

Näivettymisestä uuteen telepolitiikkaan

(tämä on esiversio jutusta, joka julkaistiin Hesarissa 15.11.2004)

Japani on tällä vuosikymmenellä noussut johtavaksi matkapuhelinmaaksi vyöryttämällä kymmeneen miljooniin kännyköihin valtavan määrän datapalveluita, asia josta Euroopassa on lähinnä haaveiltu. Etelä-Korea taas on johtava laajakaistamaa: yli 70 prosenttia kodeista oli liittynyt laajakaistaverkkoon jo 2002 lopussa. Japanissa on 1,5 miljoonaa kotia on liitetty valokuidulla tietoverkkoon. Kuitu kotiin on merkittävä hyppäys siinä, miten televerkko voi tuottaa kansakunnalle kilpailuetua.

Mitä tapahtuu Suomessa samaan aikaan? Jatkuvasti julkisuudessa juoksee virkamiehiä kertomassa, että kuitu kotiin on kallista, kuidun kannattajat ovat fundamentalisteja ja että kansalaisen tietoyhteiskunta rakentuu digi-tv:n avulla. Paikallisoperaattorit ovat perineet koteihin tulevasta kupariverkosta mahdollisimman korkeaa vuokraa, eikä muille laajakaistapalvelun tarjoajille ole jäänyt tilaa kilpailla markkinoilla. Se ei ole yllättävää: paikallisoperaattorithan vain noudattavat osakeyhtiölakia, jonka mukaan yrityksen tarkoitus on tuottaa voittoa.

Yleisesti tiedon hinta vapailla markkinoilla lähestyy nolaa, mutta tiedosta on mahdollista tehdä tuote suojaamalla se läänityksellä. Valitettavasti läänityksen suojaama yritys usein toimii markkinoilla kilpailua estävänä voimana. Läänityksiä ovat muun muassa taajuuslisenssi, patentti, tekijänoikeus ja lain suoja nauttiva liikesalaisuus. Lisäksi tiedolla voidaan ansaita upottamalla se laitteeseen. Läänittäjän logiikka pätee myös telepalveluihin. Kotiin tuleva telekaapeli on samalla alalle tulon este, koska kahden kilpailevan kaapelin vetäminen samaan talouteen ei ole kannattavaa.

Sääntelyn pysyvä haaste tietoteollisuudessa on saada läänitykseen perustuva talous toimimaan ikään kuin kyseessä olisi markkinatalous. Sääntelijä edellyttää kilpailua vaatimalla operaattoreita vuokraamaan verkkoa toisilleen samoilla ehdoilla kuin omalle palveluoperaattorilleen, mikä johtaa siihen, että operaattoreiden ei ole kannattavaa investoida uuteen infrastruktuuriin kuten esimerkiksi kuituun.

Laajakaistan eteneminen on kiinni verkkojen palveluista ja niissä tarjolla olevasta sisällöstä. Tällä hetkellä sisältöteollisuus kuitenkin rahoittaa mainoksia, joilla syyllistetään vertaisverkkojen käyttäjiä. Se raahaa asiakkaitaan oikeuteen puolustaakseen vanhentunutta toimintamalliaan. Sisältöteollisuus on niin tottunut toimimaan tekijänoikeuden antaman läänityksensä suojassa, että se on aina vastustanut kaikkia teknisiä uudistuksia, esimerkkeinä radio, c-kasetti ja videonauhuri.

Mielestäni digi-tv:n luoma Suomi ei ansaitse tietoyhteiskunnan nimeä, koska kaikki rakenteet ovat samanlaiset kuin analogisen television aikana. Jotta yhteiskunta ansaitsee uuden nimen, joidenkin merkittävien arvoketjujen täytyy muuttua. Termi ”tietoyhteiskunta” viitanee siihen, että tiedon arvoketjun täytyy muuttua. On aika tehdä johtopäätös, että Suomen nykyinen telepolitiikka on toiminut liian kauan samoilla säädöillä ja on osa ongelmaa. Markkinoilta puuttuu positiivinen jännite ja kehitykseltä veturi.

Tieto- ja viestintätekniikan nousu maamme merkittävimmäksi vientiteollisuudeksi nojautui dynaamiseen telealaan ja alan sääntelyn purkuun. Tietoteollisuudessa voittaja ottaa usein kaiken. Koska olemme nyt jääneet jälkeen, on syytä kysyä, tuleeko meistä 2020-luvulla telealan tuotteiden nettotuottajia? Voiko julkinen valta pestä asiassa kätensä vai onko sillä tässä asiassa jokin rooli? Hoitavatko markkinat kaikki asiat kuntoon ilman sääntelyä?

Kun viihde-elektroniikkalaitteet liitetään laajakaistaiseen tietoverkkoon, sisällön omistajien on pakko luopua tehottomasta arvoketjustaan ja ryhtyä laajamittaisesti myymään laillista sisältöä verkossa. Tästä on Suomessa nähty ensimmäiset esimerkit sen jälkeen kun Applen iPod saavutti suurta suosiota Amerikassa. Viihteen kuluttamiseen tarkoitettujen tulevien päätelaitteiden älykkyyden takia mainosten pakkosyöttöön perustuva liiketoimintamalli on vaikeuksissa. Älykäs päätelaite tekee kuluttajasta sisällön tuottajan asiakkaan eikä mainostajan kohteen.

Tv-kanavien yleisjakelu on ollut teollisen yhteiskunnan tiedon jakelumenetelmä ja johtunut analogisen tekniikan rajoitteista. Digitaalisuus päätelaitteissa ja tietoverkoissa sekä vertaisverkot laskevat viimeistään 2020-luvulla tiedon jakelun kustannukset niin alas ja jaeltavan tiedon jyväkoon niin pieneksi, että sisällön tuottaja voi lähestyä jokaista kuluttajaa yksilönä ja asiakkaana ajasta ja paikasta riippumatta. Ehkäpä tämä viimein mahdollistaa sisällön laadulla kilpailun ja saa läänityskeskeisen tietotalouden toimimaan kuin markkinatalous.

Digi-tv-verkko voi olla sinänsä tarpeen, se vain ei vielä ratkaise mitään. Se ei luo Suomesta sellaista ympäristöä, jossa kilpailukykyinen 2020-luvun tietoteollisuus luodaan. Meidän on löydettävä tietoverkkojen alueelle sellainen toimialarakenne, joka kiihdyttää teknistä kehitystä eikä jarruta sitä. Kuitu kotiin ei ole kallista, vaan päinvastoin meillä ei ole varaa olla kuiduttamatta kotejamme. Kun kuituverkkoa rakennetaan, kustannuksista ehkä 45 prosenttia on veroja. Koska nykyisellä toimialarakenteella mitään ei tapahdu, valtiolle on tuottavaa tukea esimerkiksi verohelpotuksin kuntia, osuuskuntia, taloyhtiöiden yhteenliittymiä tai vastaavia kuituverkon rakentajia. Kyse on kansallisesta kilpailukyvystä ja Suomen koko tietotalouden tulevaisuudesta.

Raimo Kantola

Kirjoittaja toimii professorina Teknisellä korkeakoululla. Hän on mukana Tekesin rahoittaman tulevaisuuden tietoverkkojen tutkimusohjelman laajakaistaryhmässä.