden käyttö on ainakin toistaiseksi rajoitettua, ja matkapuhelimen käyttö on kokonaan kielletty. Kirjan ja lehden etuna on myös niiden suhteellisen helppo saatavuus asutuilla alueilla. Uuden kirjan ja lehden voi ostaa halvalla. Toisaalta matkapuhelin edellyttää toimivaa verkkoa, jollaista ei kaikkialta harvaan asutuilta alueilta välttämättä löydy. Samoin pitkäkestoisinkin akku vaatii

latausta. Kirjalla ja sanomalehdellä ei tällaisia vajavuuksia ole. Hauraudestaan huolimatta kirja on käytännössä hajoamaton normaalissa käytössä. Elektroniikka sen sijaan hajoaa helposti.

Virve Peterin mukaan mobiiliudesta eli liikkuvuudesta on tullut uudella tavalla tiedostettu asia matkapuhelinten ja muiden kannettavien laitteiden myötä. Peterin (2006, 240) mukaan voi kysyä onko mobiiliuden tähdentäminen ja uusi tiedostaminen antanut myös uutta voimaa printtimedialle, jonka vahvuus niin ikään on liikuteltavuus.

Uudenlaisen liikuteltavuuden tiedostaminen voi sekä heikentää että vahvistaa matkapuhelimen mahdollisuuksia joukkotiedotusvälineenä. Tiedostamalla paperimedian vahvuudet käyttäjä voi kokea matkapuhelimeen saatavat sisältöpalvelut turhina. Toisaalta liikkuvuuden vaatimus voi lisätä vaatimuksia entistä monipuolisimmista palveluista. Paperimedian käyttö ei välttämättä syö digitaalisten sisältöjen käyttöä vaan lisää sitä. Samoin matkapuhelimen sisältöpalveluiden ahkera käyttö voi lisätä paperimedian käyttöä.

Kirjan ja lehtien vertaaminen matkapuhelimeen voi ensi kuulemalla tuntua kaukaiselta. Puuttuuhan paperimedialta valtavasti sellaisia ominaisuuksia, joita matkapuhelimella on. Huomioitavaa kuitenkin on, että matkapuhelinteknologian kehittyessä matkapuhelimen ominaisuudet saattavat kehittyä sellaisiksi, että ne voivat korvata paperin. Suuremmat ja kirkkaammat näytöt tekevät kirjojen ja lehtien lukemisesta helpompaa. Toisaalta kasvavan muistikapasiteetin avulla yhä suurempi tekstimäärä voidaan säilöä matkapuhelimeen. Tekstin ja kuvien lisäksi uuden teknologian myötä myös ääntä ja liikkuvaa kuvaa voidaan kuljettaa mukana.

Matkapuhelimien ominaisuuksista tärkein on sen tiedonsiirtokyky, jollaista ei ole millään muulla kannettavalla medialla, lukuun ottamatta tiedonsiirtotekniikalla varustettua kannettavaa tietokonetta. Nykyaikainen matkapuhelin toimii maailmanlaajuisestikin hyvin laajalla alueella ja sillä voi hakea ja välittää digitaalista sisältöä hyvin nopeasti esimerkiksi tekstiviestinä. Tähän ominaisuuteen olisi kiinnitettävä erityisen paljon huomiota, kun mietitään palveluita matkapuhelimeen. Tekstiviestiuutinen on hyvä esimerkki matkapuhelimen vahvuudesta. Lyhyt viesti välittyy nopeasti lähes tulkoon minne ja milloin vain.

2.5 Tekstiviesti, journalismi ja uutinen

Kun matkustajalentokone törmää pilvenpiirtäjään New Yorkissa, on kyse suuresta uutisesta. Jos tieto siitä saadaan ensi kertaa tekstiviestiuutisena, niin pienikin tiedon murunen koetaan arvokkaana. Jos viesti tulee vielä perinteisesti luotettavana pidetystä journalistisesta lähteestä, niin voidaan puhua myös journalistisesta uutisesta. Journalistin tehtävä on ollut seurata uutisvirtaa, huomata tärkeä uutinen, vahvistaa sen aitous, typistää viesti muutamaan lauseeseen ja julkaista se niin, että matkapuhelimeensa uutispalvelun tilannut saa uutisen mahdollisimman pikaisesti. Onnistuneesta uutistyöstä voidaan puhua, kun viestin vastaanottaja ei ole aiemmin kuullut uutista. Jos uutinen on jo tuttu, viestin vastaanotto on pelkkää ajan ja rahan hukkaa.

Tekstiviestiuutistoimittaja joutuukin ankaran kilpailun eteen. Median uusiutuessa yhä useampi uutislähde tarjoaa uutisia reaaliaikaisesti. Mitä useammin tekstiviestiuutisten tilaaja lukee uutisensa ensi kerran jostain muualta kuin tekstiviestipalvelustaan, sitä epäluotettavammaksi hän palvelun kokeen.

Tavallinen matkapuhelinkin, jossa on puhelimen lisäksi tekstiviestin lähetys- ja vastaanottopalvelu, on ainakin toistaiseksi uusmedia. Se on tietokoneen tapainen laite, joka toimii digitaalisessa verkossa. Se toimii usealla eri mediamuodolla eli vähintäänkin tekstinä ja äänenä. Uusimmat matkapuhelimet, joita kutsutaan multimediatietokoneiksi (Nokia 2006) ovat entistä monipuolisempia. Niissä ei ole pelkästään entistä parempia ominaisuuksia, kuten nopeita verkkoyhteyksiä ja kirkasta näyttöä median ja uutisten seuraamiseen. Ne ovat kameroineen myös itsessään laitteita, joilla uutta mediaa ja uutisia tehdään (mm. Gilmore 2003).

Median monipuolistuessa ja uusiutuessa on uutinen edelleen yksi median perustuotteista. Uusi media ei sinänsä muuta uutisen käsitettä. Perusvaatimukset, kuten uutisen tuoreus ja totuudenmukaisuus, pysyvät varmasti jatkossakin.

3 Viestintäteknologian kehitys

Nykyiset viestintäteknologiat perustuvat aikaisempiin keksintöihin. Viestiminen kuuluu ihmislajin perusominaisuuksiin ja se on ollut edellytys, että ihmiskunta on voinut kehittyä nykyisenlaiseksi. Tässä luvussa käydään läpi ihmiskunnan viestintäteknologian kehitystä aivan ihmiskunnan alusta lähtien. Merkittävin osuus tämän tutkimuksen kannalta on viimeisten vuosisatojen kehityksellä ja erityisesti sähköisen viestinnän kehityksellä, sillä se on luonut teknisen pohjan nykyiselle matkapuhelinviestinnälle. Ihmiskunnan pitkä historia viestijänä kertoo meille muun muassa sen, miten ja miksi nykyaikainen viestintäteknologia on kehittynyt nykyisenlaiseksi.

3.1 Puhetaidosta joukkoviestintään

Ihmiskunta on kulkenut pitkän matkan kehittäessään viestintäteknologiansa nykyisen kaltaiseksi. Kaarle Nordenstreng ja Margaretha Starck kertovat Aimo Ruususen toimittamassa kirjassa *Savitauluista satelliitteihin ja Media muuttuu* tiedonvälityksen historian käännekohdista: puhetaidon syntymisestä, piirros- ja kirjoitustaidon kehittymisestä, kirjapainotaidon myötä alkaneesta joukkoviestinnän eli joukkotiedotuksen ajan alusta ja lopulta nykyisen sähköisen tiedonvälityksen ajasta (Nordenstreng ja Starck 1992, 7).

Ihmisen kyky pärjätä monin tavoin muita lajeja fyysisiltä ominaisuuksiltaan heikompana on edellyttänyt viestimistä. Yhteisöllinen toiminta onnistuu ihmisten välisen viestinnän avulla. Yhteistoiminta edellytti puhekieltä ja käsitteellisten ilmausten syntyä. Puhetaidon kehittyminen on samanlainen kehittymisen muoto kuin työkalujen käyttöönotto. Kyky viestiä oli edellytys, että joukko pystyi hankkimaan elinkeinoa itselleen. Jotta suurriistan metsästäminen onnistui, metsästysporukkaa oli pystyttävä johtamaan käskyillä. (Nordenstreng ja Starck 1992, 8).

Ihmisyhteisöt kehittyivät keräilijä-saalistajista kohti yhä tiiviimpiä yhteisömuotoja. Vaikka organisoituja yhteisöjä ei vielä ollut olemassa, oli olemassa yhteisöjä, joissa tehtävät olivat jaettu. Kun yhteisön jäsenet vaeltelivat eri paikoissa, syntyi tarve yhteydenpitoon pitempien matkojen päähän. Tähän viestintään käytettiin rummutusta ja savumerkkejä. Yhteisö vietti talvet yhdessä, mutta kesäisin osa jäsenistä vaelteli karjan kanssa tai oli metsästävässä. Yhteisö ei ollut enää näkö- ja kuuloyhteyksien päässä toisistaan. Tämä loi tarpeen lähettiliikenteelle. Viestinviejä lähti kertomaan toiselle ryhmälle viestiä. Yhteisöjen kehittyessä siirryttiin tasa-arvoisuudesta yhteisön sisäiseen

arvojärjestelmään. Yhteisöjen johtajilla oli käsissään tiedotusyhteydet, sillä viestinviejät olivat päälliköiden palveluksessa (Nordenstreng ja Starck 1992, 10–11).

Yhteisöjen kasvaessa suuremmiksi ja eri klaanien ja joukkoiden keskittyessä asumaan suurempiin kyliin syntyi valtaa pitävä pappislaitos. Pappislaitos käytti pappiskieltä omassa viestinnässään. Suusanallisen viestinnän lisäksi viestit välittyivät myös piirroskuvien ja kulttiesineiden avulla. Piirroksista kehittyi myöhemmin kuvakirjoitus (Nordenstreng ja Starck 1992, 14).

Valtioistumisen myötä ihmisyhteisöt muuttuivat yhä epätasa-arvoisemmiksi. Valtaa pitävät papit kehittivät lakeja, joilla ihmisiä opastettiin elämään oikein. Lakien säilyttäminen edellytti kirjoitustaitoa. Tunnetuin esimerkki on savitauluihin piirretty Hamurabin laki Babyloniassa. Kirjoitustaitoa tarvittiin lakien lisäksi myös tilinpitoa varten. Monimutkaisen kaupunkiyhteisön hallitseminen olisi ollut vaikeaa ilman kirjoitustaitoa. Kirjoitustaito tehosti tiedonvälitystä myös maantieteellisesti, kun viestinviejien ei enää tarvinnut välittää viestejä muistinvaraisesti vaan he välittivät kirjoitettuja viestejä. Tämä lisäsi viestin monimutkaisuutta ja pituutta, kun unohtamisvaara poistui. Mullistavaa kirjoitustaidossa oli se, että sen avulla tiedon tradition siirtäminen onnistui kaikille yhteiskunnan jäsenille yli useiden sukupolvien (Nordenstreng ja Starck 1992, 16–17).

Rooman lähes tuhatvuotiseen imperiumiin syntyi laaja tiedonvälitysjärjestelmä. Suuren valtion hallinnointiin tarvittiin muun muassa postilaitos, joka oli kuitenkin vain valtion käytössä. Yksityishenkilöt välittivät kirjeitään yksityisten lähettien, kauppiaiden ja muiden matkaajien mukana. Yksityiskirjeiden lisäksi oli julkisia kirjeitä, joilla kerrottiin poliittisia mielipiteitä. Roomassa oli myös seiniin piirtäviä pilapiirtäjiä ja mainontaa. Roomalaiset harjoittivat kustannustoimintaa, jossa teokset saneltiin joukolla kirjoittavia orjia, jotka kirjoittivat sen papyruskääröihin. Valtio tiedotti asioista kuulutuksilla, joita luettiin ja asetettiin näkyville luettavaksi. Uutislehtisiä kehittyi Caesarin aikana, jolloin senaatin ja kansankokouksen tapahtumat kerrottiin yksityiskohtaisesti Acta Diurnalla (Nordenstreng ja Starck 1992, 20–22).

Rooman vallan hajottua ja Euroopan käännyttyä kristinuskoon hallinnollisesti pirstoutuneen maanosan yhdisti katollinen kirkko. Kirkko toimi kirjoitustaitoisten munkkiensa, nunnien ja pappien avulla Euroopan uutistoimistona kuljettaen uskonnollisten viestien lisäksi poliittisia ja kaupallisia viestejä. Tiedonvälityksen etuna oli latina, joka oli kaikkien maiden oppineiden yhteinen kieli. Luostarilaitoksen

synty 500-luvulla oli tärkeä osa kirjallisuuden harrastukselle ja tiedon säilyttämiselle. Luostarit jäljensivät antiikin kirjaharvinaisuuksia ja merkitsemään muistiin uusia tapahtumia. Luostareissa syntyi kirjoituskäärön tilalle koodeksi, joka on lukuisten kahtia taitettujen pergamenttiarkkien pino, eli nykyinen kirjan muoto. Uusi muoto helpotti tekstin eri kohtien merkitsemistä sivunumeroin ja löytämistä, kun kirjan pystyi avaamaan nopeasti, mistä kohtaa vain (Nordenstreng ja Starck 1992, 24–25).

Keskiajan jälkeen katollisen kirkon valta siirtyi yhä enemmän kaupan ja teollisuuden haltuun. Uskonpuhdistusten jälkeen raamatun sanomaa haluttiin levittää kansalle niiden omalla kielellä. Tämä edellytti lukutaidon leviämistä. Lukutaidon levitessä tieto levisi koko kansan omaisuudeksi. Lukijoiden määrän kasvaessa kirjeet ja käsikirjoitukset eivät enää riittäneet viestien välitykseen vaan tarvittiin tehokkaampi monistusmenetelmä eli kirjapaino (Nordenstreng ja Starck 1992, 27).

3.2 Sähköisen viestinnän kehitys

Sähköisen viestinnän kehittymistä käsitellään Brian Winstonin (1998) kirjassa *Media Technology and Society - A History: From the Telegraph to the Internet*.

3.2.1 Lennätin

Winstonin mukaan uudet teknologiat eivät kehity tyhjästä, vaan niiden keksimiseen vaaditaan tietynlaisia lähtökohtia. Winstonin mallissa teknologia kehittyy sosiaalisessa ympäristössään, jossa tieteellinen kokeilu ja kehitys luo pohjaa keksinnöille. Ideoinnin kautta tieteelliset keksinnöt muuntautuvat aluksi teknologioiden prototyypeiksi. Pelkkä teknologinen perusta ei kuitenkaan riitä. Sykäyksen prototyypistä eteenpäin teknologian diffuusioon suuremmalle yleisölle antaa sosiaalisen tarpeen synty (Winston 1998, 6). Esimerkiksi lennättimen tapauksessa tieteellisen pohjan loi 1700-luvulla sähkön keksiminen. Tarve viestien siirtämiselle nopeasti matkojen päähän oli rautateiden turvallisuuden lisääminen (Winston 1998, 23).

Sosiaalisen tarpeen syntyminen luo mahdollisuudet keksinnön tekemiselle. Koska harvoin mikään asia syntyy tyhjästä, usein onkin ollut niin, että samaa keksintöä ollaan oltu tekemässä useammassa paikassa samaan aikaan (Winston 1998, 9). Toisaalta hyväkin keksintö saattaa jäädä keksimättä tai sen läpimurto on voinut viivästyä. Tähän on Winstonin (1998, 11) mukaan syynä ns. vastavoimien laki eli

keksinnön etenemistä saattaa estää jo olemassa oleva tekniikka tai järjestelmä, jonka kilpailijaksi uusi teknologia tulisi. Uuteen tekniikkaan ei välttämättä haluta tai siihen ei nähdä tarpeelliseksi investoida. Syyt voivat olla poliittisia tai taloudellisia.

Joskus teknologia onnistuu murtautumaan vastavoimien läpi tuotantoon ja sitä kautta leviäminen yleisempään käyttöön. Tässä vaiheessa merkittävää on, että uusi keksintö synnyttää useimmiten uusia keksintöjä eli ns. spin-offeja, joista syntyy uusia teknologioita. Samalla osa uusista spin-offeista kuolee turhina pois (Winston 1998, 13). Lennätin tapauksessa uusi spin-off oli puhelin (Winston 1998, 20).

3.2.2 Puhelin

Puhelimen avulla puheen siirtäminen onnistui sähköisesti matkojen päähän. Sen sanotaan keksityn vuonna 1876. Yleisesti keksijänä pidetään yhdysvaltalaisesta Graham Belliä. Bellin keksintö levisi nopeasti, sillä jo seuraavana vuonna ensimmäiset puhelimet olivat Suomessakin. Ennen Bellin keksintöä ääntä oli koetettu siirtää erilaisilla menetelmillä jo vuosikymmenten ajan. Samaan aikaan Bellin kanssa toimivan järjestelmän keksimisestä kanssa kilpaili myös mm. Elisha Gray (Winston 1998, 30).

Puhelimen käyttötavat olivat selkeästi merkittävämmät kuin pelkkiä äänimerkkejä siirtävän lennätin. Siitä huolimatta lennätin oli yksi puhelimen vastavoima. Puhelimen tarve syntyiikin toimistoihin, kun nykyisenlaiset yritykset syntyivät Yhdysvalloissa. Uutistoimistot, pankit, yritykset ja virastot tarvitsivat puhelinta, sillä sen avulla nopea ja luotettava tiedonvälitys oli mahdollista (Winston 1998, 53). Varhaiset puhelimenkäyttäjät olivat vitsailun kohde aivan kuten ensimmäiset kännykänkäyttäjätkin yli sata vuotta myöhemmin (Pantzar 1996, 21). 1800-luvun lopussa puhelin oli ihmepelejä, mutta 2000-luvulle tultaessa siitä on tullut välttämättömyyshyödyke (Pantzar 1996, 23).

Puhelimen käyttö uutispalveluna ei ole ajatuksena uusi. Puhelimen leviämisen alkuvaiheessa ajateltiin yleisesti, että puhelimesta kehittyy joukkotiedotusväline. Suomessa kokeiltiin lankaradioita 1930-luvulla ja Budapestissa oli käytössä ns. uutispuhelin (Pantzar 1996, 25). Lankapuhelimesta ei kuitenkaan kehittynyt koskaan joukkotiedotusvälinettä. Nähtäväksi jää riittääkö digitaalisuus ja langattomuus nostamaan matkapuhelimen joukkotiedotusvälineeksi.

Puhelimella on valtava merkitys viestintäteknologian kehittymiseen myös spin-offeja kautta.

Merkittävän perustan se antaa muun muassa kaapelitekniikan ja tietoverkkojen kehittymiselle. Puhelimen seurauksena on saanut sykäyksen myös äänilevy, joka keksintönä loi nopeasti kokonaisen teollisuusalan. Äänilevyn kanssa alkoi pian kilpailla taas uusi viestintäteknologinen keksintö, radio (Winston 1998, 63–64).

3.2.3 Radio ja televisio

Winstonin mukaan radio on esimerkki keksinnöstä, joka oli jo keksitty, mutta jota ei oltu vielä tunnistettu. Siihen tarvittava teknologia oli olemassa ja radioaallot oli löydetty (Winston 1998, 67). Kuten useimmissa muissakin keksinnöissä, niin myös radiota oli keksimässä samaan aikaan monta toisistaan riippumatonta keksijää.

Langallinen lennätin toimi erinomaisesti maanpäällä, mutta maailman suurvaltojen laivastot olivat muuttumassa. Entisten purjelaivojen sijasta oli uudet laivat tehty raudasta ja ne kulkivat höyryvoimalla. Tämän vuoksi laivojen yhteydenpito lippusignaaleilla ei enää onnistunut entisellä tavalla, koska laivojen etäisyydet toisistaan kasvoivat (Winston 1998, 71). Langaton lähetin olisi ratkaisu. Samaan aikaan radiota testasi Guglielmo Marconi ja venäläinen A.V. Popov. 1900-luvun alussa radiot yleistyivät myös siviilimerenkulun käytössä. Merkittävä muutos tapahtui, kun langaton lennätin muutettiin laajalle levittäväksi joukkotiedotusvälineeksi, radioksi. 1900-luvun ensimmäisten vuosikymmenten aikana radio kasvoi nopeasti suureksi liiketoiminnaksi (Winston 1998, 74–75, 78).

Joukkoviestinnällisesti radio aloitti sähköisen massamedian. Viestintäteknologisesti merkittävää on se, että radioaalloilla toimivat myös televisiot ja matkapuhelimet, jotka molemmat ovat radion spin-offeja.

Perinteiseen kuvaputkitelevisioon skannataan elektronisuihkua, joka piirtää näkyvän kuvan pienillä pisteillä. Televisio vastaanottaa radioaalloilla kuvaa ja ääntä. Television toimintatapa esiteltiin ensi kertaa vuonna 1911 (Winston 1998, 101). Ensimmäisenä televisiolähetyksiä oli Saksassa vuonna 1934. Ennen toista maailmansotaa televisio oli vielä kuvan laadultaan niin heikko, että siitä ei ollut vielä joukkoviestimeksi. Television aika koitti vasta 1950-luvulla. Winstonin mukaan television valloituksen alkukipinän syynä oli ylimääräinen kapasiteetti elektroniikkateollisuudessa toisen maailmansodan jälkeen. Tämä mahdollisti kohtuuhintaisten televisioiden valmistamisen, jonka ansiosta televisio ohitti radion urbaanien massojen ykkösmedian (Winston 1998, 111).

3.2.4 Tietokone

1990-luvulla on tietokone mullistanut viestintäteknologian. Kuten aiemmin totesimme, tietokone on välttämätön laite, kun puhumme tämän päivän uusmediasta.

Tietokone ei kuitenkaan ole mikään uusi laite tai ajatus. Tietokoneen historia ulottuu aina 1600-luvulle asti. Winstonin lisäksi tästä on kirjoittanut muun muassa Martin Davis (2000), jonka kirjassa *Tietokoneen esihistoria* käsitellään tietokoneen syntymiselle vaadittavan osaamisen kehittymistä matemaatikko G.W. Leibnizin oivalluksista 1600-luvulta Turingin koneeseen eli ensimmäiseen tietokoneen teoreettiseen malliin 1930-luvulla.

Tietokoneen historia on laskemisen historiaa, sillä nykyaikainenkaan tietokone ei ole juuri muuta kuin hyvin nopea laskukone. Perinteiseen laskukoneeseen verrattuna sillä on kuitenkin ylivoimainen etu eli ohjelmoitavuus. Ohjelmoitavuuden ansiosta tietokonetta voi käyttää lukusiin erilaisiin töihin. Aina yksikertaisista yhteenlaskuista kuvankäsittelyyn ja jopa melko pitkälle vietyihin tekoälyihin, joita on esimerkiksi tietokonepeleissä. Yksinkertaisella binaarijärjestelmällään tietokone on yksi eniten teollisuusmaiden ihmisten elämään vaikuttaneista laitteista. Eräänlainen moderni höyrykone siis.

Toisen maailmansodan aikana armeijat tarvitsivat valtavan määrän tulenjohtotaulukoita, joiden avulla laskettiin tykkien ammusten ballistinen rata. Taulukoita tarvittiin niin paljon, että niitä laskemaan kehitettiin Eniac, joka on ensimmäinen yhdysvaltalainen yleiskäyttöinen elektroninen tietokone (Winston 1998, 166).

Tietokoneen kehittyminen tehokkaista laskimista kohti nykyistä joka paikkaan tunkeutunutta laitetta sai merkittävän lisävauhdittajan toisen maailman sodan jälkeisestä asevarustelusta ja massiivisten vetypommien kehittämisestä (Winston 1998, 178). Aluksi tietokoneiden ei uskottu yleistyvän vaan niiden uskottiin jäävän vain muutamaaan kappaleeseen. Yhtenä syynä oli niiden kallis hinta ja suuri koko. Esimerkiksi tietotekniikkayhtiö IBM:n johtaja Thomas Watsonin väitetään sanoneen vuonna 1940, että tietokoneiden maailmanmarkkinoilla on tilaa ehkä viidelle koneelle (Pantzar 1996, 9). Puolijohteiden ja muun teknisen kehityksen sekä massavalmistuksen myötä tietokoneiden määrä on kuitenkin kasvanut huimaavalla vauhdilla. Tietokoneet alkoivat yleistyä 1980-luvulla ja Worldwatch-instituutin *Maailman tila 2004* -raportin mukaan tietokoneiden määrä kasvoi vuodesta 1988 vuoteen

2002 105 miljoonasta puoleen miljardiin (Worldwatch 2004, 70).

3.2.5 Verkkojen synty

Internet on tietokoneiden verkko. Lennätin ei toiminut verkkona. Viesti lähetettiin yhdestä paikasta toiseen. Sen jälkeen viesti vietiin jalkaisin perille. Ajatus viestintäverkosta oli muun muassa puhelimen keksijäksi nimetyllä Bellillä (Winston 1998, 243).

Yhdysvallat ja Eurooppa kytkettiin toisiinsa lennätinkaapelilla vuonna 1866. Asialla oli nuorella iällä eläkkeelle siirtynyt Cyrus Field (Winston 1998, 245). Vuonna 1875 perustettu Bell Company tarjosi kahden toisiinsa kytketyn puhelimen järjestelmää. Vuonna 1878 alettiin jo miettiä puhelinverkkoa, jossa vastaanottajia voisi olla useampia.

Aluksi puhelut tehtiin operaattorin välityksellä. Myöhemmin mukaan tulivat puhelinnumerot. Vuoden 1880 lopulla suurissa Yhdysvaltalaisissa kaupungeissa oli lähes kaikissa puhelinverkko. Vuonna 1884 perustettiin puhelinyhtiö AT&T, joka veti puhelinlinjat myös kaupunkien välille (Winston 1998, 249).

1890-luvulla puhelinjärjestelmät olivat levinneet ympäri maailmaa. Tässä vaiheessa näkyi myös hinnoittelun vaikutus puhelimen levinneisyyteen. Yhdysvalloissa, jossa Bellillä oli käytännössä monopoli, hinnat olivat moninkertaiset Eurooppaan nähden. Esimerkiksi Pariisissa ja Tukholmassa hinnat olivat viisi kertaa halvemmat kuin Washingtonissa. Pariisissa puhelinoperaattorin omisti valtio ja Tukholmassa omistus oli käyttäjillä. Tukholmassa oli viisinkertainen määrä puhelimia sataa henkilöä kohden verrattuna Washingtoniin (Winston 1998, 253). Ruotsissa, Suomessa ja Yhdysvalloissa puhelimien kotikäyttö yleisty melko varhain verrattuna muuhun maailmaan (Pantzar 1996, 22). Puhelimet kuitenkin yleistyivät nopeammin Yhdysvalloissa, sillä Euroopassa puhelimet eivät olleet niin yleisiä kaupunkien ulkopuolella. Vuonna 1900 Yhdysvalloissa oli puhelimia yksi jokaista kuutta asukasta kohden. Ruotsissa, jossa penetraatio oli Euroopan suurinta, oli yksi puhelin jokaista 112 ihmistä kohden. Ruotsissa valtio kannusti perustamaan paikallisia puhelinyhtiöitä. Kaukopuhelinlinjat sen sijaan rakensi valtionyhtiö (Winston 1998, 254).

Radiot toimivat aluksi alueellisesti. Valtakunnallisen verkon vaatimuksena olivat toimivat maalinjat, joita pitkin lähetykset voitiin linkittää eri puolilla maata oleviin lähetyksasemiin. Maalinjat olivat puhelinyhtiö AT&T:n hallussa. Tämän vuoksi puhelinyhtiö oli mukana myös radiotoiminnassa

Yhdysvalloissa. (Winston 1998, 261). Myöhemmin samojen 1800-luvulla perustettujen puhelinyhtiöiden liiketoiminta on laajentunut internet-yhteyksien ja matkapuhelinpalvelujen tarjontaan. Useimmilla puhelinyhtiöille matkapuhelin- ja internet-yhteydet ovat nousseet selvästi vanhaa kiinteän puhelinverkon toimintaa merkittävämmäksi. Samalla useat puhelinyhtiöt ovat laajentaneet palvelujaan myös digitaalisen sisällön jakeluun ja jopa tuottamiseen.

3.2.6 Internet

Internetin historiasta on kirjoitettu lukuisia kirjoja. Internetistä löytyy kattava tietopaketti internetin toimimisesta ja historiasta Internet Societyn (ISOC) sivuilta (Leiner et al. 2000). ISOCin tietopaketin tekee mielenkiintoiseksi erityisesti se, että sen tekijät ovat olleet avainasemassa internetin kehittämisessä.

Internetin edeltäjä oli ARPANET-verkko, jonka teki yhdysvaltalainen Advanced Research Projects Agency syyskuussa 1969. ARPA oli 1958 perustettu puolustusministeriön osasto, jonka tarkoitus oli käyttää erilaisia tutkimusresursseja Yhdysvaltojen asevoimien tehostamiseksi Neuvostoliittoa vastaan. ARPAn perustamisen taustalla on Neuvostoliiton onnistunut Sputnik-laukaisu vuonna 1957. ARPANET oli vain pieni osa kehitteillä olevista asioista (Castells 2001, 10).

ARPANETin tiedonsiirtotekniikka oli pakettikytkentäistä. Toisin sanoen tieto siirtyi pienempiin osiin hajotettuina. Tiedon siirto onnistui eri reittejä pitkin, eikä tiedonsiirron onnistuminen ollut kiinni yksittäisestä verkon kohdasta. Toisaalta verkkomaisen tiedonsiirtojärjestelmän tuhoaminen on hankalampaa kuin yhden kaapelin. Pakettikytkentäinen tiedonsiirto kehitettiinkin alun perin turvaamaan Yhdysvaltojen armeijan viestintä ydinsodan sattuessa. ARPANETin ajatuksena sen sijaan oli keino jakaa tutkimuslaitosten tietoa helpommin (Castells 2001, 10).

Myöhemmin ARPANETiin alettiin liittää muita tietoverkkoja, jolloin syntyi verkkojen verkko. Vuonna 1978 päästiin yksimielisyyteen uudesta avoimesta TCP/IP-standardista. Tämä protokolla on nykyäänkin käytössä oleva internetin yhteysprotokolla (Castells 2001, 11). Järjestelmän avoimuus sai aikaan sen, että verkkoon pystyi kytkeytymään kuka tahansa sopivan tietotaidon ja laitteiston omaava.

Vuonna 1983 ARPANET jaettiin kahteen osaa. MILNET oli ainoastaan puolustusviranomaisten käytössä ja ARPANET INTERNET yliopistojen käytössä. Myöhemmin tästä ARPANET

INTERNETistä muodostui nykyinen internet. Vuonna 1984 US National Science Foundation otti ARPANET INTERNETin oman verkkonsa NSFNETin rungoksi. Vuonna 1990 ARPANET INTERNETiä aloitettiin yksityistämään. Yksityistämisen myötä internetyhteyksiä tarjoavat yritykset yleistyivät. Yritykset perustivat omia verkkojaan ja yhdyskäytäviään verkkoihin (Castells 2001, 11–12).

Internetin käyttö yleisty huimaa vauhtia vuosituhatlasken loppua kohden mentäessä. Vuoden 1995 lopussa oli noin 16 miljoonaa internetin käyttäjää. Vuoden 2001 alussa oli yli 400 miljoonaa käyttäjää. (Castells 2001, 3). Vuonna 2006 internetiä käytti jo lähes 700 miljoonaa ihmistä (Comscore Networks 2006).

Winston muistuttaa, että internet on vain yksi uusi verkko muiden jo aiemmin kehitettyjen verkkojen lailla. Sen vallankumouksellisuus ja sosiaaliset vaikutukset ovat yhtä perustavanlaatuisia ja yhtä vähän vallankumouksellisia kuin esimerkiksi puhelinverkon. (Winston 1998, 321.)

Vuonna 1990 CERN-tutkijana toiminut Tim Berners-Lee kehitti world wide webin eli www:n. Berners-Leen hypertextijärjestelmän avulla verkkosivuja voi linkittää toisiinsa. Tämä ominaisuus on tehnyt internetistä nykyisen kaltaisen. Berners-Leen kehittämät HTTP, HTML ja URL mahdollistavat tiedon joustavan jaon internetissä (Castells 2001, 15). Myöhemmin www innoitti useita kaupallisia toimijoita kehittämään omia www-selaimiaan. Näistä tunnetuimpia ovat Netscape ja Internet Explorer (Castells 2001, 16).

3.2.7 Matkapuhelin viestintäteknologian kehityksen jatkumona

Nyky aikaista matkapuhelinta voi pitää viestintäteknologian viimeisempänä kehitysasteena. Tekniseltä haastavuudeltaan voi olla käytössä korkeampitasoisia tekniikoita, mutta monipuolisuus ja suhteellisen alhaiset tuotantokustannukset ovat tehneet matkapuhelimesta laitteen, joka on mullistanut ihmisten viestinnän. Länsimaissa ja yhä enemmän myös kehittyvissä maissa matkapuhelimen vaikutus on niin suuri, että se vaikuttaa merkittävästi ihmisten tapaan elää. Esimerkiksi matkapuhelin on niin yleinen, että sen voi olettaa löytyvän kaikilta. Vaikutusta voi miettiä ajatusleikkinä rikoskirjallisuudesta. Rikoskirjailijan on nykyään huomioitava matkapuhelin juonia punoessaan.

Matkapuhelimen tekniikan perusteet ovat lennättimessä. Pohjimmiltaan matkapuhelimessa on kysymys tiedon siirtämisestä radioaaltoja pitkin. Kehitys on edennyt pitkälle ensimmäisistä radioista, mutta edelleen kyse on radioaaltojen hyväksikäytöstä. Matkapuhelimien toimiminen ja niiden käytön mielekkyys perustuu kattaviin verkkoihin. Aivan kuten lankaverkkoihin perustuvan puhelimen kasvaa matkapuhelimenkin hyöty sitä mukaan, mitä laajemmalla alueella sitä voi käyttää. Johdoista ja kaapeleista tehdyt verkot ovat vain muuttuneet radioaaltoja välittäviksi linkeiksi.

Kaikkein kehittyneimmät matkapuhelinmallit alkavat lähentelemään tehokkuudeltaan muutaman vuoden takaisia kotitietokoneita. Matkapuhelin on yhä enemmän myös tietokone ja sillä pystytään jatkossa tekemään myös sellaisia asioita, mitä on totuttu tekemään tietokoneella. Tällaisia voivat olla esimerkiksi valokuvien ja videoiden muokkaus.

Internetin käyttö matkapuhelimella onnistuu jo. Käytön voi odottaa yleistyvän jatkossa lisää. Pikkuhiljaa internetin käytön yleistyessä matkapuhelimilla myös palveluiden määrä kasvaa.

Uutena ominaisuutena matkapuhelimiin on tulossa satelliittipaikannus. Sen tuomia mahdollisuuksia viestintäteknologian kehityksenä ei ole vielä nähty. Onkin odotettavissa, että jatkossa matkapuhelin on se teknologia, joka vie eteenpäin uusia viestintätapoja. Merkittävässä roolissa on matkapuhelimien ja tietokoneiden yhteiskäytön lisääntyminen.

Näköpiirissä on, että useat ihmisen mukanaan kantamista laitteista yhdistyvät matkapuhelimeen. Tällä hetkellä esimerkiksi kello ja kalenteri ovat jo ahdettu matkapuhelimeen. Sen lisäksi kamera, videokamera ja musiikkisoitin ovat mukana useimmissa puhelimissa. Seuraavaksi yleistyvät gps-paikantimet. Matkapuhelin voi jatkossa korvata myös esimerkiksi lompakon ja luottokortin.

Radioteknologian kehittyessä tiedonsiirtonopeudet kasvavat. Samaan aikaan muu teknologia käy entistä tehokkaammaksi ja pienemmäksi. Se voi tarkoittaa, että matkapuhelinteknologia muuttuu entistä näkymättömämmäksi ja itsenäisemmin taustalla toimivaksi. Tämä muuttaa edelleen tapamme elää. Hurjimmissa ajatuksissa tiedonsaanti voi muuttua samanlaiseksi tiedostamattomaksi perustoiminnoksi kuin hengittäminen.

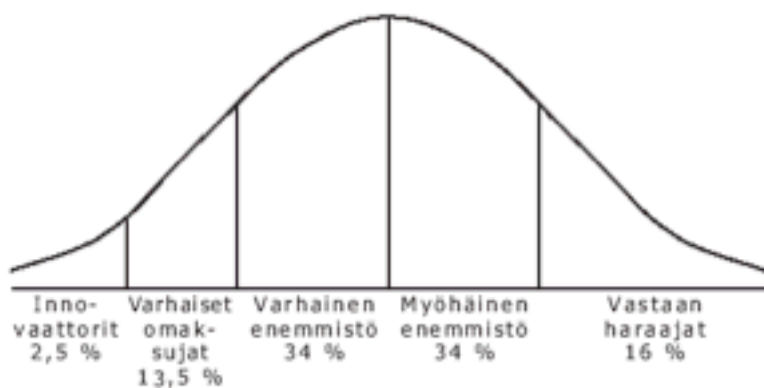
4 Teknologian käyttöönotto

Uusien teknologioiden käyttöönotossa ei sinänsä ole mitään uutta. Ihmisten maailma teknologisoituu koko ajan lisää aivan samalla tavalla kuin se on tehnyt jo vuosituhansien ajan. Teknologioiden käytön yleistyminen noudattaa yleensä tietynlaista kaavaa, jossa ratkaisevassa roolissa on se, että erilaiset ihmiset suhtautuvat erilailla uusiin teknologioihin. Tuotteiden ja palveluiden hyödyllisyys ja käytettävyys ovat yksi osa siitä, miten hyvin joku palvelu lyö läpi.

4.1 Innovaattoreista vastaanharaajiin

Matkapuhelin vakiintui alle kymmenessä vuodessa lähes kaikkien teollisuusmaiden kansalaisten vakiovarusteeksi. Tällä hetkellä näyttää, että myös iso osa kehittyvien maiden kansalaisista hankkii matkapuhelimen. Monille matkapuhelin on ensimmäinen puhelin, minkä he koskaan hankkivat. Teknologian käyttöönoton teorioihin tutustumalla huomaa, että matkapuhelimet ovat yleistyneet käytössä samalla lailla kuin useimmat muutkin teknologiat. Odotettavissa on, että myös matkapuhelinpalveluiden käyttöönotto tapahtuu saman kaavan mukaan.

Everett M. Rogers (1995) (kuvio 1) on kuvannut uusien innovaatioiden leviämistä siten, että ensin uusien ideoiden mahdollisuuksista kiinnostuvat uskaliaat innovaattorit. Uskaliaat innovaattorit ovat niitä, jotka innokkaasti tarttuvat uusiin teknologioihin ja kokeilevat niitä usein pelkästään kokeilemisen riemun vuoksi. He ovat hyvin pieni ryhmä, joka aivan aluksi kokeilee uusia teknologioita. Heille teknologian ei tarvitse olla vielä edes valmis, vaan he ovat valmiit kehittämään sitä eteenpäin.



Kuvio 1: Rogersin innovaatioiden omaksumistyytit (1995).

Innovaattoreita seuraa varhaiset omaksujat, jotka tarkistavat innovaatioiden toimivuuden. Heidän

hyväksyntänsä vakuuttaa muut innovaation pariin. Suurin osa ihmisistä ei arvioi uutuutta tieteellisen tiedon tai asiantuntijoiden mielipiteiden pohjalta, vaan he luottavat uutuuden omaksuneiden vertaisten arvioon (Rogers 1995, 36).

Innovaattoreita ja varhaisia omaksujia seuraa varhainen enemmistö, joka kokeilee mielellään uusia asioita, mutta harkitsee aikaisempia ryhmiä kauemmin.

Myöhäinen enemmistö puolestaan valitsee innovaatiot käyttöön taloudellisista hyödyistä tai yhteisön painostuksesta. He eivät siedä epävarmuutta innovaatioissa, eivätkä ole valmiita ottamaan riskejä toimimattoman innovaation suhteen. Vastanharaajat ottavat innovaatiot viimeisenä käyttöön, jos edes ottavat. He tekevät päätökset aikaisempien valintojen mukaan ja ovat epäluuloisia muutoksen suhteen (Rogers 1995, 263–268).

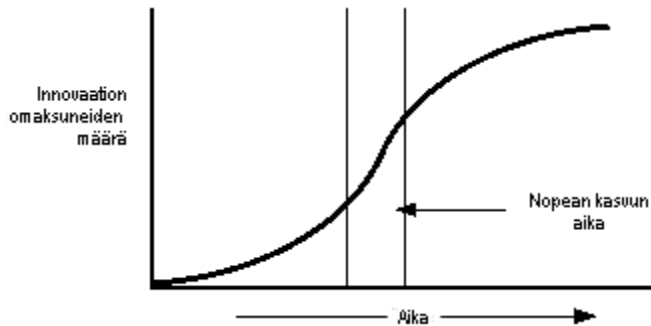
Teknologian käyttöönottoa arvioitaessa on syytä muistaa, että eri teknologioiden käyttöönotossa henkilön jäsenyys edellä mainituissa ryhmissä voi vaihdella. Esimerkiksi uusien digitaalisten laitteiden käyttöönotossa nuori kaupunkilainen ja tietotekniikasta kiinnostunut henkilö voi olla aivan ensimmäisten käyttöönottajien joukossa. Sen sijaan kun kyseessä on esimerkiksi puutarhanhoitoon liittyvä teknologia, voi olla, ettei hän koskaan ota sitä käyttöön.

Teknologian käyttöönottoon voivat vaikuttaa myös aikaisemmin hankitut teknologiat. Esimerkiksi henkilö, joka ei ole hankkinut autoa tuskin hankkii autoiluun liittyvää teknologiaa. Toinen jarruttava tekijä on hinta. Korkea hinta vähentää innovaattoreiden ja varhaisten omaksujien kiinnostusta teknologiaan. Se myös vaikeuttaa teknologian yleistymistä enemmistöjen käyttöön.

4.2 Teknologian kehityksen neljä askelta

Kari A. Hintikka vertaa Suomen itsenäisyyden juhlarahaston keskustelujulkaisussa yksittäisen teknologian ja innovaation elinkaarta biologisen luontokappaleen elinkaareen. Innovaatiota kehitetään aiheesta kypsäksi, kunnes se lisääntyy, jakaantuu, mutatoituu ja lopulta kuolee pois. Jos innovaatio on eristyksissä muusta maailmasta, kehitys on hidasta. Aivan kuten luonnollisessa evoluutiossa. Monipuoliset lajit ja kilpailu elintilasta, teknologian tapauksessa markkinoista, kiihdyttävät kehitystä ja uusien risteytysten eli hybridien määrää. Liian monimutkaiset ja raskaat innovaatiot eivät pääse edes kehitysvaiheesta markkinoille ja vain sopeutumiskykyiset pärjäävät. (Hintikka 1999, 7.)

Omaksuminen esitetään usein S-käyränä (kuvio 2), jossa innovaation omaksuneiden määrä kasvaa ajan myötä. S-kuvio syntyy siitä, että hitaahkon alun jälkeen seuraa nopean kasvun vaihe, joka kuitenkin myöhemmin hidastuu.



Kuvio 2: Innovaatioiden omaksujien määrän kehitys (Hintikka 1999)

Innovaatioiden ja uusien palveluiden suosion kasvu voidaan jakaa neljään vaiheeseen: alkuvaihe, nousuvaihe, kypsyminen ja kylläntyminen. Alkuvaiheessa innovaatiota kehitetään ilman standardeja ja kehittelyuudistukset tehdään nopeasti. Nousuvaiheessa eri vaihtoehtoja alkaa karsiutua, suunnittelu lisääntyy, laatu kohenee ja luotettavuuden merkitys nousee. Kypsymisvaiheessa innovaatio valtaa massamarkkinat ja siitä tulee standardi. Kylläntymisvaiheessa tuotedifferointi vähenee ja alkaa hintasota (Hintikka 1999, 8).

Teknologian käyttöönotossa on kuitenkin muistettava, että optimaalisin teknologia ei aina voita. Kuitenkin paluu aikaisemmin vaihtoehtona olleeseen, mutta syrjäytyneeseen teknologiaan, voi olla mahdotonta. Tällainen on esimerkiksi bensiinimoottori, josta on tullut vallitseva teknologia (Pantzar 1996, 65). Autojen kehityksen alkuvaiheessa muitakin vaihtoehtoja moottoriksi oli, kuten esimerkiksi sähkömoottori. Viimeaikainen teknologian kehitys, ilmastonmuutos ja öljyn hinnan kallistuminen ovat vaikuttaneet siihen, että maa- ja biokaasu sekä etanoli ovat nousseet keskusteluun vaihtoehtona bensiinille. Näiden mahdollisesti parempien tekniikoiden esteenä on kuitenkin nykyinen valtava autokanta ja olemassa oleva polttoaineen jakeluverkosto. Myöskään välttämättömyys ei useinkaan ole keksinnön takana. Usein keksinnöillä ei ole ollut mitään tarvetta siinä vaiheessa, kun keksintö on tehty. Esimerkkeinä voi sanoa auton, television, vessapaperin ja puhelimen (Pantzar 1996, 60).

Matkapuhelintekniikka on tällä hetkellä varsin kypsässä vaiheessa. Länsimaissa voitaneen jo puheluiden kohdalla puhua kylläntymisvaiheesta. Sen sijaan matkapuhelimien lisäpalvelut, kuten uutispalvelut eivät ole nousseet vielä nousuvaihetta korkeammalle, vaikka niistä on puhuttu jo usean vuoden ajan.

5 Aineistot ja menetelmät

Tässä luvussa käsitellään tutkimusmenetelmiäni, joiden avulla koetan selvittää matkapuhelimen mahdollisuuksia uutisvälineenä kirjallisuuden ja tekstiviestiuutisten käyttäjien kokemusten perusteella.

Tutkimuksessa on yksi tutkimuskysymys: kuinka matkapuhelin soveltuu uutisvälineeksi. Kysymykseen haetaan vastausta kahdella aineistolla ja menetelmällä. Ensiksi aihetta käsitellään kirjallisuuden lähiluvulla. Kirjallisuudesta etsitään erilaisia myötä- ja vasta-argumentteja matkapuhelimen mahdollisuuksista toimia kanavana uutisille tai muille journalistisille tuotteille. Lähiluvussa nojataan aikaisemmissa luvuissa kerrottuihin käsitteisiin, teknologian käyttöönoton mekanismeihin ja viestintäteknologian kehittymiseen.

Luvussa 3 käsitelty viestintäteknologian kehittymisen historia kertoi, että nykytekniikan kehittymiselle on olemassa pitkä historia. Matkapuhelimeen ja muihin uusiin viestintäteknologioihin ei tule suhtautua niin, että ne olisivat jotain aivan uutta ja siksi mullistavia. Ennemmin kannattaa huomioida, että niiden historia perustuu aikaisemmin kehitettyihin teknologioihin, joista moni on ollut kulttuuria mullistava syntyessään ja sulautuessaan käyttööme vuosikymmenten kuluessa (mm. Winston 1998).

Luvussa 4 käsitellyt teknologian käyttöönoton teoriat kertovat sen, että uusien laitteiden ja palvelujen käyttöönotossa on olemassa tietynlainen malli. Luvussa 6.1. käydään läpi matkapuhelimen käyttötutkimuksia, joiden avulla mietitään mitkä mahdollisuudet matkapuhelimen uutispalvelulla on nousta varhaisten omaksujien käyttämästä palvelusta massojen käyttöön. Luvussa 6.2 käydään läpi matkapuhelintekniikoita ja sitä kautta pohdin matkapuhelimen nykyisiä ja tulevia ominaisuuksia uutisvälineen näkökulmasta.

Kirjallisuuden lisäksi tarkastelen aihepiiriä teemahaastatteluilla. Haastateltuina on ollut 12 tekstiviestiuutisten tilaajaa, jotka ovat kaikki myös erittäin aktiivisia matkapuhelimen ja median käyttäjiä. Haastattelututkimuksen avulla etsin syitä tekstiviestiuutisten tilaamiseen ja sitä kautta mietin matkapuhelimen mahdollisuuksia uutisvälineenä. Tutkimuksen taustalla on käyttötarkoitustutkimus, joka etsii syitä siihen, mitä ihmiset tekevät viestimillä.

5.1 Käsitelty kirjallisuus

Kirjallisuudessa tärkeimpänä lähteenä ovat olleet Eija-Liisa Kasesniemen ja Pirjo Rautiaisen matkapuhelimien käyttötutkimus sekä Dan Steinbockin matkapuhelinpalveluja käsittelevä kirja.

Kasesniemen ja Rautiaisen tutkimusraportti *Kännyssä piilevät sanomat* (2001) tarkastelee nuorten matkapuhelimen käyttöä laajassa vuonna 1997 alkaneessa ja usean vuoden ajan kestäneessä kenttätutkimuksessa. Se on yksi merkittävimmistä matkapuhelimien käyttötutkimuksista. Steinbockin kirja *The Mobile Revolution* (2005) on 80 mobiilialan johtohenkilöiden syvähaastatteluista tehty kirja, jossa käsitellään matkapuhelinpalveluiden leviämistä ympäri maailmaa.

Edellä mainittujen lisäksi tutkimuksessa viitataan useaan muuhun tutkimukseen ja kirjoitukseen. Tarkastelen taloustoimittaja Hannu Sokalan matkapuhelimen kehitystä käsittelevää kirjaa (2002) ja hongkongilaisten tutkijoiden Lois Leungin ja Ran Wein käyttötarkoitustutkimus hongkongilaisten puhelimen käyttäjistä. Aivan ensimmäisiä matkapuhelinvideoita koskevista tutkimuksista kerrotaan Kuluttajatutkimuksen julkaisussa (Pantzar et al, 2003). Matkapuhelimia ja niihin liittyvää paikkariippumattomuutta on pohdittu tutkija Timo Kopomaan (2000) ja Ray Oldenburgin (1991) näkökulmasta.

Haastattelututkimuksen pohjana olevaan käyttötarkoitustutkimuksen teoriaan olen tutustunut Veikko Pietilän (1997) ja Denis McQuailin (2000) kirjoista.

5.2 Käyttötarkoitustutkimuksen teorioita

Käyttötarkoitustutkimuksella (uses and gratifications) koetetaan vastata kysymykseen "mitä ihmiset tekevät viestimillä" (Pietilä 1997, 194). Käyttötarkoitustutkimuksen ajatuksena on, että ihmiset ovat aktiivisia median käyttäjiä. Ajatus käänsi 1940-luvulla tiedotustutkimuksen näkökulman pääläelleen. Aiemmin oli mietitty "kuka sanoo mitä minkä kanavan välityksellä kenelle ja millä vaikutuksella" (Pietilä 1997, 163). Nyt kysymys aseteltiin uudelleen: "Kuka käyttää kenenkin laatimia mitään sanomia mistäkin viestimistä missäkin tarkoituksessa" (Pietilä 1997, 194).

Käyttötarkoitustutkimuksessa etsitään syitä, miksi ihmiset käyttävät viestimiä. Ensimmäinen tutkimus on 1940-luvulta, jolloin tutkittiin kotiaiteja, jotka kuuntelivat päivisin saippuaopperoiksi kutsuttuja

radiokuunnelmia. Tutkijat huomasivat, että naiset saivat paljon muutakin kuin ajankulua tyhjänpäiväisinä pidetyistä kuunnelmista. Selvisi, että he saivat kuunnelmista käytännön neuvoja, kannustusta elämään, roolimalleja ja kanavan tunteiden purkamiseen. Myös sanomalehtien lukijoita tutkittaessa on huomattu, ettei kyse ole vain tiedon hankkimisesta, vaan myös turvallisuuden hakemisesta ja keskusteluaiheiden löytämisestä (McQuail 2000, 387).

McQuail, yhdessä muiden tutkijoiden kanssa, tutki 1970-luvulla useita eri radio- ja TV-ohjelmia Britanniassa. Tutkimusten tuloksena löytyi neljä tärkeää syytä miksi ihmiset käyttävät viestimiä:

- 1) rentoutuminen (pako rutiineista ja päivän ongelmista, tunteiden laukaiseminen ja kokeminen),
- 2) henkilökohtaiset suhteet (media on seurana, hyvä puheenaihe),
- 3) oma identiteetti (oman elämän ongelmien työstäminen, oman elämän ymmärtäminen, arvojen vahvistaminen),
- 4) tiedonhankinta. (McQuail 2000, 388.)

Psykologisemman version yleisön motivaatiosta teki McQuailin mukaan McGuire. McGuiren ajatus perustuu yleiseen teoriaan ihmisten tarpeista. Hän jakoi tarpeet ensin kognitiivisiin ja vaikuttaviin tarpeisiin. Sitten hän lisäsi kolme muuta näkökulmaa: aktiivinen vastaan passiivinen aloitteellisuus, sisäiset vastaan ulkoiset tavoitteet ja muutostavoitteet vastaan vakauden tavoittelu. Kun nämä tekijät yhdistellään, saadaan 16 eri tyyppistä motivaatiota. Esimerkiksi sanomalehden lukija, joka lukee aamun lehden varmistaakseen että maailma pyörii edelleen paikallaan, on kognitiivisesti ja aktiivisesti sisäistä vakautta tavoitteleva. (McQuail 2000, 388.)

5.2.1 Kritiikki

Käyttötarkoitustutkimusta funktionalismina pitävät ovat kritisoineet sitä funktionalismin perustein eli teoria pitää vallitsevia oloja tukevia seikkoja funktionalistisina ja oloja horjuttavia seikkoja dysfunktionalistisina (Pietilä 1997, 200, 210). Toisaalta käyttötarkoitustutkimus ei ole aina funktionalismia, koska käyttötarkoitukset eivät kuvaa käytön seurauksia yksilön tarvejärjestelmälle tai sille mihin hän pyrkii (Pietilä 1997, 201).

Käyttötarkoitustutkimus ei myöskään ole tuottanut paljoa onnistuneita ennustuksia tai kausaalisia selityksiä median valinnasta ja käytöstä. Huonon ennustettavuuden syynä voi olla heikon mitattavuuden lisäksi se, että viestimien käyttö on hyvin olosuhteista riippuvaa ja heikosti motivoitua.

Käyttötarkoitustutkimus sopiikin parhaiten tapauksiin, jossa motivaatio on selvästi olemassa, kuten esimerkiksi poliittisten sisältöjen, uutisten ja erotiikan tutkimisessa (McQuail 2000 389).

Käyttötarkoitustutkimus sopiikin juuri hyvin tekstiviestiuutisten tutkimiseen, sillä siinä päämotivaatio, uutisten tarve, on selkeästi olemassa.

5.3 Haastattelututkimus

Tekstiviestiuutisten tilaajien haastattelututkimus tehtiin vuonna 2004, jolloin uudet värinäytölliset matkapuhelimet olivat vasta alkamassa yleistyä. Tekstiviestiuutiset valittiin tutkimuskohteeksi niiden poikkeuksellisuudesta perinteiseen mediaan. Lyhyitä nopeita uutissähkeitä reaaliaikaisesti henkilökohtaiseen matkapuhelimeen välittävää palvelua ei voi suoraan verrata aikaisempiin uutispalveluihin. Palvelu hyödyntää loistavasti matkapuhelimen vahvuuksia, henkilökohtaisuutta ja mobiilisuutta. Toisaalta palvelu täyttää uusmedian määritelmät kirkkaasti ollen siitä huolimatta yksinkertainen.

5.3.1 Haastattelututkimuksen aineistosta

Haastattelututkimuksen aineisto kerättiin haastattelemalla 12 tekstiviestiuutisten tilaajaa. Haastateltavien löytäminen oli ongelma, koska uutisten tilaajat ovat tavoitettavissa vain puhelinnumeron kautta. Puhelinnumeron tietojen käyttäminen haastattelupyynnön lähettämiseksi koettiin huonoksi vaihtoehdoksi, esimerkiksi teletunnistetietojen arkaluonteisuuden vuoksi. Julkinen kysely haastateltavien perään ei myöskään tuntunut hyvältä idealta, sillä tekstiviestiuutisten tilaajamäärä on niin pieni, että tarpeeksi suuren joukon löytäminen olisi ollut epävarmaa.

Apua saatiin MTV3:sta tuottaja Tomi Lindbladilta, joka kokosi MTV3:n tiedetystä tekstiviestiuutisten tilaajista 20 henkilön joukon. Näille lähetettiin lyhyt sähköpostiviesti, jossa muutamalla kysymyksellä kysyttiin matkapuhelimen ja median käytöstä. Vastauksia tuli neljätoista, joista loppujen lopuksi kaksitoista haastateltiin.

Esikyselyn perusteella koko haastattelujoukko osoittautui erittäin samankaltaiseksi. Kaikki työskentelivät johto- ja asiantuntijatehtävissä. Kaikki käyttivät myös mediaa runsaasti. Tärkeimmät mediat olivat lehdet ja televisio sekä internet. Matkapuhelin oli ollut käytössä keskimäärin kymmenen

vuotta, pisimpään käyttäneillä jopa 14 vuotta, vähiten käyttäneelläkin viisi vuotta.

Mielenkiintoinen yksityiskohta oli, että tekstiviestiuutisten tilaamisen keskiarvo osuu syyskuun 11. Päivän eli New Yorkissa tapahtuneen suuren terrori-iskun kohdalle. Iskut tulivatkin esiin useimmissa haastatteluissa ja niiden uutisointi matkapuhelimiin muistettiin. Yksi haastateltava aloitti kertomalla, että tilasi palvelun heti terrori-iskuja seuraavana päivänä.

Esikysely vahvisti käsitystä tekstiviestiuutisten tilaamisen perusmotivaatiosta. Tilaajat halusivat tietää uutiset mahdollisimman nopeasti. Varsinaisessa haastattelussa koettiin myös löytää syitä, miksi uutisten nopea saaminen koettiin tärkeäksi.

5.3.2 Haastatteluaineiston arviointi

Laadullisesta tutkimuksesta kirjoittaneiden mukaan yleisin kysymys laadullisen tutkimuksen aineistonkeruussa on aineiston koko: kuinka paljon täytyy kerätä, jotta tutkimus olisi tieteellisesti edustavaa ja yleistettävissä (Eskola & Suoranta 2000, 60 sekä Tuomi & Sarajärvi 2002, 87).

Empiirisessä tutkimuksessa tavoitellaan yksityisen tiedon sijasta yleistä tietoa, joten aineiston koko ei ole merkityksetön (Eskola & Suoranta 2000, 60). Laadullisessa tutkimuksessa ei kuitenkaan pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan pyritään kuvaamaan jotakin tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa ja antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jostakin ilmiöstä (Eskola & Suoranta 2000, 61).

Tutkimuksen haastatteluosuuden tarkoitus on löytää syitä tekstiviestiuutisten tilaamiseen. Tutkittavan aineiston löytäminen edellytti, että aineisto piti kerätä tutkimusta varten varta vasten haastatellen. Luonnollisen aineistoa ei ollut saatavilla. Haastatellut henkilöt edustivat hyvin omaa ryhmäänsä. He olivat selkeästi ryhmä, jota voi sanoa uutispalvelujen varhaisiksi omaksujiksi. Itse koin heidät juuri sopiviksi haastateltaviksi palvelujen suhteen. Jos haastateltavat olisivat olleet laajemmasta ryhmästä, niin 12 henkilöä olisi ollut liian vähän. Itse asiassa sopivan joukon löytyminen olisi voinut olla mahdotontakin, koska tekstiviestiuutiset ovat niin vähän yleistyneet. Samasta syystä sopivan joukon löytäminen kertomaan, miksi ei tilaa tekstiviestiuutisia olisi ollut mahdotonta, koska perustelut olisivat olleet niin hajanaisia.

Koska kaikki haastateltavat tilasivat palvelun vapaaehtoisesti, eivätkä maksaneet sitä omalla rahalla, oli

odotettavissa, että suhtautuminen ei ollut kovin kriittistä. Tarkoitus olikin, että haastateltavat pohtisivat omia syitänsä, miksi he tilaavat tekstiviestiuutiset. Tässä onnistuttiin hyvin, sillä haastateltavien vastaukset olivat perusteltuja. Haastateltavat olivat saaneet haastattelun teemat noin vuorokauden etukäteen ja he olivat valmistautuneet haastatteluun miettimällä aihetta.

Heti haastattelujen alkuvaiheessa alkoi selvitä muutama päälinja, joista selvin tuki odotuksiani ja toinen toi uuden näkökulman. Viimeinen haastattelu tehtiin muita haastatteluja myöhemmin ja se jäi teknisistä syistä nauhoittamatta. Kuitenkin myös tämä haastattelu noudatti aikaisempia linjoja, joten haastatteluja ei tehty enempää.

Eskola ja Suoranta (2000) sekä Tuomi ja Sarajärvi (2002) puhuvat aineiston saturaatiosta eli kylläntymisestä. Eskolan ja Suorannan mukaan saturaation ajatus on peräisin ranskalaiselta sosiologilta Daniel Bertrauxilta (1982). Saturaation idea on se, että lisäaineiston kerääminen ei tuota enää uutta informaatiota, vaan tietty peruslogiikka alkaa toistua (Eskola & Suoranta 2000, 63). Juuri näin tapahtui oman aineistoni kanssa.

Bertrauxin sekä Eskolan ja Suorannan mukaan noin 15 vastausta riittää aineiston kylläntymiseen, mutta kylläntymispisteet ovat vaihtelevia (Tuomi & Sarajärvi 2002, 89). Tutkimusoppaiden kirjoittajat painottavat, että minkäänlaista kylläntymistä ei voi saavuttaa ellei ole selvillä, mitä aineistosta ollaan hakemassa (Eskola & Suoranta 2000, 63 Tuomi & Sarajärvi 2002, 90).

Bertraux löysi saturaation haastattelemalla ranskalaisia leipureita, joita oli yhteensä 75 000. Kuitenkin 15 haastattelun jäljiltä hän pääsi samaan tulokseen kuin 30 tai jopa useampaa haastattelemalla. Tuomen ja Sarajärven mukaan Bertrauxin huomio on yleistettävissä niin, että jos laadullisessa tutkimuksessa etsii samuutta, saattaa olla perusteltua puhua aineiston saturaatiosta (Tuomi & Sarajärvi 2002, 91). Tutkimuksessani kysyttiin teemahaastattelulla hyvin samankaltaiselta joukolta suhteellisen pelkistettyä kysymystä: miksi tilaat tekstiviestiuutisia? Kaikkien lisäkysymysten ja keskustelujen aikana teema pysyi samana.

5.3.3 Tutkimusmenetelmä käytännössä

Tutkimukseni ajatuksena on selvittää, mitkä ovat matkapuhelimen mahdollisuudet journalistisena välineenä. Haastattelututkimuksella koetettiin selvittää, miksi ihmiset tilaavat tekstiviestiuutisia, ja

siten löytää matkapuhelimen vahvuuksia uutisvälineenä.

Koska tekstiviestiuutisten tilaajien määrä on suhteellisen vähäinen, oli laajan suurta ihmismäärää koskevan tutkimuksen tekeminen mahdotonta. Samalla poistui mahdollisuus esimerkiksi lomakehaastattelun tekeminen, koska riittävän suurta joukkoa haastateltavia ei olisi löytynyt.

Koska määrällisen tutkimusaineiston saaminen ei käynyt päinsä, oli koetettava löytää sellainen metodi, joka kertoisi mahdollisimman hyvin, miksi tekstiviestiuutisia tilataan. Menetelmäksi valittiin haastattelu. Kysytään käyttäjiltä, miksi he tilaavat uutisia matkapuhelimeensa ja etsitään heidän vastauksistaan syitä tekstiviestien tilaamiseen. Yksinkertaisuudessaan haastattelun idea on se että, kun ihmisiltä halutaan tietää, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii niin kuin toimii, on järkevää kysyä asiaa häneltä (Tuomi & Sarajärvi 2002, 74).

Tutkimukseni menetelmänä oli teemahaastattelu. Teemahaastattelussa aihepiirit, teema-alueet, ovat etukäteen määriteltä (Eskola & Suoranta 2000, 86). Teemahaastattelu sopi tutkimukseeni, koska halusin pitää aiheen selkeästi rajattuna, mutta kuitenkin vapauden viedä keskustelua eteenpäin jokaisen haastateltavan kanssa itsenäiseen tahtiin.

Tuomen ja Sarajärven mukaan teemahaastattelussa korostetaan ihmisten tulkintoja asioista, heidän asioille antamia merkityksiä sekä sitä, miten merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77). Saatavilla oli vain rajallinen joukko tekstiviestiuutisten tilaajia, joten haastattelun teemat oli mietittävä tarkkaan haastateltavien mukaan. Tarkoitus oli saada haastateltavat kertomaan omista käyttötarpeistaan, perustelemaan valintojaan ja miettimään muitakin mahdollisuuksia miksi tekstiviestiuutisille löytyy käyttöä.

Ennen haastattelujen aloittamista lähetin 20 tekstiviestiuutisten tilaajalle esikyselyn, jossa kysyttiin heidän ammattiaan, median käyttötapojaan, kuinka kauan ovat käyttäneet matkapuhelinta ja kuinka kauan tilanneet matkapuhelinuutisia. Kyselyn perusteella arvioin haastattelujoukon ja suunnittelin haastattelun teemat. Vastauksia käytettiin myös haastattelun tukena.

Kyselylomakkeiden perusteella haastateltava joukko osoittautui erittäin samankaltaiseksi. Kaikki olivat innokkaita uutisten seuraajia ja kaikki olivat käyttäneet pitkään matkapuhelinta. Haastateltavat olivat

johto- ja asiantuntijatehtävissä. Useimpien työhön viestintä liittyi suoraan. Kaikkien mielestä uutisten seuraaminen oli välttämätöntä työn kannalta.

Haastattelussa oli viisi teemaa:

- 1) Miksi tilaat tekstiviestiuutisia?
- 2) Miten tekstiviestiuutiset vaikuttavat?
- 3) Millainen matkapuhelin on uutisvälineenä?
- 4) Minkälaisia tekstiviestiuutiset ovat uutisvälineenä?
- 5) Miten näet matkapuhelinuutispalveluiden kehittyvän?

Teemoissa edettiin siten, että pääteemasta lähdettiin etenemään kauemmas pääkysymyksestä, jolloin haastateltavien ensimmäiset vastaukset saivat vahvistusta tai herättivät ristiriitojen kautta lisäkysymyksiä. Toisen teeman tarkoitus oli kertoa kuinka uutiset sitten toimivat käytännössä. Kolmanneksi keskusteltiin siitä, miten matkapuhelin soveltuu tarkoitukseensa. Neljänneksi haastateltavat saivat pohtia kuinka tekstiviestit toimivat uutisvälineenä. Aivan lopuksi haastateltaville annettiin mahdollisuus pohtia, miten matkapuhelinuutiset tulevaisuudessa kehittyisivät. Vaikka matkapuhelinuutisten toimivuuden tai tulevaisuuden tutkiminen eivät olleetkaan tutkimuksen tarkoitus, niin myös tulevaisuuden odotuksista oli löydettävissä syitä tekstiviestiuutisten tarpeellisuudelle. Haastateltavat saivat teemat nähtävikseen päivää ennen haastattelua.

5.3.4 Analyysin toteutus

Aineiston käsittelyyn otettiin ohjenuoraksi Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven antama runko laadullisen tutkimuksen analyysiin (Tuomi & Sarajärvi 2002,94), joka on saatu tutkija Timo Laineelta Jyväskylän yliopiston filosofian laitokselta. Ohjeissa kehoitetaan tekemään vahva päätös, mikä aineistossa kiinnostaa. Sen jälkeen aineisto käydään läpi ja siitä erotetaan ja merkitään ne asiat, jotka ovat kiinnostuksen kohteena ja kaikki muu jätetään pois. Merkityt asiat kerätään yhteen ja tässä tapauksessa luokitellaan. Lopuksi tehdään yhteenveto.

Tässä aineistossa kiinnostavaa oli tekstiviestiuutisten käyttäjien käyttötarkoitukset, muut ajatukset uutisista ja matkapuhelimista jätettiin sovinnolla pois.

Aineiston analyysi tehtiin noudattaen Tuomen ja Sarajärven (2002, 110–112) esittelemää Milesin ja

Hubermanin (1984) kuvaamaa tapaa. Tapa on aineistolähtöinen aineiston analyysi. Aineistoa tarkastellaan induktiivisesti eli yksittäisestä yleiseen. Tarkoitus on siis löytää yksittäisten syiden perusteella yleisemmin syitä siihen, miksi tekstiviestiuutisia tilataan.

Aineistolähtöisessä analyysissä pyritään luomaan tutkimusaineistosta teoreettinen kokonaisuus. Analyysiyksiköt valitaan tutkimuksen tarkoituksen ja tehtävänasettelun mukaisesti. Avainajatus on, ettei analyysiyksiköt ole etukäteen sovittuja tai harkittuja (Tuomi & Sarajärvi 2002, 97).

Kun haastattelut oli tehty, kaikki haastattelut kuunneltiin ja kirjoitettiin auki sana sanalta. Sen jälkeen haastattelut luettiin ja niiden sisältöön perehdyttiin. Tässä vaiheessa alkoi jo selkiytyä, mitä eri käyttötarkoituksia ja ominaisuuksia tekstiviestiuutisista löytyy. Lukemisen jälkeen etsittiin aineistosta pelkistettyjä ilmauksia ja ne listattiin. Tämän jälkeen tutkimuksen kannalta tärkeät ilmaukset luokiteltiin. Lopuksi eri käyttötarkoitukset, toiminnot ja ominaisuudet luokiteltiin teorian mukaan.

5.3.5 Ennakkokäsitysten vaikutus tuloksiin

Aineistolähtöinen tutkimus on Tuomen ja Sarajärven mukaan vaikea toteuttaa, koska ajatellaan, että aineistosta ei voi tehdä objektiivisia havaintoja vaan jo pelkkä tutkimusasetelma ja -menetelmä vaikuttavat tulokseen. Ongelmaa on koetettu ratkaista siten, että tutkija kirjoittaa auki omat ennakkokäsityksensä ilmiöstä ja tiedostaa sen analyysin aikana (Tuomi & Sarajärvi 2002, 98).

Tässä tutkimuksessa ennakkokäsitysten merkitys on saatu pieneksi valitsemalla tutkimussuunnaksi selkeästi niitä tukeva linja. Odotuksia ei ole haastatteluissa peitetty, vaan ollaan haluttu tietää onko haastateltujen näkemys samanlainen.

Koska haastateltavien joukko oli hyvin samankaltainen – kaikki esimerkiksi tilasivat palvelun omasta tahdostaan ja heitä voitiin pitää palvelun varhaisina käyttöönottajina (Rogers 1995) – ei ollut odotettavissa, että palveluun olisi suhtauduttu kovinkaan kriittisesti. Enemminkin oli odotettavissa, että joukko kokee palvelun mielenkiintoisena ja sen käyttöä perustellaan työn tuomana hyötynä. Tämä siksi, että kukaan ei maksa palvelua itse vaan työnantaja muun puhelinlaskun mukana. Myöskään tutkijana en kokenut, että minun olisi otettava kantaa siihen, ovatko tekstiviestiuutiset hyviä vai huonoja.

Tutkimuksen teoriana oli McQuailin (2000, 388) käyttötarkoitustutkimuksen neljä median käyttösyitä. Odotettavissa oli, että tärkein syy olisi tiedonhankinta. Sen lisäksi palvelusta oli odotettavissa sosiaalisia käyttötarkoituksia ja viihdekäyttöä. Näiden odotettavissa olevien asioiden lisäksi yritettiin löytää muita käyttötarpeita, jotka eivät olleet aikaisemmin tulleet mieleen.

Analyysilla haluttiin selvittää, mikä yhteys matkapuhelimen ominaisuuksien ja eri käyttötarkoituksen välillä on. Mitkä ovat ne syyt, jotka saavat käyttäjät tilaamaan uutisiaan matkapuhelimeen? Käyttötarkoituksen ja -syiden avulla pohdittiin matkapuhelimen mahdollisuuksia uutisvälineenä.

Vaikka tulosten analysoinnissa olenkin koonnut huomioita niiden ilmenemistiheyden mukaan, ei niitä voi tarkastella määrällisesti aineiston pienen koon vuoksi. Eri huomioiden ilmentymistiheyttä, esimerkiksi 10 tai 12 kertaa, ei voi tulkita siten, että 12 kertaa ilmennyt huomio olisi merkittävämpi kuin 10 kertaa ilmennyt.

Huomioiden määrä on tulkittava siten, että tuliko asia esille usein vai harvoin. Vedenjakajana voidaan pitää kuutta huomiota. Yli kuusi huomiota kertoo, että ilmiö oli erittäin yleistä. Alle neljän huomion ollessa kyseessä ilmiö oli vähäinen. Myös vähäiset huomiot saattoivat olla merkittäviä esimerkiksi yllättävyyden vuoksi. Esimerkiksi uutisten edelleen lähettämistä matkapuhelimella ei käytetty hyväksi vaikka tiedon jakaminen oli hyvin yleistä. Toisaalta peräti kolme haastateltavaa piti tekstiviestiuutisia ainoana päivän uutiskanavana, vaikka uutisten seuraaminen oli kaikille haastateltaville hyvin tärkeää.

6 Matkapuhelin ja journalismi – tutkimuksen näkökulma

Kirjallisuuden avulla pohditaan, mitä aiemmat käyttötutkimukset kertovat matkapuhelimien käytöstä. Kirjallisuudesta löytyy myös pohdintoja siitä, millä tavalla matkapuhelimien ominaisuudet ovat kehittyneet ja miten matkapuhelimen teknologia ja palvelut tukevat sitä journalistisena välineenä.

6.1 Matkapuhelimen käyttötutkimukset

Kasesniemen ja Rautiaisen tutkimus tutkii matkapuhelimen käyttöä viestintävälineenä. Tutkimuksesta selviää, ettei kännykkä ole nuorille pelkkä viestintäväline. Se on myös paljon muuta, kuten esimerkiksi statusarvo (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 41) ja elämänhallinnanväline, joka tallettaa osoitetiedot ja kalenteritiedot (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 12).

Matkapuhelinviestinnästä on tullut selvästikin osa kulttuuriamme ja se koskettaa kaikkia. Tekstiviestien osalta juuri nuoret ovat ottaneet palvelun voimakkaasti käyttöön (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 12).

Matkaviestinnän merkittävimpiä asioita on paikkariippumattomuus. Puhelin on tehnyt mahdolliseksi olla yhteydessä kaukana olevaan ystävään. Matkapuhelimen avulla yhteydenpito onnistuu vaikka ystävä ei olisi soiton hetkellä kotona puhelimen vieressä, vaan paikalla missä hän on, ei ole periaatteessa merkitystä.

Koska matkapuhelinverkot ovat digitaalisia, niissä voidaan lähettää myös muutakin tietoa kuin puhetta. Tällöin tiedon voi lähettää puhelimeen vaikka vastaanottaja ei ehtisi tai voisi vastata puhelimeen. Tekstiviesti tallentuu puhelimeen, josta sen voi lukea myöhemmin.

Matkapuhelimen avulla onnistuu sekä synkroninen (puhe) että asynkroninen (tekstiviesti) viestintä. Synkroninen viestintä on reaaliaikaista viestintää kuten esimerkiksi puhetta. Useimmiten erilaiset chatit ja videokonferenssit ovat myös synkronisia. Asynkroninen viestintä tapahtuu viipeellä. Esimerkiksi sähköposti on useimmiten asynkronista viestintää aivan kuten tekstiviestitkin. On kuitenkin mahdollista että sähköpostilla ja tekstiviestillä käydään synkronista viestintää. Asynkroniselle viestinnälle on tyypillistä, että vastaanottaja voi itse määritellä milloin viesti luetaan ja koska siihen vastataan (Tella & Mononen-Aaltonen 1998, 83–85).

Uutispalveluiden osalta tämä tarkoittaa sitä, että ihmisen ei tarvitse olla uutisen kuullakseen esimerkiksi televisio tai radion äärellä vaan tieto tärkeästä tapahtumasta tulee heti puhelimeen. Toisaalta, uutinen voidaan lukea kun matkapuhelinta seuraavan kerran käytetään, eikä viesti ei mene ohi vaikka viestin saapuessa ei sitä pystyttäisi lukemaan.

Kasesniemi ja Rautiaisen tutkimuksen johdannossa puhutaan uuden verkkokulttuurin keskeisistä ajatuksista: liikkuvuudesta ja elämästä joka virtaa yhtä aikaa kahtaalla. Matkapuhelimen käyttäjä on läsnä *tässä* ja nyt, toisaalta hän vaikuttaa samanaikaisesti *siellä* (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 12).

Uusi teknologia tekee käsitteestä etäläsnäolo todellisen vaihtoehdon. Etäläsnäolon määrittely löytyy esimerkiksi Sirkka Heinosen ARK-lehteen tekemästä artikkelista. Etäläsnäolo (telepresence) merkitsee sitä, että on läsnä vaikka on etäällä (Heinonen S 2000). Paradoksinen käsite, olla läsnä vaikka onkin etäällä, on kuitenkin kautta historian ollut ihmisten ajatuksissa. Kuvittelemalla on voinut sijoittaa itsensä mihin tahansa haluaa. Kuvitustasolla etäläsnäolon vuorovaikutus jää kuitenkin yksisuuntaiseksi. Heinosen mukaan informaatioyhteiskunnan keskeinen paradoksi liittyy juuri tähän aika- ja paikkasidonnaisuuksien murtumiseen (Heinonen S 2000).

Etäläsnäolon ansiosta matkapuhelimen käyttäjä elää normaalisti paikassa, jossa hän juuri nyt on, mutta sen lisäksi hän on olemassa myös muualla, sillä muut ihmiset tavoittavat hänet soittamalla tai viestillä mistä vaan. Puhelimen soitolla tai tekstiviestillä voi ottaa nopean yhteyden lähes joka ikiseen maailman kolkkaan. Toisaalta vastaanottajan puolella ei välttämättä ole varmuutta onko lähettäjä viereisessä huoneessa vai toisella puolella maailmaa. Erilaisten palvelujen, kuten uutispalveluiden avulla, voi laittaa itsensä varalle useampaankin paikkaan.

Mediatutkija Kaarle Nordenstreng visioi 1970-luvulla taskuradiopuhelimesta. Hänen mukaansa laitteita käytettäisiin ammatin eikä huvin vuoksi. Näinhän aluksi olikin. Matkapuhelimet olivat aluksi aivan liian kalliita tavallisen ihmisen käyttöön. Tavoitettavuudella oli oltava joku suurempi taloudellinen hyöty, että investointi kannatti. Nordenstreng uskoi, etteivät kaikki edes olisi kiinnostuneita taskuradiopuhelimesta. Taskuradiopuhelinvision olennaisin ajatus oli paikasta vapautuminen (Nordenstreng 2000 135–136). Missä vain ja milloin vain tulee alati vastaan myös nykyisten matkapuhelimien käyttäjien puheissa (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 20).

Nordenstrengin varovainen ajatus matkapuhelimen vähäisestä kiinnostavuudesta ei ollut mikään harvinainen ajatus. Suomalaiset matkapuhelinteollisuudesta kirja kirjoittanut taloustoimittaja Hannu Sokala kertoo kirjansa Maaailma taskussa, kuinka hän epäili Nokian toimitusjohtaja Jorma Ollilalle matkapuhelimien kiinnostavuutta. Kun Ollilan mielestä se, että kellään huoneessa olleella taloustoimittajalla ei ollut matkapuhelinta oli todiste suurista markkinoista, niin Sokalan mielestä se, että kukaan ei ollut aikeissa hankkia puhelinta oli todiste siitä, että matkapuhelimet eivät ihmisiä kiinnosta. Vuosi oli 1994 ja Sokala joutui hyvin nopeasti myöntämään olleensa väärässä (Sokala 2002).

Dan Steinbockin mukaan mobiilisuuden kehittymistä ajoi aikaisemmin teknologian muuttuminen. Kun käyttäjien määrät ovat lisääntyneet, käytettävyyden merkitys on nyt suurimmillaan. Seuraavaksi on vuorossa sisältö (Steinbock 2005, 1).

Tutkijoiden Lois Leungin ja Ran Weinin Hongkongissa tekemän tutkimuksen mukaan matkapuhelimen käytön merkittävimmät syyt ovat samat kuin lankapuhelimessa. Leungin ja Weinin mukaan matkapuhelimen käyttäjistä ne, jotka tilaavat lisäpalveluja, kuten uutisia, ovat myös matkapuhelimien ahkerampia käyttäjiä.

Matkapuhelimesta on Leungin ja Weinin tutkimusten mukaan tullut kaikkien käyttämä laite. Heidän mukaansa uudet lisäpalvelut, liikkuvuus, läheisyys ja instrumentaalisuus, ovat tehneet matkapuhelimista suosittuja kaikissa ihmisryhmissä. (Leung ja Wein 2000, 316–317.)

Matkapuhelimen erottaa kodin lankapuhelimesta se, että se on henkilökohtainen. Kasesniemen ja Rautiaisen tutkimuksissa selvisi, että nuorilla oli hyvin vahva tarve personoida kännyköitään. Personointi ei jäänyt pelkästään soittoäänien valitsemiseen, vaan puhelimia muutettiin myös esimerkiksi maalaamalla niitä. (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 79–80.) Yhtenä personoinnin muotona voi pitää myös palveluja joita puhelimeensa tilaa. Urheilusta pitävä tilaa urheilu-uutisia ja taloudesta kiinnostunut talousuutisia.

Aivan kuten Nordenstreng ennusti, matkapuhelimet tulivat ensin bisnesmiesten taskuihin ja sen jälkeen kaiken kansan käyttöön. Lisäpalvelujen voi olettaa yleistyvän samalla lailla. Australialaiset tutkijat Eva Cox ja Helen Leonard arvelivat matkapuhelimien alkuaikana, että matkapuhelimen leimautuminen

bisnesvälineeksi ja leluksi voi estää sen tulemisen esimerkiksi vanhusten ja lapsien arkielämän tueksi (Cox ja Leonard 1990). Samalla tavalla, jos puhelimien lisäpalvelut koetaan typeräksi hömpäksi tai elitistiseksi kikkailuksi, palvelujen yleistyminen voi hidastua. Ratkaisevaa on myös mediatalojen suhtautuminen. Jos uutispalveluihin suhtaudutaan vain brändiarvon nostajana, niin palvelun laatu voi jäädä heikoksi, kun resursseja ohjataan ns. oikeisiin uutisiin. Tällöin palvelut voidaan kokea joutavina ja ihmiset häpeilevät palvelujen käyttöä aivan kuten matkapuhelimien julkista käyttöä pidettiin aluksi rehentelynä (Kasesniemi ja Rautiainen 2001, 259).

Videoiden katselua matkapuhelimella ovat tutkineet muun muassa Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijat Petteri Repo, Kaarina Hyvönen, Mika Pantzar ja Päivi Timonen. Heidän tutkimuksensa mukaan elämyksellisyys kiinnosti käyttäjiä, mutta suppea palveluvalikoima sai kokeilijat kyllästymään nopeasti palveluihin. Tekniset ongelmat koettiin käytön esteenä. Tärkeää oli myös laitteiden helppokäyttöisyys. (Repo, Hyvönen, Pantzar ja Timonen 2003, 19, 22.)

Videoiden katselua tehtiin yleensä paikoissa joissa oli odoteltava. Videoiden katselu matkapuhelimesta koettiin yleensä viihdyttävänä asiana. (Emt. 2003, 13–14, 17–18.) Tutkijoiden johtopäätöksissä on, ettei videon katselemiselle ole vielä keksitty kunnan tarvetta. Edellytys on ainakin teknisten ominaisuuksien parantuminen. (Emt. 2003, 29.)

Videoiden katselu matkapuhelimella on teknologiaa, joka on vasta tulossa käyttöön. Uusien kolmannen sukupolven matkapuhelimien yleistyessä videoiden katselukin saattaa yleistyä. Uusilla puhelimilla voi kuvata videoita. Se voi lisätä kiinnostusta videoiden katseluun. Joissakin uusissa matkapuhelimeissa on lisäksi mukana teknologiaa, jonka avulla matkapuhelinta voi käyttää televisiona. Useat televisioyhtiöt ovat jo ruvenneet lähettämään lähetyksiään sellaisessa muodossa, että niitä voi katsella matkapuhelimella.

Tekstiviesti on ollut teknisesti erittäin toimiva jo pitkään ja käyttäjät osaavat niitä käyttää. Tekstiviestiuutispalvelut eivät ole videopalvelujen tapaan uuden teknologian kokeiluja, vaan olemassa olevan tekniikan hyväksikäyttöä uusia palveluja luomalla.

Suomen kännykkäkäyttöä tutkinut tutkija Timo Kopomaa muistuttaa, että viestejä on lähetelty aina ennenkin. Tapoja on ollut erilaisia, kuten lippuja, valoja sireenejä ja lehtisiä. Nyt lähetystapa on

muuttunut. Matkapuhelimella viestien lähettäminen on muuttunut kaiken kattavaksi ja nopeaksi. Olit missä tahansa voit lähettää viestin minne tahansa (Kopomaa 2000).

Vastaava ajatus voidaan viedä myös uutispuolelle. Uutisia on aina välitetty mitä erilaisimmin keinoin. Tekstiviesti ei muuta ajatusta uutisista, vaan se vaikuttaa niiden saatavuuteen. Kyseessä on uusi jakelukanava.

Kopomaan mukaan matkapuhelinta voidaan pitää myös niin sanottuna kolmantena paikkana, työn ja kodin lisäksi (Kopomaa 2000). Ajatus on peräisin sosiologi Ray Oldenburgilta, joka tarkoitti kolmannella paikalla kahviloita ynnä muita paikkoja, jossa aikaa kulutetaan (Oldenburg 1991). Matkapuhelin on muuttanut julkiset kulkuvälineet ja kadut paikoiksi, joissa voi olla yhteydessä ystäviin ja tehdä vaikka töitä.

Matkapuhelimen suoma vapaus mahdollistaa liikkuvan elämän ja Kopomaan mukaan niitä käytetään elämänlaadun nostamiseen ja vähentämään tunnetta, että mahdollisesti jokin asia menee ohi. Edelleen Kopomaan mukaan matkapuhelin ei vähennä perinteisiä kasvokkain tapahtuvia kontakteja, vaan päinvastoin lisää niitä. Puhelinta käytetään tyypillisesti tilanteessa, jossa ollaan menossa tapaamaan jotakuta. (Kopomaa 2000.)

6.2 Matkapuhelinteknologia ja -palvelut

Matkapuhelinteknologian kehitykseen tutustumalla huomaamme, että matkapuhelinpalveluiden kehittyminen on hyvin teknologiavetoista. Aluksi palveluiden kehittämisen perustana oli radioteknologia, mutta myöhemmin ohjelmistojen merkitys on kasvanut. Teknologian suuren painoarvon vuoksi kaikkien palveluiden ei voi odottaa olevan heti sellaisia, että käyttäjät ne ottaisivat käyttöön.

6.2.1 Radiopuhelimesta GSM:ään

Verkon soluihin perustuva matkapuhelinverkon periaate keksittiin Bell Labs -yhtiössä vuonna 1947. Kaupalliseen käyttöön tekniikka tuli vasta 1980-luvulla, kun ensimmäiset analogiset matkapuhelinverkot tulivat käyttöön. Nämä palvelut olivat tarkoitettu etupäässä autoilijoille ja yrityskäyttäjille. Matkapuhelimia käytettiin käytännössä vain puhumiseen. 1990-luvulla digitaalisuuden

avulla matkapuhelinmarkkinat avautuivat massamarkkinoiden käyttöön. Digitaalisuus toi mukanaan myös uudet palvelut, kuten tekstiviestin, puheen rinnalle. Digitaalisuuden myötä matkapuhelimien ohjelmistoilla alkoi olla yhä enemmän merkitystä. Tämä toi suuret tietotekniikkatalot mukaan matkapuhelimien kehittämiseen. Viime aikoina matkapuhelimien kehittymistä on ajanut niiden ohjelmistojen kehitys. Kuluttajien silmissä ohjelmistot ovat kuitenkin merkityksettä. Heille tärkeämpää on minkälaisia palveluja matkapuhelimeen saa (Steinbock 2005, 4).

Nykyisen matkapuhelinjärjestelmän kehittymisestä on kirjoittanut muun muassa Sokala (2002). Suomessa radiopuhelintekniikkaa on kehitetty valtiovetoisesti. Teknologian kehittämisessä on ollut mukana puolustusvoimat, telelaitos ja Valtion rautatiet. Ensimmäinen kaupallinen matkapuhelinverkko Arp (*autoradiopuhelinverkko*) avattiin vuonna 1971 (Sokala 2002, 30). Sitä seurasi pohjoismaiden yhdessä kehittämä analoginen NMT-järjestelmä (*nordisk mobil telefon*).

NMT sai suuren suosion myös pohjoismaiden ulkopuolella etenkin Euroopassa. Niin suuren, että kun seuraavaan teknologiaa alettiin kehittämään, mukana oli myös muiden Euroopan maiden virkamiehiä. Ensimmäisen ajatuksen yleiseurooppalaisesta digitaalisesta matkapuhelinjärjestelmästä sanoi tiettävästi ääneen Sveitsin telehallinnon Henry Kieffer. Euroopan telehallintojen yhteiselin Cept perusti Goupe spécial mobilen vuonna 1982 suunnittelemaan yhteistä matkapuhelinverkkoa. Neljä vuotta myöhemmin esiteltiin GSM-hanke (GSM kirjoitetaan myös auki *global systems for mobile communications*). Tavoitteena oli, että verkko otetaan käyttöön heinäkuun 1. päivänä vuonna 1991. Lopulta Suomi oli ainoa, joka avasi GSM-verkon määrääjässä, kun sekä Helsingin puhelinyhdistys että Posti- ja telelaitos saivat koeverkkonsa auki kesällä 1991 (Sokala 2002, 30–41). Uuden matkapuhelinjärjestelmän suosio yllätti kaikki odotukset. Kuudessa vuodessa yli puolitoista miljoonaa suomalaista alkoi käyttää matkapuhelinta. Suomesta tuli maailman johtavin matkapuhelimia käyttävä ja valmistava maa.

Aluksi matkapuhelimia myytiin pienelle erikoisryhmälle. Matkapuhelinten käyttäminen kuului 1980-luvulla juppikulttuuriin. Esimerkiksi Ericsson Hotlinen -matkapuhelinta mainostettiin ympäri maailmaa matkaavilla vapailla sieluilla, jotka pitivät yhteyttä matkapuhelimella (Steinbock 2005, 45). Vuonna 1987 ilmestyneessä Wall Street -elokuvassa pörssikeinottelija ja yritysvaltaaja Gordon Gekko, jota Michael Douglas näytteli, puhui aamukävelyllään Nokia Cityman -matkapuhelimeen. Sama puhelinmalli on iskostunut suomalaisille lehtikuvassa, jossa Suomessa vierailnut neuvostojohtaja Mihail Gorbatshev puhuu siihen Suomen vierailullaan. 1990-luvulla matkapuhelinmarkkinat alettiin näkemään

toisella tavalla ja niitä alettiin kauppaamaan massamarkkinoilla (Steinbock 2005, 50). Yritysjohtaja ilman matkapuhelinta alkaa olemaan harvinaisuus. On jopa sanottu, että todella suuren johtajan erottaa siitä, ettei hänellä ole matkapuhelinta.

Tarve siirtymisestä yhteispohjoismaiseen NMT-järjestelmään ja myöhemmin siitä GSM-järjestelmään syntyi matkapuhelimien suuresta suosiosta. Aikaisempien tekniikoiden käyttämille radiotaajuuksille ei yksinkertaisesti mahtunut tarpeeksi puheluja. Tämä oli yksi syy, jonka vuoksi GSM-järjestelmä haluttiin tehdä digitaaliseksi. Digitaaliseen muotoon pakattuna ääni vei vähemmän tilaa radioaalloilla kuin analoginen ääni (Sokala 2002, 38).

Digitaalisuutta ja GSM-järjestelmän suurta suosiota voidaan pitää syynä siihen miksi matkapuhelintekniikka loi uuden joukkoviestintävälineen. Suuri suosio takasi kattavuuden. Digitaalisuus puolestaan loi uuden tavan kommunikoida keksinnön kautta, jota pidetään jopa yhtenä suurimpana suomalaisena keksintönä (Juurus, 2002). Kesäkuussa 2002 ilmestyneen Helsingin Sanomien kuukausiliitteen artikkelissa suurin kunnia tekstiviestin keksimisestä annetaan silloin Posti- ja telelaitoksessa työskennelleelle Matti Makkoselle. Hän yhdessä muiden työryhmäänsä kuuluneiden henkilöiden kanssa miettivät, mitä ominaisuuksia kehitteillä olevaan matkapuhelinverkkoon kannattaisi ehdottaa. Näistä yksi oli Makkosen tekstinäpeltämiseksi kutsuma ominaisuus (Sokala 2002 ja Juurus 2002).

6.2.2 Matkapuhelintekniikoiden sukupolvet

Dan Steinbock (2005, 36–38) määrittelee kirjassaan *The Mobile Revolution* matkapuhelintekniikoiden sukupolvet seuraavasti:

1. Matkapuhelinverkkoa edeltävä aika

Italialainen Guglielmo Marconi kehitti langattomien signaalien lähettämistä 1800-luvun lopulla. Sen jälkeen radioaaltojen käyttö kehittyi niin, että solumaisen radioverkon periaate kehitettiin pian sen jälkeen kun elektroniikka alkoi yleistyä.

2. Ensimmäinen sukupolvi (1G): Analoginen matkapuhelinverkko

Ensimmäinen analoginen matkapuhelu tehtiin Yhdysvalloissa vuonna 1973 (Steinbock 2005, 43). 1980-luvun alussa käyttöön tullut langaton analoginen puhelinverkko välitti ainoastaan puhetta. Maailmalla oli kaksi merkittävää eri tekniikkastandardia. Pohjoismaissa kehitetty NMT ja Yhdysvalloissa kehitetty AMPS. Japanissa oli teleyhtiö NTT:n järjestelmä ja Länsi-Euroopassa brittiläinen Yhdysvaltojen AMPS:ää muistuttava järjestelmä.

3. Toinen sukupolvi (2G): Digitaalinen matkapuhelinverkko

Euroopan komissio teki GSM-tekniikasta Euroopan matkapuhelinjärjestelmän 1990-luvun alussa. Ensimmäinen GSM-puhelu soitettiin vuonna 1991 Suomessa (Sokala 2002, 40). GSM:n heikkovirtainen toiminta mahdollisti pienten ja kevyempien puhelimien teon. Samalla niiden luotettavuus ja akun kesto parani. Yhdysvalloissa digitaaliseen matkapuhelinverkon yleistymisessä meni kauemmin verkkolupien jakamisen sekavuuden takia. Tämä teki GSM:stä maailman yleisimmän digitaalisen matkapuhelintekniikan.

Toisen sukupolven matkapuhelimien tiedonsiirtokykyä nostettiin GSM-standardissa GPRS-tekniikalla, minkä avulla dataa voitiin siirtää pakettimuotoisena aivan kuten internetissä. Sen avulla tiedonsiirtoyhteys nopeutui. GPRS-tekniikan yhteydessä on puhuttu 2,5-sukupolvesta (2,5G).

4. Kolmas sukupolvi (3G): Multimediamatkapuhelimet

Kolmannen sukupolven matkapuhelimeissa on mukana muitakin viestintämuotoja kuin pelkkä ääni ja teksti. Useimmiten se on kuvia ja valokuvia. Videokuva on yleistymässä nopeasti matkapuhelimien ominaisuuksina. Nykyään lähes kaikissa matkapuhelimeissa on värinäyttö, mikä tekee erilaisten mobiiliportaalien käytön mielekkäämmäksi. Raskaampi datamäärä vaatii entistä nopeamman tiedonsiirtoyhteyden. Ennen kuin data alkoi yleistyä matkapuhelimeissa pidettiin matkapuhelimien sukupolvien siirtymistä suoraviivaisena siirtymänä analogisesta digitaaliseen ja sitä kautta

multimediaan ja lopulta laajakaistaisen tiedon siirron mahdollistaviin matkapuhelimiin. Vuosituhannen vaihteessa uskottiin, että tulevaisuudessa on vain yksi maailmanlaajuinen 3G-standardi UMTS. Yhdysvaltalainen Qualcomm on kuitenkin tuonut mukaan teknologiakilpailua omalla CDMA-tekniikallaan. Japanissa teleyhtiö NTT DoCoMo on kehittänyt omia multimedia-palvelujaan vuodesta 1999 asti. Eli huomattavasti aikaisemmin kuin Euroopassa tai Yhdysvalloissa.

Kolmannen sukupolven matkapuhelinverkkojen uusimmat teknologiat ovat UMTS-verkkoa nopeuttavat HSPA- eli high-speed packet access –tekniikka. Omille verkkotaajuuksille ollaan myös rakentamassa nopeampaa LTE- eli long term evoluton –tekniikkaa ja wimax-tekniikkaa. LTE- ja Wimax-tekniikkaa kutsutaan joskus myös 3,5G-tekniikaksi ja joskus virheellisesti jo 4G-tekniikaksi.

5. Neljäs sukupolvi (4G): Langaton laajakaista

Internetin käyttö tietokoneella on yleistynyt langattomien verkkoja käyttämällä. Yleisin käytetty tekniikka on Wi-Fi. Nykyään on myös saatavilla matkapuhelimia, joissa on normaalin 3G-tekniikan lisäksi Wi-Fi-tekniikka. Wi-Fi-tekniikka ei kuitenkaan vielä ole sellaista, että sillä voisi luoda matkapuhelinverkon tapaisia laajoja ja kattavia verkkoja. Kun nykyisten tietokoneella käytettävien internetyhteyksien tapaiset yhteysnopeudet tulevat matkapuhelimiin ja matkapuhelimien tehokkuus kasvaa, ovat matkapuhelimien mahdollisuudet medialaitteena mielikuvitukselliset. Esimerkiksi suunnitteilla olevat kännykkätelevisiot voivat olla vasta kehityksen alku.

6.2.3 Tekstiviestit ja matkapuhelinpalvelut

Tekstiviestit olivat aluksi vain operaattorin tapa viestiä matkapuhelinten käyttäjille. Vuonna 1994 Nokia toi myyntiin matkapuhelimen, jolla tekstiviestejä pystyi lähettämään (Sokala 2002, 12). Palvelun suosio on ollut valtaisa. On puhuttu niin sanotusta killer applicationista, joka toi

matkapuhelinoperaattoreille valtaiset tulot hyvin pienillä kuluilla. Tekstiviestien innoittamina matkapuhelimet alettiin nähdä muunakin kuin pelkkänä puheensiirtäjänä. Operaattorit ja erilaiset sisällöntuottajat alkoivat miettiä mitä muita mahdollisia palveluja matkapuhelimeen voitaisiin tarjota. Yksi tapa on tekstiviestein lähetettävät palvelut kuten uutis- ja sääpalvelut. Tekstiviestipalveluiden lisäksi matkapuhelimiin on kehitetty WAP-tekniikkaa (wireless application protocol) käyttäviä palveluja. Suurin menestys matkapuhelinpalveluissa ovat olleet erilaiset puhelimen soittoäänät ja näytön taustakuvat. Yhden tarinan matkapuhelimien sisältöpalvelujen epärealistisista kehittämisestä voi lukea Mato Valtosen kirjasta *Noh, sano naakka ku nokka katkes* (Valtonen 2001).

Suomea pidettiin kansainvälisesti matkapuhelinteknologian kehittämisen ja käyttöönoton edelläkävijämaana 1900-luvun lopussa ja vuosituhanteen taitteessa. Tätä mielikuvaa on luonut suuri matkapuhelinpenetraatio ja erityisesti tekstiviestien lähettämisen suuri määrä. Suomesta matkapuhelinten käytön edelläkävijänä on kirjoittanut muun muassa yhdysvaltalainen Howard Rheingold (2003, 13–22).

Taloudellisesti pitkälle kehittyneissä maissa palvelut ovat vallalla. Esimerkiksi Yhdysvaltojen bruttokansantuotteesta 80 prosenttia on palveluita (Steinbock 2005, 53). Usein kuluttajan matkapuhelin kustannuksista vain murto-osa tulee puhelimen hankinnasta. Asiakkaiden maksut muodostuvat palveluista. Useimmiten puhelimella tehdyistä puheluista. Monissa maissa matkapuhelimet eivät itse asiassa maksa käyttäjille mitään tai ne ovat hyvin halpoja operaattorien kytkeykaupan myötä. Puhelin on tullut palvelupaketin yhteydessä. Suomessa tällainen kytkeykauppa on ollut pitkään kiellettyä ja sen on sanottu olleen syynä siihen, ettei matkapuhelinpalvelut ole kehittyneet Suomessa muiden maiden malliin.

Suomen edelläkävijäasemaa on kyseenalaistanut muun muassa Jarkko Vesa (2004), jonka mukaan Suomen säädelyillä matkapuhelinmarkkinoilla operaattorit eivät pääse luomaan parhaita liiketoimintamalleja. Vesan mukaan matkapuhelinpalvelut kilpailevat Suomessa horisontaalisesti. Tämä tarkoittaa, että operaattorit kilpailevat keskenään, matkapuhelinvalmistajat kilpailevat keskenään ja palveluntarjoajat kilpailevat keskenään. Tähän yhtenä syynä pidetään sitä, että Suomi, yhtenä ainoana Euroopan maana kieltää puhelimen subventoinnin eli ns. kytkeykaupan. Tämä estää operaattoreita myymästä vain heidän verkossaan toimivia puhelimia erityisen halvalla. Suomi muutti lainsäädäntöään vuonna 2006 sellaiseksi, että kytkeykauppa on sallittu uusien kolmannen sukupolven

matkapuhelimien myynnissä. Lailla yritetään edistää matkaviestinteknologian käyttöä ja uusia matkaviestinpalveluita (LVM 2005).

Liikenne- ja viestintäministeriön mobiilipalvelututkimuksessa sanotaan, että kytkeykaupan sallineissa maissa matkapuhelin uusitaan tyypillisesti useammin. Kytkeykaupan puuttuminen on vaikuttanut siihen, että Suomessa on myyty muita maita vähemmän kalliita ja monipuolisimmalla ominaisuuksilla varustettuja puhelimia (Snellman 2006, 16).

Vesan mukaan Suomen matkapuhelinpalveluala on täydellinen vastakohta Japanin vastaavalle. Japanissa sekä palvelut että esimerkiksi puhelimet ovat operaattorien hallussa, jolloin kilpailu on vertikaalista. Asiakas valitsee haluamansa operaattorin ja saa kaikki palvelut yhdestä paikasta. Heikkoutena Japanissa on se, että operaattorikohtaisuus vaatii palveluiden ja puhelinten valmistajilta tuotekehitystä jokaiselle operaattorille erikseen. Japanin suurilla markkinoilla malli on kuitenkin ollut menestys. Japanissa mobiili-internetiä käytti vuoden 2003 lopussa 86 prosenttia matkapuhelimien käyttäjistä. Suomessa arvioitiin vain viiden prosentin käyttävän vastaavanlaisia palveluja. Toinen vertailukohde on datapalveluiden osuus keskimääräisen käyttäjän laskutuksesta. Tekstiviestit mukaan luettuna Japanissa keskimääräisestä matkapuhelimen käyttäjän laskusta 20 prosenttia oli datapalveluita. Suomessa vastaava luku oli 12 prosenttia. Ilman tekstiviestejä oli datapalvelujen osuus vain yhden prosentin, kun Japanissa osuus oli 15 prosenttia (Vesa 2004, 7–9, 13).

Matkapuhelinten palvelut ovat olleet pisimmälle vietyjä Japanissa, jossa NTT DoCOMon tarjoamat palvelut ovat olleet erittäin suosittuja. Palveluihin on kuulunut muun muassa uutispalveluja, säätiedotteita, osakekurssitietoja ynnä muuta. Yhtenä esimerkkinä voi sanoa Zagat-nimisen ravintolapalvelun, jossa on ravintoloiden perustietojen lisäksi myös ravintola-arvosteluja (Steinbock 2005, 72).

Isossa Britanniassa on erilaisia palveluja on tarjonnut Vodafone Live! -palvelu. Pääsääntöisesti viihteellisen sisällön lisäksi tarjolla on myös uutisia ja viestintämahdollisuuksia, kuten sähköposti ja pikaviestinlähetykset (Steinbock 2005, 80).

Tekstiviestit ovat yleistyneet televisio-ohjelmien paluukanava. Esimerkiksi vuonna 2002 Isossa-Britanniassa Popstar-ohjelman tekstiviestitäänestys keräsi 200 000 viestiä tunnissa (Steinbock 2005,

88). Vuoden 2006 Eurovisionin laulukilpailussa voittaja valittiin Euroopan laajuisella tekstiviesti- ja puhelinäänestyksellä.

Tekstiviestien suosion kasvu on ollut hämmästyttävän nopeaa. Vuonna 2002 lähetettiin maailmanlaajuisesti keskimäärin miljardi viestiä päivässä. Vuonna 2000 määrä oli kuusi kertaa pienempi (Steinbock 2005, 89).

6.2.4 Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa

Liikenne- ja viestintäministeriö on julkaissut Suomen mobiilipalvelumarkkinoita kartoittavia tutkimuksia. Viimeisimmän vuoden 2006 tutkimuksen mukaan vuonna 2005 mobiilipalvelumarkkinoiden arvo kasvoi 18 prosenttia 284 miljoonaan euroon. Tutkimuksessa mobiilipalveluihin kuuluvat yksityisviestintä (mm. teksti- ja mms-viestit), sisältöpalvelut (mm. soittoaänet ja pelit) ja datapalvelut (tiedonsiirto). Kaikkien kolmen osa-alueen liikevaihto-osuus kasvoi vuonna 2005 (Snellman 2006, 27).

Mobiilipalveluissa kasvu oli voimakkainta datapalveluissa, jotka kasvoivat 43 prosenttia 30 miljoonaan euroon. Valtaosa syntyi ns. pakettikytkentäisestä tiedonsiirrosta, joka toteutetaan GPRS-, EDGE- ja UMTS-tekniikoilla. (Snellman 2006, 29).

Sisältöpalvelumarkkinat kasvoivat 16 prosenttia noin 71 miljoonaan euroon. Suurin sisältöpalvelukategoria vuonna 2005 oli hakupalvelut, jotka edustivat noin viidennestä markkinoiden kokonaisarvosta. Valtaosa hakupalveluista vuonna 2005 oli henkilöiden puhelinnumeroiden ja nimitietojen tekstiviestihakuja. Toiseksi suurin sisältöpalvelukategoria oli soittoaänet, johon sisältyy erilaiset soittoääniformaatit monofonisista polyfonisiin ja truetonesoittoääniin sekä videosoittoääniin. Näistä merkittävä osa oli televisioon liittyviä chat- ja deittipalveluita. Pelit nousivat neljänneksi suurimmaksi palveluksi ohi kuvapalveluiden. Peleihin sisältyvät Java-pelien lisäksi mm. Televisiossa tarjottavat erilaiset pelipalvelut. Uutis- tai muita journalistisia palveluita ei tutkimuksessa mainita (Snellman 2006, 45).

Tekstiviestipohjainen yksityisviestintä on ollut menestys ja muodostaa merkittävän osan operaattoreiden kokonaistuloista. Sen sijaan muut yksityisviestintämuodot, kuten esimerkiksi MMS- eli multimediaviestintä, eivät ole kasvaneet liikevaihdoltaan yhtä merkittäviksi. (Snellman 2006, 34).

Suomessa lähetettiin lähes 2,8 miljardia yksityisviestiä vuonna 2005, mikä on noin 29 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Jokaisesta liittymästä lähetettiin keskimäärin 43 yksityistekstiviestiä kuukaudessa vuonna 2005. Markkinoiden arvo kasvoi 178 miljoonaan euroon vuonna 2005, mikä on noin 13 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Markkinoiden arvo kasvoi siitä huolimatta, että samaan aikaan tekstiviestien lähettämisen hinnat laskivat (Snellman 2006, 35).

Muita yksityisviestintäpalveluja, kuten mobiilisähköpostia, push-to-talk, pikaviestintä ja langattomia internet-puheluita on alettu tarjoamaan jo vuonna 2005 tai sitä ennen. Niiden taloudellinen merkitys operaattoreille on kuitenkin pysynyt vähäisenä (Snellman 2006, 35).

6.3 Mobiil- internet

Matkapuhelimien yhteydessä käytetään usein käsitettä mobiili-internet. Käsite on vaikeatulkintainen, sillä se antaa käsityksen, että olisi olemassa toinen tietoverkko, joka poikkeaisi tietokoneiden välisestä internetistä.

Internet on tietokoneiden luoma verkko, johon toisistaan riippumattomat tietokoneet voivat kiinnittyä. Mobiili-internet ei ole ainakaan toistaiseksi erillinen verkko, jonka mobiililaitteet loisivat. Mobiili-internet on mitä suurimmassa määrin kytköksissä internetiin. Kaikki palvelut, joita mobiililaitteilla käytetään ovat edelleen kiinteän verkon laitteissa. Mobiili-internetissä onkin kyse siitä, että mobiililaitteella käytetään internetin palveluita.

Internetpalvelujen käyttö matkapuhelimella asettaa omat vaatimuksensa. Toistaiseksi kiinteän linjan internetillä käytetyt palvelut vaativat ensinnäkin palvelun optimointia tietokonetta pienempää laitetta varten ja sisältö on pystyttävä siirtämään matkapuhelimeen (Steinbock 2005, 107).

Internet on kehitetty ja se kehittyy kokoajan huomioiden tietokoneiden kehityksen. Valtaosa sen palveluista on tarkoitettu käytettäväksi tehokkailla tietokoneilla, joissa on suuret kirkkaat ja värikylläiset näytöt. Nykyiset matkapuhelimet ovat nopeasta kehityksestä huolimatta vielä kaukana tästä.

Matkapuhelimia varten onkin tehty omia sivuja, joita on joustava käyttää pienemmillä laitteilla. Esimerkiksi matkapuhelimien sähköpostipalvelut ovat varsin riisuttuja versioita tietokoneiden monipuolisista sähköpostiohjelmista.

Matkapuhelimille internetin joustava käyttö onnistui ensi kerran pakettivälitteisen tiedonsiirtoa tukevan GPRS-tekniikan (general packet radio service) avulla. Sitä aiemmin tietoliikenneyhteydet olivat hitaita. GPRS on pakettivälitteistä tiedonsiirtoa, mikä voi olla IP-pohjaista (internet protocol) tiedonsiirtoa. Vaikka GPRS-tiedonsiirto on varsin hidasta, niin sen avulla voi kuitenkin käyttää internetiä. GPRS-puhelimien muiden ominaisuuksien vuoksi internet-sivujen tekijöiden on otettava erikseen huomioon matkapuhelimien käyttäjät. Useat uutispalvelut ovat näin tehneetkin tekemällä tekstipohjaisia sivuja, joissa esimerkiksi kuvien määrää ja kokoa ollaan karsittu.

Usein GPRS-tekniikkaa käytetään tiedonsiirtokanavana esimerkiksi kannettavaa tietokonetta käytettäessä.

GPRS:ää nopeampia tiedonsiirtonopeuksia on matkapuhelimiin saatu UMTS-tekniikoilla (universal mobile telecommunications system). Näissä tekniikoissa matkapuhelimen tiedonsiirto nousee ainakin teoriassa kotiin myytävien laajakaistayhteyksien tasolle. Samalla puhelimien tekniikka on kehittynyt niin, että esimerkiksi videonkatselu onnistuu puhelimella. On kuitenkin syytä muistaa, että samaan aikaan kotien ja työpaikkojen tietokoneet ja tietoliikenneyhteydet kehittyvät, minkä vuoksi internetin palveluista ei edelleenkään valtaosa ole luontevasti käytettävissä matkapuhelimilla.

6.3.1 Mobiilin sisällön kehitys

Vaikka kiinteään tiedonsiirtoon ja suurella näytöllä varustetun tietokoneeseen perustuva internet harppoo eteenpäin kovaa vauhtia, on merkkejä olemassa, että internet ja mobiilisuus ovat lähestymässä toisiaan.

Dan Steinbockin mukaan mobiilisuuden ja internetin konvergenssi eli lähentyminen tapahtuu kahdesta suunnasta. Mobiilialan yhtiöt ovat suuntaamassa ääniliiketoiminnasta data-liiketoimintaan.

Tietotekniikkayhtiöt puolestaan siirtyvät data-liiketoiminnasta kohti ääntä. Palvelut eivät ole enää pelkkää puheen siirtoa tai henkilöiden välistä viestintää. Uudet palvelut tarvitsevat sisältökeskeisiä

liiketoimintamalleja. Siksi media- ja viihdeyhtiöt tulevat mukaan kehittyneille matkapuhelinmarkkinoille (Steinbock 2005, 13–14).

Steinbockin mukaan matkapuhelimien uudet palvelut voidaan jakaa neljään kategoriaan (Steinbock 2005, 90–104)

1) Rich voice eli ääntä välittävät lisäpalvelut. Tällaisia ovat esimerkiksi videopuhelut ja Push to Talk over Cellular -palvelu, jossa matkapuhelinta voidaan käyttää radiopuhelimen lailla eli pitää pysyvää yhteyttä toisiin matkapuhelimeen ja viestiä tarvittaessa puhuen.

2) Mobiili-internet, matkapuhelimella päästään lähes samanlaiseen käyttöön kuin kiinteillä internet-yhteyksillä. Matkapuhelimella voi muun muassa selailta internetsivustoja, ladata tiedostoja, lukea sähköposteja ja katsella videostreaming-palveluja. Mobiililla internetillä voi myös käyttää yritysten sisäisiä palveluja turvallisesti matkapuhelimella.

3) Viestintä, kuten tekstiviestit, multimediamviestit ja pikaviestintä matkapuhelimella.

4) Sisältöpalvelut, kuten personoidut uutispalvelut, jolloin käyttäjä saa uutisia aiheista, joista hän on niitä itse toivonut. Uutispalvelujen lisäksi suosiota voi odottaa viihteellisille palveluille. Tähän mennessä suosituimpia sisältöpalveluita ovat olleet erilaiset soittoäänät, logot ja kuvat, joilla puhelimia on personoitu. Sisältöpalveluita ovat myös muun muassa erilaiset transaktiopalvelut, kuten pankki- ja maksupalvelut sekä tietokantapalvelut, kuten puhelinluettelot ja sanakirjat.

Uusissa mobiilipalveluissa selailu tulee olemaan yksi tärkeimmistä matkapuhelimen sovelluksista ja olemaan perustapa, jolla löydetään ladattava sisältö matkapuhelimeen. Selailua voidaan edistää joko vedolla (pull) tai työnöllä (push). Vedon tapauksessa käyttäjä valitsee napin painamisella seuraavan luettavan sivun. Työnön tapauksessa palvelun tarjoajan palvelin aloittaa toiminnan sisällön toimittamiseksi puhelimeen (Steinbock 2005, 118). Uutispalvelujen tapauksessa voi sanoa, että uutissivusto, jonka käyttäjä lataa puhelimeen on pull-palvelu ja tekstiviestiuutinen push-palvelu.

6.3.2 Uusien matkapuhelinpalvelujen kehittyminen

Tekstiviestien, soittoäänien ja logojen jälkeen voi sanoa uusien matkapuhelinpalvelujen alkaneen tulla käyttöön vuoden 2002 jälkipuoliskolla, jolloin ensimmäiset multimediamviesti-palvelut (MMS) tulivat käyttöön pioneerimarkkinoilla (Steinbock 2005, 117). MMS:llä pystyi aluksi lähettämään valokuvia.

Hyvin nopeasti pystyi myös lähettämään videoita. Kuva- ja videoviestien lähettämistä varten matkapuhelimissa yleistyivät myös kamerat ja nopeammat tiedonsiirtoverkot.

Matkapuhelimiin on jo jonkin aikaan voinut ladata lyhyitä videotallenteita. Videotallenteen lataamista rajoittaa päätelaitteen kapasiteetti, koska lataamalla tallenteen se siirtyy ja tallentuu kokonaan puhelimeen, mikä vaatii paljon muistitilaa.

Video streaming eli videon lataaminen virtana tarkoittaa sitä, että videon katselu voidaan aloittaa ennen kuin koko tallenne on puhelimessa ja niin, ettei videota tallenneta puhelimeen. Tällöin voi seurata suurempia tallenteita. Palvelun laatuun vaikuttaa ratkaisevasti tiedonsiirtoyhteyden nopeus.

Streaming-palvelulla voi tehdä uusia ja entistä monipuolisempia palveluja, kuten television ja radion uutislähetykset, monipuolisemmat pelit, web-kamerat, monipuolisemman viestinnän ajatuksella ”näe mitä minä näen” (Steinbock 2005, 120).

6.4 Matkapuhelin journalistisena kanavana

Tekstiviestiuutinen eroaa merkittävästi perinteisistä uutispalveluista. Rajoitteistaan huolimatta sillä on edellytyksiä olla sekä nopein että tavoittavin uutisväline.

6.4.1 Matkapuhelin uutisvälineenä

Uutista eri muodossa on tutkinut Tapani Huovila vuonna 1999 tehdyssä tutkimuksessa *Uutinen eri välineissä* (Huovila, 2001). Tässä tutkimuksessa on mukana myös gsm-tekstiviestiuutinen. Huovila (1995) on aiemmin tutkinut eri uutisvälineitä *Uutisvuorokausi*-tutkimuksessaan.

Uutisvälineenä tekstiviestiuutinen elää tilanteessa, eikä vastaanottaja tiedä etukäteen milloin uutinen tulee. Se missä ja kenen seurassa ollaan uutisen saapuessa, ratkaisee sen luetaanko uutinen heti (Huovila 2001,12).

Huovisen mukaan gsm- ja internetin web-uutiset ovat yksilökeskeisiä välineitä eli niiden käyttäjä toimii pääsääntöisesti yksin ja vastaanottaa uutisten lisäksi muita viestejä. Matkapuhelinta ja internetiä käytetään myös tehokkaaseen kahdenväliseen tiedonvaihtoon.

Muihin medioihin verrattuna tekstiviestiuutinen haastaa nopeudessaan radion, jota on pidetty perinteisesti nopeimpana viestimenä uutisten välittämiseen. Tähän on syynä ollut kevyehkö radiotekniikka, jonka avulla päästään nopeasti paikkoihin, joissa yllättäen tapahtuu jotain. Radion ominaisuuksiin kuuluu myös sen taustalla olo, jolloin sitä voi seurata vaihtelevalla intensiteetillä (Huovila 2001, 6).

Television vaikuttavuuteen tekstiviestiuutisella tuskin on pitkään aikaan mahdollisuuksia. Televisio pystyy näyttämään liikkuvaa kuvaa tapahtuneesta ja siksi siihen liittyy luotettavuuden vaikutelma. Myös televisiota käytetään taustakohinana ja sitä vain kuunnellaan (Huovila 2001, 6). Televisioon liittyy myös tekstitelevisio, josta uutisia voi lukea tekstimuodossa. Digitelevision yhteydessä tekstitelevision tulevaisuudelle on laitettu suuria odotuksia. On puhuttu niin sanotusta supertekstitelevisiosta, joka käytännössä lähentäisi tekstitelevisiota internetin suuntaan.

Sanomalehti on sähköisiin medioihin verrattuna hidas mutta toisaalta juttujen tekemiseen on enemmän aikaa kuin muissa nopeammassa välineissä. Siksi sitä pidetään taustoittavana uutisvälineenä. Sanomalehdissä on etuna myös paikallisuus.

Tekstiviestiuutiset antavat mahdollisuuden olla sosiaalisen huomion keskipisteenä. Matkapuhelimeen tullut viesti kiinnostaa myös muita samassa seurassa olevia (Huovila 2001, 4). Perinteisemmissä medioissa erityisesti televisio koetaan sosiaalisena välineenä.

Huovilan mukaan tekstiviestiuutisesta tulee tavoittavin uutisväline, jos matkapuhelin yleistyy jokaisen vastaanottajan mukana olevaksi perusvälineeksi ja vastaanottajat hankkivat käyttöönsä uutispalveluja (Huovila 2001, 8). Huovilan ehdoista ensimmäinen on toteutunut ainakin useimmissa länsimaissa, sen sijaan uutispalvelujen tilaaminen ei ole yleistynyt kovinkaan paljoa. Tilaajalleen tekstiviestiuutinen on erittäin tavoittava. Puhelimeen tallentuva uutinen on luettavissa siitäkin huolimatta, että juuri uutisen tullessa sitä ei huomannut tai sitä ei ollut mahdollista lukea. Tekniset edellytyksen rajaavat uutisten pituuden alle 160 merkkiin, mikä antaa se vastaanottajalle virikkeen saada enemmän tietoa asiasta muista välineistä eli tekstiviestiuutinen ruokkii muita uutisvälineitä (Huovila 2001, 45).

Tekstiviestiuutinen kertoo uutisen. Niissä ei niiden lyhyen muodon vuoksi ole juurikaan varaa muille

äänille saati sitten suorille lainauksille. Esimerkiksi televisiossa välineen avulla voi korostaa haastateltavien roolia. Tekstitelevisiossa ja sanomalehdissä merkittävä rooli on kerronnan lisäksi epäsuoralla kerronnalla. Siellä suoria lainauksia käytetään korostamaan asiaa.

6.4.2 Matkapuhelimien uutispalveluja

Tekstiviestiuutinen on yksi uusista uutispalveluista, joita matkapuhelimella voi käyttää. Tekstiviestien lisäksi uutisia ja muuta toimitettua materiaalia voi matkapuhelimella lukea internet-palvelujen sivuilta. Useilla uutispalveluilla on matkapuhelimelle suunnitellut sivut, joiden sisältöä on varsinaisia sivuja rajallisempaa, mutta toisaalta joustavampi lukea matkapuhelimen rajallisille ominaisuuksille. Matkapuhelimiin on saatavalla myös uutissovelluksia, joista journalistista sisältöä voi lukea ja katsella.

6.4.2.1 Tekstiviestiuutiset

Tekstiviestiuutisia on ollut saatavilla muun muassa Ylellä ja MTV3:lla. Tekstiviestiuutisissa vastaanottaja saa uutisen tekstiviestinä matkapuhelimeensa heti, kun uutinen on toimituksessa tehty. Esimerkiksi Ylellä uutiset lähetetään klo 7–23 välillä, jos ei mitään suuria uutisia ole. Vastaavanlainen periaate on ollut myös MTV3:sella. Yhden uutisen hinta vuonna 2007 oli 35 senttiä, joten vastaanottaja ei tiedä miten paljon palvelu tulee maksamaan, sillä uutisten määrä vaihtelee. Tutkimuksen kohteena olleita MTV3:n tekstiviestiuutisia on käsitelty tarkemmin aikaisemmin. Ylen uutisissa on myös vaihtoehtona urheilu-uutisten tilaaminen.

MTV3 on myös kokeillut multimediauutisten lähettämistä. Multimediaviestiin mahtuu huomattavasti enemmän tekstiä kuin tavalliseen tekstiviestiin. Sen lisäksi viestissä voi olla mukana valokuvia ja ääntä.

6.4.2.2 Wap-uutiset

Wap-selaimilla varustetuissa puhelimissa voi käyttää myös wap-uutispalveluja. Wap-palveluissa nopea tiedonsiirtoyhteys tekee palvelun käytöstä mielekkäämpää. Erityisesti ripeämmässä 3G-verkossa toimivassa puhelimessa wap-palveluiden käyttö on varsin sujuvaa, vaikka mukana olisi kuviakin. Esimerkiksi Ylen wap-palvelun käyttö ei maksa muuta kuin teleoperaattorin perimän tiedonsiirtomaksun. Ylen palvelusta voi katsoa muun muassa uusimpia television uutislähetystyksiä. Niitä suositellaan kuitenkin vain 3G-puhelimilla katsottavaksi. Ylen wap-palvelussa on tarjolla myös muita

kuin uutisia. MTV3:n wap-uutiset ovat kuvilla varustettuja tekstiuutisia. Myös teleoperaattoreilla on uutisia omissa wap-palveluissaan.

6.4.2.3 Uutissovellus

Symbian käyttöjärjestelmillä toimiviin älypuhelimiin voi asentaa erillisiä sovelluksia aivan kuten tietokoneisiin. Esimerkiksi Nokia on tarjonnut Kanavat-nimistä uutissovellusta, jolla voi Suomessa seurata esimerkiksi Kauppalehden, Ylen, Helsingin Sanomien ja Talentumin uutistarjontaa. Kanavat on matkapuhelimeen asennettava sovellus, johon voi päivittää eri uutispalvelujen uutisia. Ohjelma ja sen käyttö on ilmaista, mutta operaattori perii tiedonsiirtomaksun.

6.5 Aiemmasta tutkimuksesta huomioitavaa

Matkapuhelimen käytöstä uutisvälineenä tai ylipäättänsä minkään sisällön välineenä on kyse sekä teknisestä että ihmisten käyttäytymiseen liittyvistä asioista. Aiemmasta tutkimuksesta voi vetää sen johtopäätöksen, että matkapuhelimen ominaisuuksien kehitys tapahtuu varsin nopeina teknisinä harppauksina. Toisaalta teknologioiden ja palvelujen käyttöönotossa voi mennä aikansa eikä hyväkään idea välttämättä menesty. Toisaalta taas jonkin teknisen ominaisuuden käyttö saattaa nousta huimasta odotettua suuremmaksi.

Tekniikan puolesta matkapuhelin sopii mainiosti uutisvälineeksi jo nyt. Se löytyy suurelta määrältä ihmisiä. Se voi siirtää teknisesti äänen lisäksi kuvaa ja tekstiä. Matkapuhelinverkot ovat tehokkaita ja luotettavia. Tekniikka myös kehittyy nopeasti, joten tulevaisuudessa ominaisuudet voivat olla entistä soveltuvammat monipuoliselle uutisvälineelle.

Matkapuhelimen suosion takana on pitkälle kaksi asiaa. Ensinnäkin laitteen hinnan oli laskettava tarpeeksi, että matkapuhelimen hyödyt suhteessa sen hintaan tulivat järkevälle tasolle yhä useammille. Hinnan laskiessa matkapuhelin alkoi olla oletusarvoisesti lähes kaikilla. Se laski entisestään hintaa ja lisäsi hyötyä, kun matkapuhelimella viestimisestä tuli luonnollinen tapa toimia. Samanlainen kehitys tapahtui tekstiviestien osalta, tosin vielä vauhdikkaammin. Monen muun palvelun osalta käyttöönotto ei ole tapahtunut yhtä reippaasti tai ne ovat jääneet kokonaan yleistymättä, kun esimerkiksi kilpaileva palvelu tai tekniikka on osoittautunut paremmaksi.

7 Matkapuhelin ja journalismi – käyttäjän näkökulma

Kirjallisuuden lisäksi olen selvittänyt matkapuhelimen mahdollisuuksia uutisvälineeksi haastattelemalla tekstiviestiuutisten tilaajia. Haastatteluista selviää, että uutta uutispalvelua käytetään etupäässä perinteisten käyttösyiden vuoksi. Rentoutumisen, henkilökohtaisten suhteiden luomisen, oman identiteetin rakentamisen ja tiedon hankinnan lisäksi matkapuhelimelle löytyi uudenlainen käyttötarkoitus. Se toimii muista medioista poiketen myös valvovana palveluna. Siltä odotetaan nopeutta, kun suuria uutisia tapahtuu. Se on myös kanava toisiin uutisvälineisiin. Suppeudestaan huolimatta tekstiviestiuutinen jopa korvaa jonkin verran toisia uutispalveluja.

7.1 Tiedonhankinta tärkein syy palvelun tilaamiseen

Haastattelujen tuloksena lähes tulkoon kaikki tekstiviestiuutisten tilaamiseen ja niiden käyttöön liittyvät perustelut ja toiminnot osoittivat tiedonhankinnan suurimmaksi syyksi palvelun tilaamiselle. Kaikilla haastatelluilla työ oli ensisijainen tiedon tarpeen syy.

Mä olen viestintäihminen. Mä olen viestintäpäällikkö, ja mun mielestä kuuluu tietää asioista ja mun kuuluu sitten informoida taas meidän johtoa, jos tapahtuu jotain sellaista, mihin pitää reagoida, jollain tasolla välittömästi. (Viestintäpäällikkö 1)

Tulos on odotetunlainen. Onhan tekstiviesti uutisena hyvin lyhyt, muutaman lauseen mittainen ja se sisältää korkeintaan muutaman tiedon.

Tiedonhankinta argumentti oli myös oikeutus palvelun käytölle. Vaikka kaikki saivat palvelun ilmaiseksi, sitä puolusteltiin usein hyötykäytöllä. Samaa argumenttia on käytetty ennen matkapuhelinten yleistymistä niiden käyttöönoton perusteluna. Matkapuhelinten käyttö oli aluksi ammattikäyttöä ja niiden käyttäjät antoivat tai heidän odotettiin antavan itsestään tärkeilevän kuvan. Matkapuhelinten erikoisominaisuutta liikemiesten tärkeänä työkaluna käytettiin aluksi mainonnassakin (mm. Steinbock 2005). Samoin Kaarle Nordenstrengin 1970-luvun visioissa matkapuhelinten odotettiin yleistyvän vain liikemiesten käytössä (Nordenstreng 2000). Tärkeilevän käytön on jopa epäilty hidastavan matkapuhelinten käyttöönottoa (Cox ja Leonard 1990) esimerkiksi vanhusten ja lasten keskuudessa. Tiedonhankinnan tärkeyden korostuminen haastatteluissa tukee ajatusta, että uutispalveluiden tapaisten palvelujen nähdään helposti olevan turhakkeita, jos niihin ei löydy selvää

tarvetta. Tämä hidastaa palvelujen muuttumista massojen käytettäväksi.

Tekstiviestiuutisten käytön perustelu työn vuoksi antoi ymmärtää, että palvelun käyttöä pidettiin hieman turhana. Se, että palvelua eivät muut käyttäneet, lisäsi hyötykäytön merkitystä perusteluissa. Ilman tekstiviestiuutisiakin tulisi toimeen, joten palvelua käytettiin sen vuoksi, että oma toiminta tehostuisi. Samanlaiset perustelut olivat tyypillisiä matkapuhelimien käyttöönotolle alkuaikoina. Mukana kulkeva puhelin takaa tavoitettavuuden. Ja jos oli oltava kokoajan tavoitettavissa, siihen oli löydettävä hyvä syy, joka useimmiten oli tärkeä työ. Matkapuhelimien yleistyessä perusteluja niiden käytölle tarvittiin huomattavasti vähemmän. Tavoitettavuudesta on tullut odotusarvo.

Nykyään ollaan menty entistä enemmän siihen, että matkapuhelimen käyttämättömyyttä tarvitsee perustella. Esimerkiksi lehtiartikkeleissa se, että henkilö ei käytä matkapuhelinta on yllättävää, vaatii usein tarkat perustelut ja voi nousta jopa uutisaiheeksi. Mediassa matkapuhelimen käyttämättömyyden perusteluina on ollut muun muassa pelko säteilyn vaaroista, sähköallergia ja silkka vastenmielisyys uuteen teknologiaan.

Matkapuhelin on kuitenkin edelleen pysynyt statusarvona, kuten selviää esimerkiksi nuorisolle tehdyissä matkapuhelintutkimuksissa (Kasesniemi ja Rautiainen 2001). Vaikka kyseessä ei olekaan enää vertailu siitä onko puhelin taskussa vai ei. Statusta voivat nostaa puhelimen ominaisuudet sekä erityisesti palvelut, joita sillä käytetään. Hieno ja teknisesti monipuolinen puhelin kertoo teknisestä osaamisesta, ja kun kerran mahdollista on, niin ominaisuuksia myös käytetään. Toisaalta haastateltujen joukossa teknistä kiinnostusta myös vähäteltiin ja korostettiin hyötyä. Ei haluttu olla friikkejä

Kun on tällainen perusmatkapuhelin, eikä kommunikaattorityyppistä laitetta. Tämä on aika äärimmillään, mihin mä sitä käyttäisin. Sitten on friikit erikseen. Mä en ole muutenkaan mikään friikki. En myöskään tässä asiassa. (Suunnittelupäällikkö 1)

Tekstiviestiuutisten rajoitukset ja haastateltujen ahkera mediankäyttö korosti muiden medioiden arvostusta. Toisaalta kiireinen työ esti muiden medioiden seuraamisen päivän aikana, mikä edelleen korosti palvelun tärkeyttä tiedonhankinnassa.

Mä en netistä aina katso näitä, enkä katso edes päivittäin uutisia niin mä luotan siihen, että saan

tärkeimmät uutisotsikot tuohon puhelimeen. (Viestintäpäällikkö 1)

Tekstiviesti ei varsinaisesti korvannut muiden medioiden käyttöä, mutta se muutti uutisseurantaa niin, että muiden uutispalvelujen seuranta väheni tai siirtyi. Tekstiviesti toimii tiedonhankinnassa tukitoimintana, siitä huolimatta, että se on yleensä ensisijainen tiedon lähde. Rajallisuudestaan johtuen suurten uutistapahtumien seuraaminen pelkkien tekstiviestiuutisten avulla on vaikeaa, joten kun erityisen kiinnostavaa tapahtuu, niin tekstiviestiuutinen on yllyke siirtyä seuraamaan uutista muualta. Toisaalta, jos muiden uutispalvelujen ääreen ei ole mahdollista mennä, matkapuhelimeen tulevat uutiset koetaan henkireikänä, joiden avulla pysyy asioiden tasalla.

Lisätietoa haettiin useimmiten vakiintuneista uutislähteistä, kuten televisiosta, Kauppalehti Onlinesta ja STT:n uutispalvelusta.

Impulssi tulee sieltä uutisen puolelta. Verrattuna sitten lehtiin tai radioihin tai televisioon tai STT:n palveluun, niin ne aina edellyttää minulta itseltä aktiivisuutta hakeutua sen tiedon äärelle. Elikkä tämä tekstiviestiuutinen antaa minulle impulssin hankkia lisää tietoa jostain muusta kanavasta, jos se on tarpeen. (Tiedotuspäällikkö 1)

Matkapuhelimen paikkariippumattomuus on erikoispiirre, joka on vaikuttanut puhelimien yleistymiseen ja suosioon. Puhelimen teknisten ominaisuuksien parantuessa ja koon pienentyessä mukana kulkeva puhelin on muodostunut kanavaksi muuhun maailmaan siitä riippumatta missä itse on.

Parhaiten tekstiviestiuutisten eroavuutta muista medioista kuvaa juuri sen vaivaton mukana kulkeminen. Tämä on selvästi myös matkapuhelimen käytettävyyden paras peruste. Etäläsnäolon käsite (mm. Heinonen S 2000) toimii myös uutispalveluissa. Paikkariippumattomuus vapauttaa uutisten seuraajan tiedonhausta. Kännykän avulla yhteys uutistoimitukseen on koko ajan auki.

Kun tekstiviestipalvelu on tilattu, se ei vaadi käyttäjältä lisätyötä matkapuhelimen normaalin käytön lisäksi. Riittää, että puhelin on mukana ja päällä. Uutiset tulevat heti, kun jotain merkittävää tapahtuu. Taskussa oleva puhelin on useimmiten päällä ja siihen tuleva viesti luetaan mahdollisimman nopeasti. Useat haastateltavat kokivat tekstiviestiuutisten etuna sen vahtivan roolin. Uutisseuranta ja -seulonta oli siirretty tekstiviestiuutisten toimittajille. Tällöin palveluksi ei koettu pelkästään saapuvia uutisia, vaan

myös uutisten väliaika, jolloin uutisia ei tullut.

Matkapuhelimen asynkronisuus (Tella & Mononen-Aaltonen 1998) tuki tiedonhankintaa. Uutispalvelun seuraaminen ei edellyttänyt käyttäjältä valmiutta olla vastaanottamassa uutista. Jos paikka ei ollut sopiva, uutinen tallentuu puhelimeen ja on heti käsillä, kun aika on sopiva. Matkapuhelimen yleisyys ja huomaamattomuus antavat mahdollisuuden seurata tulevia uutisia huomaamattomasti.

Mulla on yleensä palaverissa puhelin kokoustoiminnolla ja se piippaa ja mä katson, että yksi viesti tullut, niin kyllä mä heti katon, että minkälainen se viesti on. Että onks se soita-viesti vai onks se tästä 16111, muistaakseni on se tunnus, ja kyllä mä sen... jos vaan on sellainen hetki niin mä sitten siinä pöydän alla kattelen mikähän se mahtas olla, mähän en olis tällä alalla ellen mä olis ihan oikeasti äärettömän utelias. (Viestintäpäällikkö 1)

Kyllä mä pystyn, mä oon aika härski sillä tavalla. Mulla on äänettömällä, ja kyllä mä sillai seuraan. (Viestintäpäällikkö 2)

Kun tärkeää tietoa tuli, niin se oli kaikissa tapauksissa heräte tiedon lisähakuun ja tiedon levittämiseen. Mahdollisuutta lähettää viesti eteenpäin hyödynnettiin vähän, vaikka sen olisi luullut olevan selkeä etu tiedon jakamisessa.

Koskaan en ole lähettänyt. En ole edes ajatellut... (Päätoimittaja 1)

Perusteluna sille, että viestejä ei lähetetty käytettiin sitä, ettei oltu varma saako viestejä lähettää tekijänoikeussyistä. Tällainen kommentti kertoo kiitettävästä toimitustyön huomioon ottamisesta. Mieleen tulee vertaus lehtiin: aivan kuin luettua sanomalehteä ei voisi antaa eteenpäin, koska se rikkoisi lehdentekijöiden oikeuksia.

Viestien edelleen lähettämällä voisi olla yleistyessään palvelun suosiota vähentävä vaikutus, kun uutiset leviäisivät muutenkin. Uutisten luotettavuus voisi kuitenkin vähentyä. Tekstiviestiuutista voi muokata ja sitten lähettää se sitten eteenpäin. Toisaalta tässä etua saisi alkuperäisen viestin vastaanottoja. Kun uutinen tulisi suoraan mediapalvelusta, niin sen luotettavuus olisi taattu. Tämä voisi

puolestaan lisätä palvelun suosiota, koska alkuperäisen viestin saajalla olisi valta informaatioon ja siihen lähettääkö hän sen eteenpäin, milloin lähettää ja missä muodossa. Vaikutus voisi olla samanlainen kuin matkapuhelimien (ja myös television ja radion) yleistyessä. Kun alkaisi näyttää siltä, että enemmistö käyttää palvelua, niin on turha jättäytyä ulkopuolelle.

7.2 Keskustelun avauksia

Tiedonvälitys on tärkeä uutisten tehtävä, mutta myös niiden sosiaalinen vaikutus on lähes yhtä tärkeä ellei jopa tärkeämpi. Käyttötarkoitustutkimuksessa ollaan tutkittu erityisesti viihteen seuraamista tiedotusvälineissä (McQuail 2000). Samat käyttäytymismallit koskevat kuitenkin myös uutisia, vaikka ne olisivat kuinka kovia.

Uutisista keskustelu on ollut osa niiden historiaa alusta alkaen. Uutisten alkuperä löytyy esihistoriallisen ihmisen nuotiopiireistä, jossa vieras kertoo mitä muualla tapahtuu ja kerää lisää uutisia eteenpäin vietäväksi. Varmaa tietoa on mahdoton saada, mutta helposti voi kuvitella, että ihmisten tiedon kasvaessa, yhä useammin myös keskustelu ja mielipiteenvaihto vilkastui mehevän uutisen jälkeen. Sama tapa levisi sanomalehtien synnyn myötä osaksi kahvilakulttuuria, joissa uutisten kertomisella oli aina ollut merkittävä rooli (mm. Stephens 1996 sekä Nordenstreng ja Starck 1992). Samat tavat ovat nähtävissä tämän päivän työpaikoilla. Esimerkiksi Suomessa iltapäivälehdet ovat hyvin suosittuja. Niiden toiminnan merkittävin kantava tekijä tuntuu olevan luoda keskustelunaiheita. Iltapäivälehtien osalla keskustelun herättäminen tuntuu olevan vielä itseään kasvattavaa toimintaa. Mehevällä ja ihmisiä kuohuttavalla uutisella lehteä myydään monta päivää.

Tekstiviestiuutisten osalta tämä uutisten rooli ei ole yhtään vähäisempi. Vaikka suurin syy tekstiviestien tilaamiseen oli tiedonhankinta, niin useimmille haastatelluille oli harvinaista tilanne, jossa välittömän tiedon tarve oli hyödyllistä. Sen sijaan useimmat myönsivät suurimman osan uutisista olevan niin sanottuja nice-to-know-tietoa.

Uutiset otettiin puheenaiheeksi ennen palaverin alkua ja työpäivän kuluessa kerrottiin mitä maailmalla tapahtuu. Vaikka uutiset eivät olisi olleetkaan suoraan työhön liittyviä, oli niistä silti hyötyä, esimerkiksi rupattelun aiheina.

... kuitenkin myös joudun ihan rupattelemaan ja keskustelemaan ihmisten kanssa ja silloin on

tärkeää tietää noin laajemminkin siitä mitä maailmassa on meneillään. (Tiedotuspäällikkö 1)

Jos paljon liikkuu kokouksissa, tilanteissa, joissa pientä small talkia pitäisi koko ajan harrastaa, niin se on ihan älyttömän hyvä väline, että sulla on joku päivän tuore uutinen, josta sä lanseeraat keskustelun jonkun kokouksen alkuun, tai lounaalla. Ettei tarvi puhuu ihan niitä näitä. Silti sä tuot aina siihen keskusteluun jonkun ihan uuden asian, jota todennäköisesti kukaan muu ei ole kuullut. (Suunnittelupäällikkö 1)

Haastateltavien kommentteissa tekstiviestiuutisten nopeus oli tärkeää myös silloin, kun uutinen toimi vain keskustelun herättäjänä. Se kenellä tieto on ensimmäisenä, saa etulyöntiaseman. Ihmetystä herättävä uutinen on mitä parhain keskustelun avaaja. Keskustelun spontaanisuutta lisää se, että uutinen on tuore. Yllätysmomentti tuottaa helpommin vilpittömät reaktiot. Sen puolestaan voisi olettaa sulattavan myös jäykkää tilannetta.

Hyöty on suhtkoht vähäinen. Ne on sellaisia nice-to-know -juttuja ehkä enempi tai ehkä vaan muutaman kerran vuodessa sieltä iskee läpi joku sellainen uutinen joka johtaisi johonkin toimenpiteeseen. Muuten ne on ehkä keskustelun, small talkin pohjaksi tai jotain muuta. (...) brassailee toisille että kuuli ensimmäisten joukossa jotain tai sitten kun menee palaveriin niin voi ikään kuin aloittaa sillä aiheella. (Toimitusjohtaja 1)

7.3 Uutiset viihdyttivät, mutta viihdeuutisia ei kaivata

Mobiiliuutisten tilaajat perustelivat tekstiviestiuutisten tilaamisensa nopean tiedon tarpeellisuudella. Sen lisäksi tekstiviestit antoivat omalla pienellä tavallaan hupia arjen aherrukseen.

Kaikille haastateltaville tuli MTV3:n mobiiliuutiset, jotka lähettävät päivän aikana tärkeimmät uutiset. Palveluun oltiin tyytyväisiä, mikä oli odotettavissa, sillä kaikki tilasivat palvelun omasta tahdostaan. Kriittisimmätkin näkivät palvelun hyödylliseksi.

Useimmiten palvelun kritiikki kohdistui haastateltavien mielestä turhiin uutisiin. Urheilu-uutisten paljous ärsytti monia. Samoin usein toistuvat tapahtumat, kuten itsemurhaiskut Israelissa ja Irakissa. Kaikki uutiset kuitenkin luettiin ja osa haastatelluista oli huomannut uutisten seuraamisen laajentuneen.

Viestimiä ei seurata pelkästään hyötymistarkoituksessa. Joukkoviestimien tärkeä rooli on myös viihdyttäminen. Monesti se on sen tärkein rooli. Pako arjen huolista viestimien avulla on todettu jo käyttötarkoitustutkimusten alkuvaiheessa. Matkapuhelimen rooli viihdyttäjänä tulee tulevaisuudessa näkymään enemmän kun palvelut paranevat. Merkkejä tästä näkyy jo ensimmäisissä mobiilitelevisiotutkimuksissa. Matkapuhelinta käytetään viihdetarkoitukseen etenkin silloin, kun täytyy odotella (mm. Repo, Hyvönen, Pantzar ja Timonen 2003).

Tekstiviestiuutisella ei samanlaista roolia ole. Uutinen ei katso paikkaa tai aikaa. Se tulee, kun jotain tapahtuu. Vanhojakaan uutisia ei haastattelujen mukaan pidetty varastossa ja luettu, kun ylimääräistä aikaa oli. Miksi olisikaan. Lyhydessään tekstiviestiuutinen ei paljoa aikaa tapa. Oma viihteellinen arvonsa tekstiviestiuutisilla kyllä oli.

Tekstiviestiuutiset antoivat haastateltaville paljon nice-to-know-tietoa eli useimmat uutiset eivät olleet haastateltaville tärkeitä, mutta tieto oli heistä silti hauska tietää. Tiedosta saattoi jopa olla hyötyäkin, esimerkiksi puheenaiheen antajana, kuten olemme aikaisemmin todenneet.

Mä oon joskus sanonutkin, että mä tiedän ensimmäisenä tai yhtenä ensimmäisistä aina milloin joku on tehnyt itsemurhaiskun. Mun mielestä se ei niinku ole, se menee vähän yli.

(Viestintäjohtaja 1)

Kyllä se varmaan on muuttanut niin, että saan hyvin monenlaisesta asioista reaaliaikaisen uutisen... tekstiviestiuutisten kautta saan tietoa myös kulttuurista ja urheilusta ja monesta muusta alueesta. Enemmän tällaista kiva tietää tietoa. (Tiedotuspäällikkö 1)

Kyllä tuo urheilupuoli tulee ihan tuommoisena lisänä. (Viestintäpäällikkö 1)

Vaikka varsinaisia vapaa-aikaan liittyviä uutisia ei kaivattukaan, oli useimpien uutisten arvo pelkästään siinä, että oli hauskaa tietää nopeasti asioista.

Ja onhan siinä sitten myös tällainen filiskysymys, onhan se kiva tietää yhtä aikaa kun muut tai vähintään ennen. Se on se inhimillinen puoli, jota varmaan kaikki ajattelee ja ehkä kaikki myöntääkin. Ainakin kaikki tykkää siitä, kun tietää vähintään yhtä aikaa kuin muutkin. Oli sitten

kyse mistä hyvänsä. (Päätoimittaja 1)

7.4 Identiteetin luominen

Käyttötapatarkoituksen mukaan yksi syy median käytölle on oman identiteetin vahvistaminen (mm. McQuail 2000). Haastateltavia yhdisti vahva kiinnostus uutisten seuraamiseen. Kuten edellisessä luvussa kerrottiin, monet pitivät uutisten seuraamista tärkeänä osana työtään. Uutisten seuraaminen koettiin työnä, jonka tehostaminen oli hyödyllistä.

Tekstiviestiuutisilla on muihin uutisiin verrattuna se etu, että palvelu on aina mukana. Sanomalehdissä, televisiossa ja radiossa uutiset tulevat enemmän tai vähemmän sovittuna aikoina. Tosin televisiossa ja radiossa on mahdollisuus keskeyttää normaali lähetys ja kertoa uutinen heti. Tosin kynnys tähän on varsin suuri. Pikauutinen televisiossa ja radiossa edellyttää myös sitä, että laitteet ovat päällä. Vielä toistaiseksi ei ole olemassa sellaisia laitteita ainakaan yleisesti, joissa televisio tai radio menisi päälle itsestään, kun oikein suuri uutinen julkaistaisi. Teknisiä rajoitteita tämän kaltaiselle palvelulle tuskin hirveästi on. Ennemminkin rajoitteena on käyttötavat. Lähimmäs vastaavaa palvelua pääsee autoradioissa olevat toiminnot, joilla radio tunnistaa uutislähetysten ja keskeyttää cd-levyn soittamisen uutisten ajaksi.

Internet ja tekstiviestiuutisissa uutiset tulevat nopeammin tasaisena virtana sitä mukaan, kun niitä toimitetaan. Tekstitelevisiion etuna onkin aina pidetty nopeutta. Internet-uutispalveluissa pystytään tekemään tekstitelevisiota monipuolisempia ja pidempiä uutisia. Internet avulla uutishälytykset voisi lähettää esimerkiksi sähköpostiin. Erilaisten uutisen lukusovellusten avulla uutisia voi saada pomppailemaan tietokoneen ruudulle samalla, kun käyttäjä keskittyy muihin tehtäviin. Uuden tekniikan avulla uutiset tulevat niitä haluaville yhä useammin tasaisena virtana. Onkin odotettavissa, että uutisten seuraaminen muodostuu jatkossa samaan aikaan aikaisempaa aktiivisemmaksi, mutta myös passiivisemmaksi.

Maailmanlaajuiset tietoverkot levittävät uutiset ympäri maailmaa lähes reaaliaikaisesti. Sen vuoksi saavutettavissa olevien uutisten ja muun informaation määrä on kasvanut räjähdysmäisesti. Haastateltujen tapaisten tietotyöläisten kohdalla tämä tarkoittaa sitä, että uutisten seuraamiseen on keskityttävä huomattavasti aikaisempaa enemmän. Tunnetta, ettei tiedä kaikkea mitä tapahtuu, on mahdoton välttää, mutta sen sijaan on yritettävä pysyä kiinni kaikista omaan alaan liittyvistä ja yleisesti

kiinnostavissa asioissa.

Maailman tapahtumien seuraaminen ja niistä uutisoiminen on journalismin perustehtäviä. Edelliseen kappaleeseen viitaten ja aikaisemmin käsitellyn viestinnän historian mukaan voisi hieman yksinkertaistaen sanoa, että ihmiset ovat perinteisesti käyttäneet uutisia joko lukemalla lehtiä tai kuuntelemalla ja katselemalla niitä radiosta ja televisiosta. Uuden teknologian avulla uutisia voi seurata myös muina aikoina. Suurin muutos voikin olla se, että uutisten seuraamisen väli lyhenee. Edelleen uusi teknologia tekee uutishälytykset mahdolliseksi. Toisin sanoen uutisnälkäisen ei tarvitse enää käydä katsomassa uutispalveluja ynnä muita. Riittää kun seuraa sähköpostiaan tai vielä parempaa, riittää kun pitää matkapuhelimen päällä. Toisin kuin televisio tai tietokone, niin matkapuhelin on käytännössä aina mukana.

Matkapuhelimen parhaat ominaisuudet: helppo kuljetettavuus ja henkilökohtaisuus voi tehdä siitä yhden merkittävimmistä viestintävälineistä myös journalistisessa mielessä. Tekniikan kehittyessä voi käydä niin, että kaikki tähän asti meille tutut joukkoviestintävälineet sulloutuvat pieneen henkilökohtaiseen matkapuhelimeemme. Matkapuhelimista löytyy jo usein radio, sillä voi käydä eri internetpalveluissa, televisiolähetykset ovat pikkuhiljaa siirtymässä myös matkapuhelimiin ja niin edes päin.

Median merkitys identiteettimme muokkaajana on menossa askeleen eteenpäin. Aikaisemmin poliittista väriä tunnustettiin valitsemalla sanomalehti. Jatkossa oma identiteetti muokataan sen mukaan, mitä ja minkälaisia uutispalveluita seurataan. Nyt poliittisten aatteiden tilalle on vain nousemassa työ.

Esimerkkinä identiteetin muokkautumisesta viestintävälineen ja uutispalvelun myötä voi pitää haastatteluissani ilmennyttä tekstiviestipalveluiden ominaisuutta muokata käyttäjien toimintatapoja. Se muutti heidän tapaansa seurata uutisia.

Kun tekstipalvelu on tilattu, sen luokse ei tarvitse mennä, vaan uutiset tulevat heti, kun jotain merkittävää tapahtuu. Taskussa oleva puhelin on useimmiten päällä ja siihen tuleva viesti luetaan mahdollisimman nopeasti. Tekstiviestiuutisten vahtiva rooli luo tilaajalle tunteen, että hän on kokoajan perillä siitä, mitä maailmalla tapahtuu. Tilaaja on ulkoistanut uutisten jatkuvan seurannan siten, että aina kun jotain tapahtuu, luotetaan siihen, että tieto tulee matkapuhelimeen. Uutisseuranta ja -seulonta

oli siirretty tekstiviestiuutisten toimittajille. Tällöin palveluksi ei koettu pelkästään saapuvia uutisia, vaan myös uutisten väliaika, jolloin uutisia ei tullut.

Kyllä se (uutistenseuranta) varmaan on muuttunut, joo. Mut siinä on kyllä selvästi oma halukin, että, mä olen siirtänyt joitain asioita muiden tarkkailtavaksi ja ne kertoo mulle sitten kun tää tietty kriteeri täyttyy. (Asiamies 1)

Mä luulen että verkkobulkkiiutisten seurantafrekvenssi on vähän pienempi. Ettei tarvitse tsekata onko tapahtunut isompaa. Kyllä se on vähentynyt. (Päätoimittaja 1)

Mä en netistä aina katso näitä, enkä katso edes päivittäin uutisia niin mä luotan siihen että saan tärkeimmät uutisotsikot tuohon puhelimeen. (Viestintäpäällikkö 1)

Matkapuhelin on nuorille teytyjen matkapuhelimen käyttötutkimusten mukaan osa identiteettiä (mm. Kasesniemi ja Rautiainen 2001). Nuorten keskuudessa puhelimia personoidaan esimerkiksi maalamalla niitä. Personointia on myös erilaiset soittoäänät ja puhelimen näytölle tilattavat kuvat ja logot.

Puhelimeen tilattavia palveluita voi pitää yhtenä muotona personoida omaa kännykkäänsä. Matkapuhelimeen saatavien palvelujen määrä on kasvamassa tekniikan kehityksen myötä. Jatkossa matkapuhelin on paljon muutakin kuin pelkkä ihmisten välinen viestintäväline. Lisäpalveluiden avulla matkapuhelimesta tulee osa ihmisen elämää ja sen hallintaa.

Personointi antaa uuden mahdollisuuden myös uutispalvelujen monipuolistamiseen. Haastateltujen yksi halutuimmista uudistuksista oli mahdollisuus personoida uutisia.

Huonous liittyy personointiin tai uutisalueiden valikointiin. Eli on tärkeätä, että kännykän kautta tulee vain ne kaikkein tärkeimmät uutiset, mutta mikä nyt sitten kenellekin on kaikkein tärkeintä uutista... (Tiedotuspäällikkö 1)

7.5 Kallis hinta esteenä

Matkapuhelin joutuu kilpailemaan muiden kanavien kanssa. Lähes kaikkien medioiden, ei siis pelkästään internetin, tarjonta kasvaa kokoajan. Television digitalisoituminen on jo lisännyt uutisten

määrää. Televisiosta tulee myös yhä erilaisempia uutisia, kuten kulttuuri-, alue- ja viihdeuutisia. Tekstitelevisio kertoo uutiset internet-uutisten tapaan välittömästi, kun toimitus saa uutisen tehtyä. Lähes kaikilla radioasemilla on uutislähetyskiä.

Uutislehtiä jaetaan ilmaiseksi. Maksulliset sanomalehdet lisäävät toimintaansa internetissä pysyäkseen mukana kilpailussa. Tietotekniikka ja digitaalisuus parantavat mahdollisuuksia tehdä entistä laadukkaampaa sisältöä myös paperilehtiin.

Käytännössä uutisista ei tarvitse maksaa mitään. Ei ainakaan suoraan. Medioiden tulonlähteet tulevat muuta kautta. Merkittävin tulonlähde on mainostulot. Yleisradion lupamaksutulot ovat lailla säädettyjä. Maksullisten sanomalehtien on tarjottava jotakin normaalista uutisvirrasta poikkeavaa, jotta ne voisivat pitää tilaajansa. Tällaisia ovat aikakauslehtimäiset liitteet sekä korkea laatu. Siitä huolimatta tilattavat sanomalehdet ovat ongelmissa levikinkehityksensä kanssa.

Uskon että, merkittävin tekstiviestiuutisen menestyksen este on hinta. Tekstiviestiuutinen on toistaiseksi hinnoiteltu siten, että muutaman uutisen hinnalla voi jo ostaa esimerkiksi iltapäivälehdän. Toisaalta uutisia saa nopeasti myös ilmaiseksi.

Haastatelluille käyttäjille hinta ei ollut ongelma, sillä he eivät itse maksaneet palvelusta mitään. He joko saivat palvelun ilmaiseksi tai työnantaja maksoi laskun. Osa olisi kuitenkin ollut valmis tilaamaan palvelun, vaikka olisi joutunut maksamaan palvelun itse.

Hinta oli kuitenkin vaikea asia määrittää. Palvelun hintaa on mahdoton sanoa tarkasti, sillä uutisista laskutetaan niiden määrän mukaan. Esimerkiksi jos uutinen maksaa 0,35 senttiä, niin palvelun hinnaksi tulee helposti satoja euroja vuodessa. Myös kiinteällä kuukausimaksulla olevia palveluja on ollut saatavilla.

Haastatteluiden näkemys oli, että hinnoittelun tulisi olla kuukausipohjaista ja noin kymmenen euroa kuussa eli 120 euroa vuodessa. Vertailuna voi sanoa, että tv-maksu ja Helsingin Sanomien vuositilaus maksoivat samaan aikaan noin 200 euroa.

Haastatteluiden arviot sopivasta hinnasta erosivat. Tosin kuukausihinnoittelu oli lähes kaikkien

mielestä oikea ratkaisu.

- Jos uutispalvelusta pitäisi maksaa itse, niin tilaisitko sellaisen silti? - Joo, tilaisin. - Mikä on sopiva hinta? - Sanotaan 60 euroa vuodessa. (Lakimiesjohtaja 1)

- mikä olisi tuommoiselle palvelulle sopiva hinta? -kyllä se varmaan ainaskin tollainen parikymmentä euroa kuussa. (Viestintäjohtaja 1)

mun mielestä tällaiset uutiset pitäisi sisältyä jo siihen hintaan mitä jostain kännykästä muutenkin pitää maksaa. (Viestintäpäällikkö 3)

Ei se nyt yli kymmentä euroa kuukaudessa voi olla. Että kyllä se on jotain viiden - kymmenen euron luokkaa. (Viestintäpäällikkö 1)

Normaalille kuluttajalle maksullinen uutispalvelu voi helposti olla kohtuuttoman suuri osa matkapuhelinlaskusta. Viestintään käytetyt rahat ovat merkittävästi lisääntyneet matkaviestinnän myötä.

Tekstiviestiuutisen hintaa rasittaa teleoperaattorien hinnoittelu. Palvelusta menee osa operaattorille, mikä nostaa palvelun hintaa kohtuuttomasti. Operaattorien tapaa hinnoitella palvelujaan on kritisoitu paljon.

Kilpailukykyiseen hinnoitteluun voisi päästä jos hinnoittelumalleja muutettaisiin reilusti tai operaattorit alkaisivat itse palveluntarjoajiksi esimerkiksi tarjoamalla palvelua vakio-ominaisuutena palvelupakettien ostajalle. Teleoperaattoreilla on ollut kiinnostusta omiin sisältöpalveluihin esimerkiksi internet-sivuilla. Onkin mahdollista, että operaattorit haastavat entistä enemmän mediataloja mediasisältöjen tarjoajina. Mediataloille voi jäisi alihankkijan rooli.

Yksi vaihtoehto kohtuullisesti hinnoiteltuihin matkapuhelinuutisiin on tekstiviestiuutisten korvaantuminen sähköpostilla lähetetyillä uutisilla. Sähköpostin vastaanottaminen matkapuhelimella on teksti- tai multimediamaviestipalveluja halvempaa. Tämä edellyttää sähköpostin käytön yleistymistä matkapuhelimella. Se taas edellyttää niihin parempia ja helppokäyttöisempiä sähköpostiohjelmiä.

8 Pohdinnat

Matkapuhelimen mahdollisuuksiin uutisvälineenä vaikuttavat sen tekniset ominaisuudet ja käyttäjien halu ottaa käyttöön uusi media. Matkapuhelimen yleisyys on ensimmäinen edellytys sen mahdollisuuksille. Teollisuusmaissa matkapuhelin on jo lähes kaikkien käytössä; kehittyvissä maissa matkapuhelimien määrä kasvaa koko ajan. Esimerkiksi Huovila (2001) pitää matkapuhelimen mahdollisuutena tulla kaikkein tavoitettavammaksi uutispalveluksi, kun matkapuhelin on yleistynyt lähestulkoon kaikkien käyttöön.

Matkapuhelimen tekniset ominaisuudet ovat jo nyt niin kehittyneet, että puhelinta voisi käyttää monipuoliseen journalistiseen tiedonvälitykseen. Tekstiviestiuutisten lisäksi voi selata uutissivuja ja ladata uutisvideoita. Kännykkätelevisiota kehitetään. Usein matkapuhelin on myös radiovastaanotin. Nykytekniikan avulla matkapuhelinradioihin saadaan erilaisia palvelujen, jolloin samaan aikaan kun radiota kuunnellaan välittyy puhelimeen muuta tietoa.

Internetin uutispalvelujen käyttö yleistyy koko ajan, ja onkin odotettavissa, että lähivuosien aikana internetin merkitys uutisvälineenä kasvaa entisestään teollistuneissa maissa. Tähän vaikuttavat kotien yleistyvät laajakaista-yhteydet ja tietokoneet. Teollisuusmaissa työ keskittyy entistä enemmän tietokoneiden kanssa tehtäväksi ja sähköpostista on tullut jo lähes itsestään selvyys.

Matkapuhelimien uutispalveluja on ollut jo pitkään tarjolla, mutta niiden suosio ei ole ollut kovinkaan suuri. Puhelinta ei ole ensi kertaa koetettu ottaa uutisvälineeksi (mm. Pantzar 1996). Lankapuhelimien uutispalvelut eivät kuitenkaan ole voineet kilpailla television ja radion kanssa. Samalla tavalla matkapuhelin kilpailee muiden medioiden kanssa. Lankapuhelimeen verrattuna matkapuhelimella on se etu, että se on mukana kannettava ja henkilökohtainen.

Mobiilisuudessa voikin ajatella, että matkapuhelin kilpailee uutisvälineenä sanomalehden ja kannettavan radion kanssa. Nopeudessa kilpailijoina ovat internet, radio ja tekstitelevisio. Vaikuttavuudessa matkapuhelin tuskin pärjää vielä pitkään aikaa televisiolle, vaikka liikkuvaa kuvaa pystyykin matkapuhelimilla katsomaan. Sanomalehteä ja internetiä vastaan suurien tietomäärien jakajana matkapuhelimen on vaikea kilpailla pienen näytön vuoksi.

Matkapuhelimien uutispalveluja voi olettaa vaivaavan Brian Winstonin (1998) esittelemä vastavuoroisuuksien laki. Ympärillämme oleva valtaisia määrä erilaisia uutislähteitä hidastaa ja saattaa jopa estää matkapuhelinuutispalvelujen yleistymisen. Sen vuoksi sosiaalinen tarve ei ole ainakaan vielä syntynyt. Tarvittava tietämys ja teknologia ovat jo olemassa ja ne kehittyvät kokoajan eteenpäin. Jos matkapuhelinuutisia tarkastellaan Winstonin teorioiden mukaan, on myös muistettava, että vastavuoroisuuden lain vuoksi voi käydä niin, että matkapuhelimesta ei koskaan tule yleisesti käytettyä joukkotiedotusvälinettä. Nykyisten vahvojen medioiden asema voi säilyä tarpeeksi kauan, että seuraava uusi teknologia syrjäyttää matkapuhelimen. Tällainen voi olla esimerkiksi sähköinen paperi tai muu sellainen teknologia, joka voidaan päivittää jouhevasti esimerkiksi langattomien verkkojen avulla. Matkapuhelimen osaksi voi tulevaisuudessakin jäädä kahden henkilön välisen viestinnän välittäjä.

Matkapuhelimelta voidaan odottaa myös tuotantovälineen roolia. Uusmedialle ominainen digitaalinen verkko (Heinonen A 2002) antaa mahdollisuuden halvempiin ja kevyempiin julkaisuihin. Puhutaan kansalaisjournalisteista (mm. Gillmor 2004). Kansalaisjournalisteille matkapuhelimien kamerat, nauhurit ja nopeat tietoliikenneyhteydet ovat työvälineitä monipuolisen uutismateriaalin tekemiseen ja sen lähettämiseen välittömästi tapahtumapaikalta.

Matkapuhelimien tultua kuluttajien saataville niitä pidettiin aluksi vain pienen eliitin laitteina. Niiden tarpeellisuutta epäiltiin (mm. Sokala 2002) ja niiden käyttöä perusteltiin hyödyllä. Tämä ei ole mikään uusi ilmiö. Myös lankapuhelimen käyttäjistä vitsailtiin aluksi (Pantzar 1996).

Samalla lailla matkapuhelimessa oleviin lisäpalveluihin suhtaudutaan turhina ja niiden käyttöä perustellaan hyötymistarpeella. Ensimmäiset ja toistaiseksi ainoaksi jymymenestykseksi muodostuneet matkapuhelinpalvelut olivat erilaiset puhelimia personoivat soittoäänät ja kuvat. Niiden käyttöön innostuivat erityisesti lapset ja nuoret. Nuorten tarvetta personoida matkapuhelimia ovat käsitelleet muun muassa Kasesniemi ja Rautiainen (2001). Kasesnimen ja Rautiaisen lasten ja nuorten kännykän käytöstä tekemien tutkimusten perusteella tulevaisuudessa matkapuhelimien uutiskäyttäjiä voi löytyä nykyistä helpommin. Matkapuhelimen ja tekstiviestien kanssa lapsesta asti eläneet voivat hyväksyä vanhempiaan selvästi helpommin uudentulleet palvelut. Lapsille ja nuorille matkapuhelin on myös oman persoonallisuuden jatke. Siksi aikuistuuksessa voi käydä niin, että lapsuuden viihdepalvelujen tilalle halutaan aikaisempaa vakavampaa sisältöä.

Uudet teknologiat siirtyvät yleiseen käyttöön innovatiivisen vähemmistön ja varhaisten käyttöönottajien kautta (Rogers 1995). Näin on käynyt myös matkapuhelimien kanssa. On turha luulla, että matkapuhelimien lisäpalvelut yleistyisivät jotenkin eri kautta. Suurelle osalle matkapuhelimien käyttäjistä laite on edelleen pelkkä puhelin. Uusien mallien lisäominaisuuksille jopa nauretaan sanomalla, että voiko sillä puhua kanssa. Puhe puhelimen perusominaisuutena on vakiinnuttanut asemansa vuosikymmenien aikana, eikä sitä enää ihmetellä. Tällä hetkellä matkapuhelimen mobiilisuuskin alkaa olla unohtunut. Matkapuhelimen tarpeellisuutta ei enää ihmetellä. Se, että suurimmalla osalla on matkapuhelin, tekee siitä lähes välttämättömyyslaitteen nykyajan teollistuneessa maassa.

Matkapuhelimen tärkein ominaisuus on mobiilius. Mobiiliuden avulla se pystyy kilpailemaan muiden mukana kannettavien medioiden, kuten radioiden, kirjojen ja lehtien, kanssa. Samalla tiedonsiirtomahdollisuuden ansiosta sisältöä voi päivittää milloin vain. Jopa käyttäjän itse tekemättä mitään, kuten tekstiviestiuutisissa. Puhelimen henkilökohtaisuus ja tekniset mahdollisuudet personoida palveluita lisäävät entisestään matkapuhelimen ominaisuuksia.

Teknologian käyttöönottoa kuvaava Rogersin käyrä (1995) jakaa tekniikan käyttäjät neljään eri rooliin. Matkapuhelimen osalta voidaan teollistuneissa maissa puhua, että jopa viimeiset vastaan hangoittelijat ovat hankkineet sellaisen. Toisaalta puhelimien tekninen kehitys on sellaista, että pelkästään puhelin- ja tekstiviestiominaisuuksilla varustettua laitetta ei voi verrata laitteeseen jossa on mukana myös tehokas digitaalikamera ja nopea tietoliikenneyhteys. Teknologia kehittyy, ja samaan aikaan osa ihmisistä on aina innovaattoreita ja varhaisia käyttöönottajia, jotka ovat valmiita kokeilemaan uutta pelkästään uutuuden riemusta. Toisaalta osa ihmisistä suhtautuu uuteen aina varauksellisesti, eikä näe mitään tarvetta uuden teknologian käyttöönottoon.

Rogersin käyrän mukainen teknologian käyttöönotto voi matkapuhelinuutisten osalta tarkoittaa myös sitä, että ne jäävät vain kaikkein eniten tekniikasta kiinnostuneiden palveluiksi. Matkapuhelimessa olevat uutiset voivat jäädä niin yksinkertaisiksi, etteivät ne kiinnosta muita kuin kaikkein eniten uutisista tai teknologiasta kiinnostuneita. Pienten käyttäjämäärien vuoksi on myös mahdollista, että mediataloilla ei ole mitään halua kehittää matkapuhelinpalveluja ja ne sen vuoksi häviävät esimerkiksi internetin uutispalveluille, joissa kävijämäärät ovat jo suhteellisen korkeat. On muistettava, että ensimmäisiä ja nykynäkökulmasta katsottuna kaikkein teknisesti heikkolaatuisimpia matkapuhelimia

ovat käyttäneet juuri teknologian varhaiset haltuun ottajat. Aivan kuten ensimmäisiä matkapuhelinpalveluitakin. Matkapuhelimien yleistymien alkoi vasta, kun löytyi teknisesti sellainen puhelin, jonka hinta ja käytettävyys olivat sopivat suurille massoille.

Uusien puhelinmallien yleistyessä voi käydä niin, että jos yhä useampi kiinnostuu uuden tekniikan antamista mahdollisuuksista, niin myös uudet palvelut alkavat kiinnostaa suurempaa yleisöä. Silloin muutos uutisten kulutustavoissa voi olla hyvin nopeatakin. Parempi tekniikka yksinkertaisesti korvaa muita medioita. Virikkeenä tuskin on operaattoreiden mainokset tai muu valistus. Parhain innoittaja on todennäköisesti toinen käyttäjä.

Uusimpien matkapuhelintekniikkojen kehittyminen on tähän asti ollut hyvin nopeaa (Steinbock 2005). Tekniikan kehittyessä on seuraava teknologia ollut jo valmiiksi suunnittelupöydällä, ja siksi usein onkin ollut vanhaa jo hyvin nopeasti, ellei jopa vanhaa jo valmiiksi.

Tällainen nopea tekniikkakeskeinen kehitys on saanut aikaan sen, että uuden tekniikan myötä on yritetty keksiä, mitä kaikkea sillä voisi tehdä. Tämä lähestymistapa on ollut usein huono. Siinä vaiheessa kun teknologia on tarpeeksi kehittynyttä, voidaan alkaa miettiä uusia palveluja kuluttajien näkökulmasta. Tämä antaa suuremman onnistumismahdollisuuden kuin koettaa väkisin tyrkätä palvelua läpi resursseja tuhlaten, tekniikan ollessa palvelulle vielä liian kypsymätöntä tai jo valmiiksi vanhaa.

Matkapuhelin on viestinnän käsitteiden näkökulmasta erinomainen viestintävälinne. Se toimii joukkoviestintävälineenä, sitä voi käyttää uutisten ja journalististen tuotteiden vastaanottoon. Teknisesti se on täydellinen uusmedian vastaanotin. Se toimii digitaalisesti, verkkomaisesti ja se on itsessään tietokonemainen laite. Itse asiassa uusimmat matkapuhelimet ovat pieniä tietokoneita, joihin uusia ominaisuuksia voi erilaisten sovellusten avulla asentaa. Joukkoviestintävälineeksi matkapuhelin sopii, koska se alkaa olemaan lähes kaikilla. Voi jopa olla, että matkapuhelin on useimmilla sellaisilla ihmisillä, joilla ei ole televisiota tai jotka eivät tilaa sanomalehtiä.

Matkapuhelinta voi käyttää myös paluukanavana. Teknisesti se voi olla suora yhteys takaisin uutishuoneeseen. Toisaalta nykyaikaisilla puhelimilla voi seurata internetsivujen uutisia, jolloin lukijalle voidaan sallia kommentointi ja keskustelu uutisesta. Tämä on tuttua internetin uutispalveluista.

Pitemmälle vietyinä matkapuhelimen tiedonsiirto-ominaisuudet, kamerat, nauhurit ja tekstinkäsittelymahdollisuudet tekevät siitä myös uutistentekovälineen. Uutisten teko ja seuranta voi jatkossa tapahtua samalla välineellä. Varsinkin, jos kansalaisjournalismiksi sanottu ilmiö yleistyy entisestään (Gillmor 2004). Silloin uutispalvelun seuraajat ja uutistentekijät voivat olla osittain tai kokonaan samoja henkilöitä. Uutisten teko voisi toimia vapaaehtois pohjalta tai jonkinlaisella freelancer-tavalla.

Matkapuhelin antaa teknisesti mahdollisuuden seurata uutisia internetsivujen ja myös erilaisten web-syötteiden avulla. Puhelimiin on myös tehty erilaisia sovelluksia, joilla uutisia voi seurata. Merkittävistä muista medioista eroava uutispalvelu matkapuhelimissa on tekstiviestiuutinen.

Tekstiviestiuutispalveluja on ollut tarjolla jo pitkään. Niiden suosio on kuitenkin jäänyt laimeaksi.

Tekstiviesti on lyhyt ja ytimekäs viesti, jonka voi vastaanottaa matkapuhelimeen lähes ajasta ja paikasta riippumattomasti. Kun viestin kirjoittaa ja aiheen valitsee ammattimainen toimittaja, journalisti, kyse on paljon enemmästä kuin pelkästä viestistä. Kyse on uutisesta, jolla voi olla suurikin merkitys vastaanottajan elämään. Lyhydestään huolimatta se voi monessa tilanteessa olla huomattavasti merkittävämpi journalistinen tuotos kuin illalla ilmestyvä uutislähetys tai seuraavana aamuna ilmestyvä sanomalehti.

Tekstiviestin rajoitukset tekevät siitä vaikean välineen uutisten kirjoittajalle. Sanomalehdessä oleva uutinen on täynnä toimittajan valintoja siitä, mitä kerrotaan ja mitä jätetään pois. Tekstiviestiuutisen teko on vielä raaempaa. Se ei jätä tilaa millekään ylimääräiselle tai toimittajan äänelle. Toimitustyö on siis käytännössä pelkkää valintaa siitä, mitä ei kerrota. Lyhyt viesti voi olla lukijalle vaikea tulkita journalismiksi. Sen vuoksi luottamus uutisen lähettäjään täytyy olla suuri.

Tekstiviestiuutiselle on myös olennaista sen jatkuva tilaus. Toisin kuin perinteinen joukkoviestin, tekstiviesti tulee yllättäen. Silloin kun jotain tapahtuu. Tämä luo aivan uuden tilanteen verrattuna siihen, mihin olemme tottuneet joukkoviestimiä käytettäessä. Vertailun vuoksi voisi ajatella, että radiosta tulisi uutisia vain silloin, kun jotain tapahtuu. Tähän emme ole tottuneet. Epävarmuus siitä, että uutisia ei nyt tällä hetkellä sitten ole, muuttaisi suhtautumisemme uutisiin ja samalla tapamme seurata maailman tapahtumia.

Tekemäni haastattelututkimuksen perusteella matkapuhelinuutisien käytöstä löytyy hyvin paljon samoja piirteitä kuin käyttötarkoitustutkimuksella on muunkin median käytöstä löytynyt. Niiden tärkein käyttösyy on tiedonhankinta, mutta ne antavat myös valmiuden keskustelujen avauksille ja niissä mukana pysymiselle. Tekstiviestiuutiset myös viihdyttävät, vaikka varsinaisilla viihdeuutisilla ei tunnu olevan kysyntää.

Merkittävä uusi käyttötapakin löytyy. Perinteisesti median identiteetti-vaikutus on ollut sellainen, että ihminen tukeutuu mediaan omaa maailmankuvaansa ja esimerkiksi varmistaakseen maailman olevan entisenlainen (McQuail 2005). Uutisten seuraaminen on tapa, jota tehdään esimerkiksi illalla kun katsotaan televisiouutisia. Tekstiviestiuutisissa vastuu uutisten saamiselle on laitettu palvelulle. Palvelu valvoo käyttäjän puolesta, ettei maailmalla tapahdu mitään merkittävää ilman heidän tietoaan. Taskuun saa ikään kuin oman uutistoimiston. Haastateltujen mielestä tämä tyhjä aikakin oli siis osa palvelu. Kun mitään ei kuulu, niin kaikki on hyvin. Ihmisten uutisnälästä kertoo se, että WTC-pilvenpiirtäjiin tapahtunut terroriteko vuonna 2001 oli ollut monelle palvelun tilaajalle sykäys joko tilata tai jatkaa palvelua.

Teknologioiden kehittyessä matkapuhelimen uutispalveluita ei tänä päivänä voi pitää minään yllätyksenä. Jälkiviisaasti voi sanoa, että kyseessä on vain ihmisen viestinnän luonnollinen kehitys ensimmäisistä eleistä, puheen ja kirjoitustaidon kautta joukkotiedotuksen aloittaneeseen painokonetekniikkaan (Nordenstreng ja Starck 1992), sitä seuranneeseen sähköisten viestimien kehitykseen, jonka viimeisimpiä saavutuksia on matkapuhelin ja internet (Winston 1998). Joukkoviestinnässä uutisten tarjontakanavat ja käyttötavat tuntuvat muuttuvan, mutta ihmisten tarve uuden asian tietämiseen ja siitä keskustelemiseen ei pohjimmiltaan eroa ihmisten vuosisatoja, ellei jopa vuosituhansia vallalla olleeseen uutisnälkään (Stephens 1996).

Mielestäni matkapuhelimella on loistavat mahdollisuudet nousta yhdeksi merkittävimmäksi joukkoviestintävälineeksi. Siihen sillä on kaikki edellytykset tämän hetken teknologialla. Teknisen kehityksen lähitulevaisuutta voimme arvioida aiemman teknologian mukaan. Tällä hetkellä näyttää alan kehitys jatkuvan vähintään yhtä nopeasti ellei jopa nopeammin kuin tähän asti. Teknologian käyttöönoton vaarat ovat tietenkin olemassa, mutta esimerkiksi matkapuhelimien maailmanlaajuista suosiota ja hyvin suuren käyttöasteen saavuttamista voi pitää melko varmana. Suuremmat vaarat

koskevat palvelupuolta, missä kompastuskiviä on enemmän.

Vaikka uskonkin matkapuhelimen tulevaisuuteen joukkotiedotusvälineenä, on muistettava, että erilaisten journalististen palvelujen suosio matkapuhelimiin on ollut hyvin vähäistä. Syitä tähän sivutaan haastatteluissa, mutta aiheen painoarvo tutkimuksessani on kuitenkin niin vähäinen, etten voi kuin valistuneesti koettaa arvailla syitä.

Merkittävimpänä syynä pidän hintaa. Esimerkiksi tekstiviestiuutisten hinta on melko korkea suhteessa muihin uutisiin. Toinen syy voi olla laatu. Palvelujen laatu on huonoa, kun mediatalat eivät investoi huonosti kannattavaan palveluun. Toisaalta laatua heikentää tekniikka, joka ei ehkä ole pystynyt lunastamaan sille asetettuja tavoitteita.

Tutkimukseni on vain pieni vilkaisu yhteen uusmedian uusimmista osa-alueista. Toivoisinkin, että muut tutkijat ja opiskelijat paneutuisivat aiheeseen lisää tutkimusten ja erilaisten uusmediajournalismin kokeilujen kautta.

Lähteet

Bertaux, Daniel 1982: The life course approach as a challenge to the social sciences. Kirjassa T.K. Hareven & K.j. Adams (toim.) Ageing and life course transitions: an interdisciplinary perspective, Tavistock, sivut 127-150.

Bolter, Jay David ja Grusin, Richard 2001: Remediation, Understanding New Media. The MIT Press.

Castells, Manuel, 2001: The Internet Galaxy, Oxford University Press.

Comscore Networks, 2006, tutkimustulosten lehdistötiedote. Verkossa <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=849>.

Cox, Eva ja Helen Leonard 1990: Weaving Community Links: The Cost Benefits of Telephones in Maintaining the Social Fabric through the Unpaid Work of Women, Distaff Associates.

Eskola, Jari ja Suoranta, Juha 2000: Johdatus laadulliseen tutkimukseen, Vastapaino.

Gilmor, Dan 2004: We The Media, O'Reilly.

Haarala, Risto (päätoimittaja) 2001: Suomen kielen perussanakirja, Edita.

Heinonen, Ari 1995: Vahtikoiran omatunto - journalismin itsesääntely ja omatunto, Tampereen yliopisto, tiedotusopinlaitos, Sähköinen julkaisu.

Heinonen, Ari 2002, Joukkotiedotuksesta moniviestintään, teoksessa Ruusunen, Aimo 2002 (toim.): Media muuttuu, Gaudeamus.

Heinonen, Sirkka 2000: Suomi informaatioyhteiskunnassa, Ote artikkelista s. 32-35, ark 1/2000, sähköisesti [Http://www.ark.fi/ark1_00/suomi_info.html](http://www.ark.fi/ark1_00/suomi_info.html).

Hicks, Wynford: Writing for journalists 2000. Routledge.

Hillis, Daniel 1999: Miten tietokone toimii, WSOY.

Hintikka, Kari A 1999: PUHEENVUOROJEN KIRJASTO 2 Keskustelua tietoyhteiskuntastrategiasta, Sitra 219.

Huovila, Tapani 1995: Uutisvuorokausi - Tutkimus medioiden eroista, Inforviestintä.

Huovila, Tapani 2001: Uutinen eri välineissä - GSM sähkeestä taustajuttuun, Inforviestintä.

IDC lehdistötiedote 25.1.2008: IDC Finds Slower Growth in the Mobile Phone Market in 2007 While Samsung Captures the Number Two Position For the Year (<http://www.idc.com/getdoc.jsp?jsessionid=HKSQFF5EDZLMUCQJAFDCFEYKBEAVAIWD?containerId=prUS21053908>).

Juurus Kati 2002, Kuka sen keksi?, Helsingin Sanomien kuukausiliite, Kesäkuu 2002

Kasesniemi, Eija-Liisa ja Rautiainen, Pirjo 2001: Kännyssä piilevät viestit, Tampere University Press

Kopomaa, Timo 2000: 'Speaking Mobile: The City in Your Pocket' Tampereen teknillisen korkeakoulun YTK:n verkkojulkaisu Internetissä <http://www.hut.fi/Yksikot/YTK/julkaisu/mobile.html>

Kunelius, Risto 1997: Viestinnän vallassa, WSOY

Leiner, Barry M, G. Cerf, Vinton, Clark, David D, Kahn, Robert E, Kleinrock, Leonard, Lynch, Daniel C, Postel, Jon, Roberts, Larry G, ja Wolff, Stephen, 2000 (tarkistettu 2003): A Brief History of the Internet, ISOC, verkossa: <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml>

Leung, Lois ja Wei, Ran 2000: More than just talk on the move: Uses and Gratifications of the cellular phone. Journalism & Mass Communication quarterly, vol 77 No 2.

Luostarinen, Heikki 1994: Mielen kersantit: julkisuuden hallinta ja journalistiset vastastrategiat sotilaallisissa konflikteissa Tampereen yliopisto.

LVM: Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote 25.5.2005, verkossa http://www.tietoyhteiskuntaohjelma.fi/ajankohtaista/vuoden_2005_uutiset/fi_FI/94344_fi_1_0/.

Marvin, Carolyn 1988: When Old Technologies Were New, Thinking about Electric Communication in the late Nineteenth Century, Oxford University Press.

Matkaviestinsanasto 2001, Tekniikan sanastokeskus, Finnet Focus Oy

McQuail, Denis 2000: McQuail's Communication theory, 4. painos, Sage.

Miles, Matthew.B ja Huberman, Michael. 1984. Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods, Sage.

Nokia lehdistötiedote 25.4.2006 ”Nokia N72 -multimediatietokone tarjoaa elämyksiä tyyllillä” http://press.nokia.fi/PR/200604/1046588_4.html

Nordenstreng, Kaarle 1970: Tiedotusvälineet. Teoksessa Suomi vuonna 2000. (toim.) Kalevi Haikara. Otava.

Nordenstreng, Kaarle ja Starck, Margaretha, 1992, Tiedonvälityksen kehitys, teoksessa Ruusunen, Aimo 1992 (toim.): Savitauluista satelliitteihin, Gaudeamus. Myös teoksessa Ruusunen, Aimo 2002 (toim.): Media muuttuu, Gaudeamus.

Oldenburg, Ray, 1991 The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You through the Day. Paragon House.

Pantzar, Mika, 1996, Kuinka teknologia kesytetään - kulutuksen tieteestä kulutuksen taiteeseen, Tammi.

Peteri, Virve 2006, Mediaksi kotiin, Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta, Tampere University Press.

- Pietilä, Veikko 1997: Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä, Vastapaino.
- Repo, Hyvönen Pantzar ja Timonen 2003: Mobiili video Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2,
- Rheingold, Howard 2003: Mobiilijoukot - seuraava yhteiskunnallinen kumous, Like.
- Rogers, E. M 1995. Diffusion of innovations. Free Press.
- Snellman, Kalle (Prisma Research Oy) 2006: Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa 2005, Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 22/2006
- Sokala, Hannu 2002: Maailma taskussa - Kuinka matkapuhelimella tienattiin ja tuhottiin miljoonia. Tammi.
- Stephens, Mitchell 1996: History of News, Wadsworth Publishing; 2nd edition
- Steinbock, Dan, 2005: The Mobile Revolution – The making of mobile services worldwide, Kogan Page
- Tella, Seppo. & Mononen-Aaltonen, Marja, 1998. Developing Dialogic Communication Culture in Media Education: Integrating Dialogism and Technology. University of Helsinki, Department of Teacher Education, Media Education Publications 7
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi, Tammi
- Valtonen, Mato 2001: Noh, sano naakka ku nokka katkes, Tammi
- Vesa, Jarkko 2004: The impact of industry structure and product architecture on the success of mobile data services, Helsinki School of Economics
- Winston, Brian 1998: Media technology and society - A history: From the telegraph to the Internet, Routledge,
- Worldwatch Institute 2004: State of the World 2004