

## Yhteisöllisyys jyllää verkossa

15.11.2006 08:52 — Elina Ranta

Suuret lehtitalot ja verkossa laajeneva sosiaalinen media ovat samantapaisessa asetelmassa kuin Microsoft vastaan Linux, Tampereen yliopiston Hypermedialaboratorion johtaja Jarmo Viteli sanoo.

Molempien vahvuuksia ja heikkouksia sekä ideologiaa koskevassa keskustelussa retoriikka on samantapaista.

- Mediatyhtiöillä on edessään suuria päätöksiä, kun sosiaalinen media, web 2.0, erilaiset wikit, blogit, RSS-syötteet ja muu yhteisöllisesti tuotettu sisältö haastavat perinteisen median.

Vitelin mielestä kustantajat eivät vielääkään ymmärrä verkon yhteisöllisyyden voimaa tai mediakentän muutoksen laajuutta. Siitä kertovat esimerkiksi kustantajien melko alhaiset tutkimus- ja kehityspanostukset.

Toisaalta mediatalot ovat tulleet yhä enemmän mukaan esimerkiksi juuri hypermedialaboratorion tutkimukseen. Laitos tutkii ihmisiä digitaalisen median käyttäjinä sekä pelejä ja muita vuorovaikutteisia sisältöjä.

Parhailtaan osallistumistalouden hankkeessa tutkitaan, syntyykö niin sanotuilla sosiaalisilla ohjelmistoilla uutta liiketoimintaa ja voidaanko niiden avulla tukea innovaatioiden kehittymistä yrityksissä.

- SanomaWSOY:n juuri tekemä päätös perustaa oma verkkoliiketoimintoihin keskittyvä yhtiö, Sanoma Digital, on selkeä indikaattori halusta mennä digimedian markkinoille.

Viteli kertoo hurahtaneensa tietokoneisiin vuonna 1981. Hän on taustaltaan opettaja ja verkkopedagogiikan asiantuntija ja yleensä mukana siellä, missä tietoyhteiskunnasta tai digimediasta puhutaan.

Tutkijanura on vienyt hänet muun muassa Yhdysvaltoihin opiskelemaan tietokoneen opetuskäyttöä, sittemmin Unescon Namibian tietoyhteiskuntakehittäjäksi ja takaisin Suomeen Tampereen yliopiston professoriksi. Vuonna 1995 hän siirtyi Hypermedialaboratorioon.

- Perinteisesti tiedonvälitys on ollut paikallisten monopolien, kuten *Helsingin Sanomien*, hallinnassa, mutta ihmisillä on

---

tarve saada yhä monipuolisempaa tietoa. Itselleni on käynyt selväksi, että nuoret ja opiskelijat eivät tilaa lehtiä. Median ydinkysymys on, miten houkutella heidät asiakkaiksi.

No miten sitten? Viteli uskoo, että kustannustalot pärjäävät, jos ne löytävät uudet muotonsa muuttuvassa mediamaailmassa. Niiden valttina on esimerkiksi ammattimaisesti toimitettu sisältö. Ihmiset pitävät sanomalehtiä melko luotettavana, mutta internetin kohtalonkysymykseksi voi nousta luottamuspuola. Median täytyy osata vastata lukijoiden haluun osallistua ja antaa suoraa palautetta.

- Mediayhtiöiden pitää miettiä sijoitetun pääoman tuotto-odotuksensa uusiksi. Suora ansaintalogiikka on vanhentunutta ajattelua, sillä verkossa panostukset tulevat takaisin välillisesti. RSS:t voivat esimerkiksi toimia brändin vahvistamisessa, mutta verkkomainonta kasvaa koko ajan.

Vitelin mukaan yritykset ja media voisivat soveltaa monia internetin innovaatioita laajemmin. Sosiaalista ohjelmistoa yritysten tiedonkeruutyökaluksi tarjoava Socialtext on siitä hyvä esimerkki.

Taloussanomat on osa SanomaWSOY-konsernia.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2006/11/15/yhteisollisyys--jyllaa-verkossa/200620574/66>