

Perinteisen television tulevaisuus

Pro gradu -tutkielma

Kari Tuomi

7915

Taiteiden tiedekunta

Audiovisuaalinen mediakulttuuri

Lapin yliopisto 2015

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Perinteisen television tulevaisuus

Tekijä: Kari Tuomi

Koulutusohjelma/oppiaine: Audiovisuaalinen mediakulttuuri

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 100

Vuosi: 2015

Tiivistelmä:

Perinteisen television tulevaisuudesta käydyssä keskustelussa mielipiteet ja ennusteet television tulevaisuudesta vaihtelevat pikaisen kuoleman ja uuden kulta-ajan välillä. Tutkimusaineistona olivat YLE:n Ajankohtaisen Ykkösen ja Tamperelaisen Radio Moreenin radiohaastattelut sekä Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma. Tutkimuksen pääkysymys oli: ” Millaisia perinteisen television tulevaisuutta rakentavia diskursseja tutkimusaineistoni puheessa on?”

Tutkimuksessa tarkastellaan perinteisen television tulevaisuutta kahden erilaisen puheen kautta. Tutkimuksessa tarkastellaan institutionaalisen ja julkisen puheen sekä ajankohtaisten blogikirjoitusten kautta television tulevaisuutta rakentavia diskursseja. Aineistolähtöisessä tutkimuksessa puheen tulkintaan käytettiin diskurssianalyysiä.

Puheesta nousi esiin neljä erilaista diskurssia, joiden kautta perinteisen television tulevaisuus muotoutuu. Keskeisiä tulevaisuuden muotoutumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat katsomisen kulttuuriin liittyvät muutokset, teknologian kehitys, katsomistapojen ja kuluttajatottumusten muutos, mutta myös viranomaisen tekemät hallinnolliset päätökset.

Perinteisen television nopea, muutaman vuoden sisällä tapahtuva katoaminen ei näytä todennäköiseltä, mutta television käyttötavoissa tapahtunee merkittäviä teknisen kehityksen mahdollistamia muutoksia. Nämä muutokset voivat olla hyvinkin nopeita. Myös television pitkäaikainen perhekeskeisyys antanee tilaa individualistiselle ja personoidulle katsomiskokemukselle.

Avainsanat: Perinteinen televisio, televisiotutkimus, televisiokulttuuri, diskurssianalyysi.

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi.

University of Lapland, Faculty of Art and Design

Name of the pro gradu thesis: The Future of the Traditional Television

Writer: Kari Tuomi

Degree Programme: Audiovisual Media Culture

Type of the work: Master's thesis, pro gradu

Number of pages: 100

Year: 2015

Abstract

In the discussion concerning the future of the traditional television opinions and predictions vary from a sudden death to a new golden age.

The research material consists of the radio interviews in YLE programme Ajankohtainen Ykkönen and Radio Moreeni in Tampere and the Communications Policy Programme for Electronic Media. The main question is "What kind of discourses can be found from the research material's speech concerning the future of the traditional television?"

In the research the future of the traditional television is examined through two different speeches. These are the institutional and the public speech including the blog posts about current affairs, how they construct the discourses for the future of the television. Discourse analysis was used to interpret the speech in the corpus-based research.

In the speech there were four different discourses found, through which the future of the traditional television will be established. Decisive factors for the future are the changes in the television watching culture, the technology development, the changes in the ways of watching the television and in the consumer habits, and also the administrative decisions made by the authorities.

Any fast disappearance of the traditional television within a few years is not likely, but there may be significant changes in the ways of using the television, due to the technological development. These changes can be very rapid. Also the long-term family-centered perception of the television may also leave space for a more individual and personalized watching experience.

Keywords: Traditional television, television studies, television culture, discourse analysis

I give a permission for the pro gradu thesis to be used in the library.

1 JOHDANTO	6
1.1 Televisio, kuolevan sukupolven media.....	6
1.2 Perinteisen television määritelmä	9
1.3 Remediaatio ja konvergenssi.....	11
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS	14
2.1 Kirjallisuuskatsaus	14
2.2 Tutkimuskysymys ja näkökulma	15
2.3 Tutkimusaineisto	17
2.4 Diskurssianalyysin käyttö tutkimusmenetelmänä	20
2.5 Diskurssit ja valtasuhteiden analyysi.....	23
2.6 Taktiikasta ja strategiasta	25
3 PUHETTA TELEVISION TULEVAISUUDESTA	29
3.1 Tilastotietoa television katsomistottumuksista	29
3.2 Tilastot viranomaispuheessa	31
3.3 Diskurssien identifiointi.....	33
3.4 Kuluttajadiskurssi	35
3.5 Kulttuuridiskurssi.....	39
3.5.1 Puhe television katsomisen kulttuurista.....	39
3.5.2 Tottumus on toinen luonto	43
3.5.3 Formaattitelevisio ja hetken hurma	46
3.5.4 Television katsomisen tavat.....	50
3.5.5 Katsomisen kulttuurin muutos.....	55
3.6 Teknologiadiskurssi	59
3.7 Kompetenssidiskurssi	70
4 DISKUSSIO	75

5 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	92
LÄHTEET	96

1 JOHDANTO

1.1 Televisio, kuolevan sukupolven media

Television kuolemaa on ennustettu useaan kertaan, mutta ennustuksista ja uhkakuvista huolimatta televisio on säilyttänyt vankan asemansa suomalaisten olohuoneessa. Television asemaa on tukenut se tosiasia, että se on ollut pitkään ainoa liikkuvaa kuvaa kuluttajien koteihin välittävä media. Tekninen, mutta myös yhteiskunnallinen kehitys yleisesti, ovat kuitenkin johtaneet siihen, että perinteisen television valta-asemaa horjuttavat nyt aivan uudenlaiset haasteet.

Ehkäpä asemansa perusteella vaikutusvaltaisimmat television kuolemaa ennustaneet lausunnot ovat antaneet perinteiselle televisiolle elinaikaa vain muutaman vuoden. Verkkovideopalvelu Netflixin perustaja Reed Hastings totesi haastattelussaan¹, että televisiolla on elinaikaa vuoteen 2018 saakka. Samansuuntaisen lausunnon antoi jo aikaisemmin silloinen YLE:n toimitusjohtaja Mikael Jungner², joka totesi haastattelussaan³, että kymmenen vuoden kuluttua ei enää ole TV-kanavia.

Samalla on kuitenkin todettava, että viimeisimpien Finnpanelin⁴ tv-mittaritutkimusten mukaan valtaväestön keskuudessa televisio on edelleen säilyttänyt asemansa. Näin siitäkin huolimatta, että televisiosisältöjen markkinoilla kilpailu ja tarjonta ovat kasvaneet viime vuosien aikana merkittäväällä tavalla. Kasvaneesta kilpailusta huolimatta perinteinen televisio on säilyttänyt toimintatapamallinsa samankaltaisena jo lähes 60 vuoden ajan. Voisi helposti tulla sellaiseen johtopäätökseen, että television perinnetietoinen

¹ Helsingin Sanomat, Talous, 14.9.2013 TV-sarjat jättävät pian television.

² Jungner Mikael, YLE:n toimitusjohtaja 2005 – 2010.

³ HBL, e-tidning, 27.3.2007 Om tio år finns inga tv-kanaler.

⁴ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedotteet.php>.

toimintatapa on betonoinut sille vankan suosion, etenkin varttuneemman (> 55-vuotiaat) katsojaryhmän keskuudessa. Tämä joukko ei ehkä kykene tai halua pysyä viimeisimmän teknisen kehityksen vauhdissa, vaan pitäytyy aikaisemmin opituissa katselutottumuksissa. Jos tämä oletus pitää paikkansa, silloin television kohtalona voi todellakin olla katoaminen kuolevan sukupolven myötä.

Television tuttuuden takia meillä jokaisella on oma mielikuvamme siitä, mitä tarkoitamme televisiolla siitä puhuttaessa. Televisio, paitsi laitteena, mutta myös mediana, sisältää monia eri ulottuvuuksia ja määritelmiä, joihin nopeasti kehittyvän tekniikan mahdollistamat uudet sovellukset tuovat kiivaalla tahdilla lisää erilaisia vivahteita ja painotuksia. Eri teksteissä olevat määritelmät televisiostakin ovat osittain jopa ristiriitaisia keskenään. Tämän tutkimuksen keskiössä on kuitenkin perinteinen, lineaarinen televisio ja sen tulevaisuus.

Televisio on tutkimuksen kohteena menettänyt suosiotaan, kun tutkimuksen painopiste on siirtynyt tarkastelemaan muun median dynaamisempaa kehitystä. Aikaisempi tutkimus on myös keskittynyt enemmän television tarjoamaan sisältöön, mutta varsinaisesti television tulevaisuutta, osana mediamaisen kehitystä, ei aivan viime aikoina ole merkittävästi tarkasteltu. Sisällön lisäksi ajankohtainen tutkimus on keskittynyt tutkimaan uusien teknisten innovaatioiden soveltamismahdollisuuksia television katselussa ja niiden aiheuttamien muutosten vaikutuksia television katselutapoihin. Televisiotutkimus onkin tällä hetkellä mielenkiintoisessa ja haastavassa tilanteessa, sillä on todennäköistä, että television historiallista kehitystä tarkastelemalla on vaikea luoda oikeansuuntaista arviota television tulevasta kehityksestä.

Tässä tutkimuksessa pyrin diskurssianalyysin keinoin löytämään käydystä ajankohtaisesta keskustelusta näkökulmia perinteisen television mahdolliseen tulevaisuuteen. Tutkimusaineistoksi valitsin kaksi haastatteluohjelmaa, joissa television tulevaisuudesta keskustelevat yhtäältä television tulevaisuuteen ja sisältöön vaikuttavat asiantuntijat ja toisaalta televisiota käyttävien kuluttajien

edustajat. Sekundääriaineistona olen käyttänyt myös television tulevaisuuteen liittyviä ajankohtaisia blogikirjoituksia, joiden puheessa heijastuu tarkemmin television käyttäjien mielipiteet.

Diskurssianalyysin käyttöä tutkimusmenetelmänä voidaan perusteella myös aineiston laadullisilla ominaisuuksilla. Tutkimuksen aineisto sisältää erilaisia näkökulmia, joista on löydettävissä erilaisiin merkityssystemeihin kuuluvia osia, ja toisaalta haastatteluohjelmien luonne on vuorovaikutuksellista.

Television tulevaisuuteen liittyy myös vallankäyttö, kun valtioneuvosto selonteossaan⁵ eduskunnalle määrittää sähköisen median, ja sitä kautta myös perinteisen television tulevaisuutta. Tutkimuksessani peilaan haastattelupuheen kautta saatuja tutkimustuloksia tähän viralliseen puheeseen television tulevaisuudesta. Diskurssianalyysi soveltuu hyvin myös Sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman linjausten hahmottamiseen tutkittaessa viranomaisen institutionaalisen puheen rakentamaa faktuaalista, muut tulkinnat syrjäyttävää sisältöä.

Vaikka diskurssianalyysi soveltuukin huonosti tiettyjen kiinteiden lähtökohtaisten hypoteesien rakentamiseen, joita sitten tutkimuksessa pyritään todentamaan tai kumoamaan, olen pitänyt eräänlaisena lähtökohtaolettamuksena tutkimukselleni jo aikaisemmin mainittua näkemystä perinteisestä televisiosta kuolevan sukupolven tulkkina ja välineenä. Sama, tai samansuuntainen näkemys toistui myöhemmin muuallakin tutkimusaineistossa. Tosin näkemys on kuitenkin selkeässä ristiriidassa viimeisimpien television katsojamäärätutkimusten⁶ kanssa, minkä takia perinteisen television tulevaisuuden lähempi tarkastelu vaikutti tutkimuksen kannalta mielenkiintoiselta.

Voihan toki olla, kuten Netflixin toimitusjohtaja Reed Hastings totesi avatessaan yhtiönsä toimintastrategiaa, että perinteinen televisio on saavuttanut suosionsa

⁵ Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma 2012.

⁶ Finnpanelin katsojatutkimus vuodelta 2014.

huipun, mutta on valmis väistymään ja antamaan tietä nykyaikaisemmille katsomiskokemuksille⁷.

On kuitenkin varsin hämmentävää, että keskeisesti arkielämäämme jo vuosikymmeniä kuuluneen hyödykkeen, joidenkin mielestä lähes perheenjäsenen, tulevaisuudesta annetaan perin ristiriitaisia arvioita. Etenkin kun arvioiden vaihteluväli liikkuu nopean sukupuuttoon kuoleamisen ja uuden kulta-ajan välillä!

1.2 Perinteisen television määritelmä

Televisiolle tarjotaan tutkimusaineistossa useita erilaisia määritelmiä. Aineistossa puhutaan muun muassa perinteisestä televisiosta, lineaarisesta televisiosta ja uudesta televisiosta. Eri käsitteiden määrittelyä ei kuitenkaan tarkasti tehdä, vaan ilmauksia käytetään ikään kuin vastaanottajalla olisi tieto siitä, mitä kulloinkin tarkoitetaan.

Perinteisen television suoraviivaisin määritelmä tutkimusaineistossa on toimintaperiaatteen mukaisesti muodostettu kuvaus television toiminnasta. Kuvauksen mukaan perinteinen televisio toimii broadcasting-periaatteen mukaisesti niin, että yhdestä pisteestä lähetetään valtakunnallisesti tai alueellisesti samaa ohjelmaa lähettäjän aikataulun mukaisesti, ja jokainen tarvittavan laitteen omistava vastaanottaja voi lähetyshetkellä katsoa ohjelmaa⁸. Tällä periaatteella toimivasta perinteisestä televisiosta käytetään myös ilmaisua lineaarinen televisio, joka kuvaakin hyvin edellä kuvattua toimintaperiaatetta.

⁷ Hastings Reed, verkkovideoopalvelu Netflixin toimitusjohtaja, Netflix long term view, 25.4.2013.

⁸ Hietala 1996a, s.10, Eerikäinen 1994 s.109 – 110 ja Ajankohtainen Ykkönen, Ismo Silvon ja Heikki Peltosen määritelmä perinteisestä televisiosta.

Broadcasting-järjestelmän vakiintuminen televisiotoiminnan organisaatioperustaksi johtui siitä, että televisiosta muodostui kehityksensä alkuvaiheessa, osin radion toimintamallin mukaisesti, joukkotiedotusväline. Teknologian kautta television kulttuuriseksi toimintatavaksi, mediamuodoksi, vakiintui broadcast-tv, joka toimii vertikaalisesti valmiin ohjelmavirran jakelukanavana⁹.

Vaihtoehtona perinteiselle televisiolle käytetään muun muassa ilmaisia uusi televisio, non-lineaarinen televisio, sosiaalinen televisio, on-demand- tai katalogitelevisio, on-line televisio ja nettitelevisio. Ilmaisuilla kuvataan useimmiten television (perinteisestä televisiosta poikkeavaa) informaation siirtokanavaa tai käyttöperiaatetta. On syytä huomata, että käsitteellä televisio tarkoitetaan myös joissakin yhteyksissä pelkkää televisiosisällön vastaanottamiseen tarkoitettua päätelaitetta, vaikka televisiolaite kykenee toimimaan myös esimerkiksi internetpäättinä.

Televisio voidaan siis määritellä monin eri tavoin ja televisiolla on monenlaisia muotoja. Television määrittely voidaan tehdä myös erilaisten teknisten ominaisuuksien, lähetystekniikan, vastaanottotekniikan tai pelkän päätelaitteen ominaisuuksien perusteella. Tässä tutkimuksessa perinteisellä televisiolla tarkoitetaan laitetta, joka vastaanottaa broadcasting-periaatteen¹⁰ mukaisesti yhdestä pisteestä määrittelemättömälle määrälle vastaanottajia samaan, lähettäjän määrittelemään aikaan lähetettyä samaa ohjelmaa. Vastaanotettu lähetys voi olla alueellisesti rajattua tai valtakunnallista.

Puhuttaessa edellä esitetyn määritelmän mukaisesta perinteisestä televisiosta eroavista päätelaitteista, määritellään ne tekstissä tarpeen mukaan erikseen.

⁹ Eerikäinen 1994, s.109 – 111.

¹⁰ Hietala 1996a, s.10.

1.3 Remediaatio ja konvergenssi

Television tulevaisuuden tarkastelussa remediaatio ja konvergenssi ovat käsitteitä, joita käytetään varsin useasti. Siksi onkin syytä avata näiden käsitteiden merkitystä ja sisältöä.

Remediaatio ei syntynyt digitaaliaikana, vaan on prosessina tunnistettavissa vuosisatojen ajalta länsimaisessa visuaalisessa representaatiossa.¹¹ Remediaatioprosessissa media lainaa toiselta joko sisältöä tai välineen.

Remediaatio¹² on tyypillistä etenkin digitaaliselle medialle. Bolterin ja Grusinin mukaan remediaatio on median representaatio toisessa mediassa. Remediaatio voi toteutua eri medioiden välillä usealla eri tavalla.

Yksinkertaisimmillaan kyseessä voi olla uusi väline, jolla päästään käsiksi vanhaan sisältöön aikaisemmassa mediassa. Tässä tapauksessa uudesta mediasta halutaan huomaamaton ja läpinäkyvä, jotta käyttökokemus ja käyttäjän suhde vanhaan mediaan säilyisivät alkuperäisen kaltaisina.

On myös mahdollista, että uuden ja vanhan median välisiä eroavaisuuksia tarkoituksellisesti korostetaan. Tällöin halutaan erityisesti tehdä näkyväksi, että uudella medialla on tarjottavanaan jotakin sellaista, mihin vanha media ei kyennyt. Vanhaa mediaa ei kuitenkaan haasteta tai aseteta kyseenalaiseksi, ja uuden median luonnetta voisi luonnehtia läpikuultavaksi.

Remediaation lähestymistapa voi myös olla aggressiivisempi, jolloin vanha media erotetaan yksiselitteisesti kontekstistaan. Ero uuden ja vanhan median välillä tehdään näkyväksi, kuten myös uuden ja vanhan median epäjatkuvuuskohdat sisällössä.

¹¹ Bolter ja Grusin, 1999, s.11.

¹² Bolter ja Grusin 1999.

Äärimmäisenä remediaation muotona on absorptio, jossa uusi media sulauttaa vanhan median itseensä. Tällöin, toisin kuin edellisessä vaihtoehdossa, epäjatkuuskohdat pyritään minimoimaan ja häivyttämään sisällöstä kokonaan. On kuitenkin syytä korostaa, että uusi media on riippuvainen sulauttamastaan vanhasta mediasta. Tämän tyyppinen kehitys on nähtävissä esimerkiksi television ja internetin välillä. Kilpailu ei olekaan pelkästään taloudellista, vaan myös esteettistä.

Konvergenssi¹³ laajana käsitteenä kattaa sisältöjen virtauttamisen erilaisten media-alustojen välillä, moninaisten mediatuotantoyhtiöiden välisen yhteistyön, mutta myös mediayleisön muuttoliikkeen eri medioiden välillä, heidän etsiessään itselleen sopivaa sisältöä. Käsitteen avulla voidaan kuvailla teknologisia, teollisia, kulttuurisia ja sosiaalisia muutoksia.

Suppeammin mediakonvergenssin käsitteellä tarkoitetaan eri media-alustojen, niihin liittyvien teknologioiden ja jakeluverkkojen lähentymistä tai yhteen sulautumista. Kuten remediaatiokin, mediakonvergenssi on ilmiönä noussut laajempaan tietoisuuteen nimenomaan digitalisoitumisen kautta.

Kun mediakonvergenssi 2000 – luvun alkupuolella otettiin käsitteenä laajempaan käyttöön, ajatus oli, että vähitellen kaikki mediat olisivat saatavilla saman laitteen kautta. Konvergenssia pidettiin lähes pelkästään eräänlaisena teknologisena siirtymänä. Tämän näkökulman heikkous onkin siinä, että konvergenssin moniulotteisuutta ja esimerkiksi kulttuuriin liittyviä tasoja ei otettu lainkaan huomioon.

Nykykehityksen valossa näyttää siltä, että medialaitteet jalostuvat entistä monimuotoisemmiksi ja divergentti laitteistokehitys näyttäisi edelleen jatkuvan. Merkilläpantavaa onkin, että konvergenssi näyttää toteutuvan selkeämmin sisältöjen osalta.¹⁴

¹³ Jenkins 2006, s.2 – 3.

¹⁴ Jenkins 2006, s.15.

Ajatus siitä, että konvergenssi toteutuisi pelkästään erilaisten media-alan yhtiöiden konsolidoitumisen kautta, on osoittautunut vääräksi. Konvergenssia ohjaavat myös kuluttajat omalla toiminnallaan. Kuluttajakäyttämisen realiteetit ja ihmisten halu käyttää mediaa omiin tarkoituksiinsa parhaiten soveltuvalla tavalla aiheuttavat muutoksia konvergenssin eri osa-alueilla, joskus yllättävälläkin tavalla. Ehkäpä IT-kuplan puhkeaminen vuosituhannen vaihteessa oli yksi esimerkki tästä, kun kuluttajat eivät halunneetkaan, tai tarvinneet, kaikkia heille tarjottuja kaupallisesti kehitettyjä sovelluksia.

Konvergenssin uskotaankin toteutuvan tulevaisuudessa erilaisten medioiden ja teknologioiden joustavana, ja välillä huonostikin yhteensopivista paloista tiettyä tarkoitusta varten koottuna liittona, ennemminkin kuin täysin integroituna ”valmiina” järjestelmänä. Konvergenssin kokonaisprosessi näyttäisi muodostuvan yhtäältä suurten media-alan yritysten johtamana ”ylhäältä-alas” prosessina, ja toisaalta ”alhaalta-ylös” suuntautuvana kuluttajajohtoisena prosessina.¹⁵

¹⁵ Jenkins 2006, s.18.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Kirjallisuuskatsaus

Tämän tutkimuksen ensisijaisina menetelmäoppaina on käytetty Arja Jokisen, Kirsi Juhilan ja Eero Suonisen kirjoja Diskurssianalyysin aakkoset (1993) ja Diskurssianalyysi liikkeessä (1999). Diskurssianalyttisen teorian soveltamista erilaisiin mediateksteihin on tutkinut Norman Fairclough, jonka kirjaa Miten media puhuu (1995) on käytetty edellä mainittujen teosten ohella oppaana diskurssianalyysin soveltamisesta mediatutkimukseen.

Mediatutkimuksen traditioiden, metodien ja visuaalisen kulttuurin tutkimuksen osalta tutkimuksessa nojaututaan Tuomo Mörän, Inka Salovaara-Moringin ja Sanna Valtosen toimittamaan teokseen Mediatutkimuksen vaeltava teoria (2004), jossa eri kirjoittajat esittelevät tunnettujen teoreettisten vaikuttajien ajatuksia median ja yhteiskunnan suhteesta. Janne Seppäsen teos Visuaalinen kulttuuri (2005) käsittelee visuaalisen kulttuurin tutkimusta ja siinä käytettyjä keskeisimpiä metodeja. Seppänen analysoi myös vallankäyttöä kuvallisuuden tuotannossa.

Televisiokulttuurin perusteoksina on käytetty Veijo Hietalan kirjaa Ruudun Hurma – johdatus tv-kulttuuriin (1996), jossa Hietala käsittelee television historiaa, tv-kulttuuria ja televisiotutkimusta suomalaisesta näkökulmasta. Raymond Williamsin teos Television – Technology and Cultural Form (1974) tarkastelee televisiota historiallisena ja yhteiskunnallisena instituutiona.

Tiedon ja vallan suhteen analysoimisessa tutkimus tukeutuu Michel Foucault'n teoksiin Tiedon arkeologia (1969) ja Sanat ja asiat (1966). Foucault'n filosofian avaamiseen on käytetty Kai Alhasen teosta Käytännöt ja ajattelu Michel

Foucault'n filosofiassa (2011) ja Martin Kuschin teosta Tiedon kentät ja kerrostumat – Michel Foucault'n tieteen tutkimuksen lähtökohdat (1991).

Mediakonvergenssin ja uuden median vaikutusta perinteisen television tulevaisuuteen teknisen muutosprosessin kautta on hahmotettu käyttäen Jay David Bolterin ja Richard Grusinin teoksen Remediation – Understanding new media (2000) ja Barrie Gunterin teosta Television versus Internet (2010) sekä Henry Jenkinsin teosta Convergence Culture (2006).

Television tutkimus on keskittynyt viime vuosina television sisällön ja etenkin teknisten ominaisuuksien tutkimukseen, joiden kautta on tieteenkin myös otettu kantaa television tulevaisuuden kehitysnäkymiin.

Kotimaista tutkimusta televisiosta kulttuurisena ilmiönä ovat tehneet Jukka Kortti, jonka teos näköradiosta digiboksiin (2007) paneutuu television sosiokulttuuriseen historiaan.

Juha Herkman tutkii teoksessaan Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto (2005) television vaikutusta valtamediaan sekä Suomen mediakentän vuosituhaten vaihteen murrosta ja median markkinoitumista. Tuorein televisiotutkimuksen julkaisu on Sari Elfvingin ja Mari Pajalan toimittama Televisioita (2011), jossa tarkastellaan televisiokulttuurin historian kautta suomalaista kaupallista ja julkisen palvelun televisiota sekä television vaikutusta muuhun mediaan.

2.2 Tutkimuskysymys ja näkökulma

Olen kiinnostunut tutkimuksessani perinteisen television tulevaisuudesta käydystä keskustelusta. Tutkimukseni tavoitteena on löytää aineistosta ne tavat ja

käytänteet, jotka luovat tutkittavan ilmiön. Yhtäältä olen pyrkinyt löytämään television käyttäjien, eli taktisen tason, puheesta perinteisen television tulevaisuutta rakentavia diskursseja. Toisaalta tutkin myös institutionaalisen, strategisen tason, puheen tapaa rakentaa perinteisen television tulevaisuutta.

Tutkimukseni lähestymistapa on aineistolähtöinen ja olen käyttänyt tutkimusmenetelmänä diskurssianalyysia.

Tutkimuksen pääkysymys on:

- Millaisia perinteisen television tulevaisuutta rakentavia diskursseja tutkimusaineistoni puheessa on?

Koska diskurssianalyysiä ei ole tarpeen soveltaa selvärajaisena metodina, vaan ennemminkin väljänä teoreettisena viitekehyksenä, voidaan metodologia räätälöidä tutkimusongelman ja tutkimusaineiston kannalta tarkoituksenmukaisimpaan suuntaan¹⁶. Tutkimuksessa olenkin käyttänyt pääkysymystä täydentävinä alakysymyksinä empiristisiä ”miten se näkyy” -muotoisia kysymyksiä. Tämä oli mielestäni perusteltua haastatteluohjelmien keskustelutilanteenomaisen materiaalin analysoinnin takia, jotta diskurssin ilmenemismuodot saatiin paremmin näkyviksi.

Pääkysymystä tarkentavat alakysymykset:

- Miten perinteisen television tulevaisuus ilmenee puhetavoissa?
- Miten television katsomisen kulttuurin muutos ilmenee puhetavoissa?
- Millaiseen suhteeseen taktinen ja strateginen taso asettuvat toisiinsa nähden aineiston tulkinnan perusteella?

Diskurssianalyttisen tutkimuksen näkökulma on konstruktionistinen, puhetta analysoidaan osana todellisuutta itseään, tapana rakentaa todellisuutta. Tutkimuksellisenä näkökulmana on löytää ajankohtaisesta materiaalista erilaiset

¹⁶ Aaltola ja Valli toim. 2010, s.133.

tavat puhua perinteisen television tulevaisuudesta ja tehtyjen havaintojen kautta avata perinteisen television aseman mahdollista muutosta lähitulevaisuudessa. Tässä tutkimuksessa keskityn siis perinteistä televisiota koskeviin havaintoihin ja niistä vedettyihin johtopäätöksiin.

Olen rajannut analyysin ulkopuolelle Foucault'n ei-diskursiiviset muodostelmat. Ei-diskursiivisia käytäntöjä tarkastelen tutkimuksessani vain diskurssien kautta, diskurssilähtöisesti.

2.3 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineistoksi olen valinnut kaksi radiohaastattelua. Valinnan perusteluina käytin ajankohtaisuuden lisäksi moniäänisyyttä. Heikki Peltosen toimittaman Ajankohtaisen Ykkösen haastatteluohjelmassa äänessä on Yleisradion televisio-ohjelmien julkaisujohtaja Ismo Silvo, joka edustaa institutionaalista, perinteistä televisiota kommenteillaan. Hänen kanssaan haastateltavana oleva tutkija Sari Elfving edustaa television tutkimuksen näkökulmaa. YLEn kanavalla 4.5.2013 esitetty ohjelma heijastaa kokonaisuutena valtakunnallista näkökulmaa keskustelussa perinteisen television tulevaisuudesta.

Toinen haastattelu on Laura Peräsalon tuottama, 13.11.2012 Radio Moreenissa esitetty Aivorihi-ajankohtaisohjelma. Radio Moreeni on Tampereen yliopiston ylläpitämä paikallisradio. Tästä johtuen haastattelu asemoituu paitsi julkaisukanavansa, mutta myös osallistujensa takia enemmän alueelliseksi, osin jopa paikalliseksi näkökulmaksi. Ohjelmassa äänessä ovat paikallisteleviisiokanavan tuottaja Kari Pusa ja television kuluttajan äänellä puhuva viestinnän opiskelija Tim Isokivi. Lisäksi ohjelmassa puhelinhaastatellaan MTV-median ohjelmanhankintajohtaja Jani Hartikaista¹⁷ ja

¹⁷ Jani Hartikainen nimettiin syyskuussa 2013 Nelonen-median televisiotoiminnan vastaavaksi johtajaksi, haastatteluaihana hän toimi MTV-median ohjelmahankintajohtajana.

Elisa-viihteen palvelujohtaja Kirsi Valtaria¹⁸. He edustavat puheellaan perinteisen television asemaa haastavia, vaihtoehtoisia television muotoja.

Tutkimuksen kannalta on merkittävää, että kaikki haastateltavat omaavat sellaisen aseman tai roolin suhteessa televisioon, ammattilaisena, tutkijana tai kuluttajana, että heillä on roolinsa kautta selkeä tahtotila osallistua televisiosta käytävään keskusteluun omasta positiostaan. Nämä roolit ja positiot tarjoavat mielenkiintoisen läpileikkauksen, jopa yhteiskunnallisellakin tasolla, perinteisen television tulevaisuudesta käytävästä debatista.

Edellä mainitun materiaalin lisäksi olen käyttänyt tutkimusaineistona Sähköisen median viestintäpoliittista ohjelmaa¹⁹. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma on annettu valtioneuvoston selontekona eduskunnan käsiteltäväksi 26.9.2012, ja se hyväksyttiin käyttöön otettavaksi eduskunnassa joulukuussa 2012. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma on viimeisin voimassa oleva valtiohallinnon linjauksia ja keskeisiä toimenpiteitä sisältävä julkaisu, jolla ohjataan sähköisen viestinnän kehitystä Suomessa. Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma sisältää muun muassa laatimisajankohtansa oleellimmat ja ajantasaisimmat havainnot suomalaisesta mediamaisemasta ja kuluttajakäytäntöjen muutoksesta viestintäpalvelujen markkinoilla.

Sähköisen median viestintäpoliittisessa ohjelmassa tarkastellaan taajuushallintoa, televisio- ja radiotoiminnan sääntelyä, eri järjestelmien teknistä kehitystä, toimilupajärjestelmää ja tulevaa markkinakehitystä. Johtopäätösosassa arvioidaan kehityksen vaikutusta suomalaiseen sisällöntuotantoon ja viestintäpalveluihin.

Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma on käytännössä viranomaisen tilaama laaja raportti, jonka sisältö perustuu useiden eri asiantuntijoiden antamiin selvityksiin ja ohjelman luonnoksesta annettuihin lausuntoihin. Mahdollisuutta lausunnon antamiseen ohjelman valmisteluvaiheessa käytti 44 tahoja 232:sta eri

¹⁸ Kirsi Valtari toimii nykyään Elisa Oyj:n organisaatiossa myyntijohtajana.

¹⁹ <http://www.lvm.fi/web/hanke/sahkoisen-median-viestintapoliittinen-ohjelma>.

toimijasta, joille lausuntopyyntö lähetettiin²⁰. Lausuntokierroksella annetun palautteen perusteella ohjelmaan on tehty muutoksia, joista merkittävimäksi mainitaan teräväpiirtolähetyksiin siirtymisen ajankohta sekä etenemismalli.

Lausuntokierroksen lisäksi on järjestetty kuulemistilaisuus sidosryhmille. Sähköisen median viestintäpoliittista ohjelmaa on ollut valmistelemassa 47-jäseninen työryhmä, jossa on ollut edustajia televisiotoiminnan, radiotoimialan, teletoimijoiden, viranomaisten ja eri järjestöjen piiristä. Ohjelman lopullinen versio on laadittu virkamiestyönä.

Haastatteluaineiston ja blogikirjoitusten puheesta käytän nimitystä kuluttajapuhe, ellei puhujan positio muuten tekstistä selviä. Kuluttajapuhe edustaa tutkimuksessani taktista, mikrotason puhetta. Sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman kautta aktualisoituvaa puhetta nimitän viranomaispuheeksi, joka edustaa strategista, makrotason puhetta.

Vaikka käytän tutkimuksessa institutionaalista asemasta tulevasta puheesta nimitystä viranomaispuhe, voitaisiin se myös osin tulkita asiantuntijapuheeksi, työhön osallistuneen laajan asiantuntijaryhmän perusteella. Koska Sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman lopullinen muoto on kuitenkin valmisteltu virkamiestyönä ja puhujan positio on selkeästi institutionaalinen, viranomaispuhe on näkemykseni mukaani sopivampi ilmaisu. Myös Michel de Certeau toteaa asiantuntijan pätevyyden muuttuvan yhteiskunnalliseksi auktoriteetiksi²¹.

Tutkimustani täydentävänä sekundääriaineistona olen käyttänyt ajankohtaisia blogeja ja kirjoituksia vuosilta 2012–2015, joiden valintaperusteena on ollut niiden puheen painottuminen perinteisen television asemaan ja tulevaisuuteen. Näitä sekundääriaineistoon kuuluvia kirjoituksia on yhteensä 10 kappaletta. Pääasiassa näiden tekstien puhe tulee kuluttajan positiosta, vaikka tekstin tuottajana olisikin ollut media-alan ammattilainen.

²⁰ Lausuntopyyntö ja lausunnot löytyvät osoitteesta <http://www.lvm.fi/asialistaus/2012/-/mahti/asianasiakirjat/61038>.

²¹ de Certeau 1990, s.40.

Sekundääriaineiston avulla olen pyrkinyt tuomaan paremmin esiin perinteisen television kuluttajan puheen kuuluvuutta tutkimuksessa, sillä voidaanhan olettaa, että juuri kuluttajakäyttäytyminen määrittää merkittävällä tavalla sen, millaiseksi perinteisen television tulevaisuus muodostuu.

Perustelen sekundääriaineiston käyttöä myös sillä, että se mahdollistaa keskustelun rajatun aineiston analyysitulosten suhteesta laajempiin kontekstuaalisiin tekijöihin ja kulttuurillisiin ilmiöihin²², tässä tapauksessa institutionaalisiin ehtoihin ja ajankohtaiseen julkiseen keskusteluun.

2.4 Diskurssianalyysin käyttö tutkimusmenetelmänä

Diskurssianalyysi on kiinnostunut teksteistä, joiden sisältämät merkitykset muodostavat puheentapoja, diskursseja, joiden avulla erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä tuotetaan sosiaalista todellisuutta²³. Diskurssi-käsite perustuu diskurssin kykyyn kommunikoida kulttuurista. Analyysin avulla pyritään selvittämään, mitä diskurssi kommunikoi ja miten tämä tapahtuu²⁴. Diskurssit eivät ole sellaisenaan poimittavissa tekstistä, vaan ne syntyvät vasta tekstin tulkinnan tuloksina.

Diskurssianalyysin käyttö ei sido tutkijaa tiettyyn metodiin tai analyttiseen menetelmään, vaan tarjoaa tutkijan valittavaksi erilaisia menetelmällisiä sovelluksia tai tarkastelun painopisteitä²⁵. Diskurssianalyysia voidaan eräissä tapauksissa pitää sekamenetelmänä, jossa tutkimuksen metodologia muodostuu tutkijan tekemien valintojen perusteella, joiden tärkein tehtävä on tiedon

²² Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999, s.60.

²³ Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999.

²⁴ Metsämuuronen toim. 2006, s.304.

²⁵ Metsämuuronen toim. 2006, s.315; Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999, s.17.

tuottaminen tutkittavasta ilmiöstä²⁶. Diskurssianalyysi on, mielenkiinnon kohteesta riippuen, mahdollista siis toteuttaa monella tavalla.

Diskurssi-termiä käytetään laajasti monilla eri tieteen aloilla, ja usein termi sisältää tutkimuksesta riippuen hieman erilaisia painotuksia. Diskursiivisella todellisuudella nähdään olevan kaksi ulottuvuutta. Sosiaalisen todellisuus voi jäsentyä lukemattomilla eri tavoilla, mutta vakiintuessaan tietyt jäsennystavat voivat tukahduttaa muut tavat, jolloin valtasuhteet nousevat tarkastelun keskiöön²⁷.

Norman Fairclough²⁸ erottaa diskurssille kaksi toisistaan poikkeavaa merkitystä. Diskurssi voidaan käsittää ensinnäkin sosiaalisena toimintana ja vuorovaikutuksena, jolla hän tarkoittaa ihmisten vuorovaikutusta elämän eri sosiaalisissa tilanteissa. Toinen tapa ymmärtää diskurssi on sen ymmärtäminen todellisuuden sosiaalisena konstruktiona, yhtenä tiedon muotona. Viimeksi mainittua merkitystä käytetään erityisesti Michel Foucault'n tuotannossa. Foucault-vaikutteisessa kriittisessä tutkimuksessa analysoitaessa vallan ja diskurssien välisiä suhteita, valtaa tarkastellaan yleensä sosiaalisiin käytäntöihin sisältyvänä ilmiönä²⁹.

Diskurssianalyysi on Foucault'n mukaan analyysimenetelmänä keino, jolla voidaan tutkia ja tarkastella ihmisten kulttuurista olemista ja prosessia, jolla he tuottavat vuorovaikutussuhteissaan olemisensa maailmassa. Keskipisteessä ovat siis kulttuuria ylläpitävät ja muovaavat käytänteet. Erityisesti Foucault on kiinnostunut siitä, miten, missä, miksi ja ketkä määrittelevät inhimillisiä kokemuksia tuottavia ilmiöitä.

²⁶ Metsämuuronen toim. 2006, s.291.

²⁷ Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999.

²⁸ Fairclough 1997.

²⁹ Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999.

Jokinen, Juhila ja Suoninen³⁰ toteavatkin, että analysoitaessa kulttuurisia konventioita olisi löydettävä ne voimakkaat konventiot, joiden suhteen halutaan antaa selityksiä ja tarkennuksia ilman tilannekohtaista vaatimusta.

Diskurssianalyysin perusajatuksen mukaan analyysi aloitetaan ensin luomalla hermeneuttinen ymmärrys puheesta viestin välittäjänä, jonka jälkeen etsitään puheesta valittujen teoreettisten käsitteiden avulla kollektiiviset merkitysrakenteet, diskurssit.

Puheen analysoinnissa yksilölliset puheet sulautetaan merkityksineen osaksi yleisempiä diskursseja. Norman Fairclough³¹ toteaa diskurssianalyysin olevan yritys jäljittää systemaattisia yhteyksiä tekstien, diskurssi- ja sosiokulttuuristen käytäntöjen välillä.

Puheen yksityiskohtia analysoimalla etsitään merkkejä puhujan tavasta tehdä tulkintoja. Keskeinen haaste ei niinkään ole siis merkityssysteemien löytäminen, vaan niiden käyttöön liittyvien yksityiskohtien jäsentäminen³².

Tutkijan vuoropuhelu tekstien kanssa avaa periaatteessa loputtoman mahdollisuuksien määrän uusille tulkinnoille, joten tutkimukselle ei ole tarkoituksenmukaista asettaa vaatimusta lopullisen objektiivisen totuuden löytämisestä. Tutkimuksen kannalta onkin tarkoituksenmukaisempaa tavoitella enemmän sellaisia tulkintoja, jotka ovat parhaalla mahdollisella tavalla perusteltavissa, kuin tavoitella yleispätevää totuutta³³.

Tekstien lähiluvussa on diskurssianalyysin tukena käytetty hyväksi Norman Fairclough'n soveltamaa representationaalisten prosessien analysointia³⁴. Tämän mukaan tekstin näkyvät valinnat ovat yhtä oleellisia kuin tekstissä näkymättömät,

³⁰ Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999, s.127.

³¹ Fairclough 1997.

³² Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999, s.59

³³ Aaltola ja Valli toim. 2010, s.136

³⁴ Fairclough 1997.

pois suljetut, epäsuorasti ilmaistut, toissijaiset tai tematisoimatta jätetyt asiat. Oleellista on löytää tekstissä tehtyjen valintojen vaikuttimet.

Fairclough³⁵ kehottaa myös kiinnittämään huomiota siihen, miten tekstin yhdistelemät implisiittiset ja eksplisiittiset merkitykset asemoivat vastaanottajan. Näiden alkuoletusten avulla pyritään lisäämään tekstin vakuuttavuutta. Alkuoletuksiin voi sisältyä myös ideologinen funktio, esimerkiksi valtasuhteita voidaan legitimoida ja uusintaa luomalla kuva sellaisen konsensuksen olemassaolosta, jota ei faktisesti ole olemassa³⁶.

Fairclough³⁷ painottaa myös kielellisen representaation yhteydessä tehtävien valintojen merkitystä. Hänen mukaansa tietyissä teksti- ja diskurssityypeissä on omat systemaattiset mallinsa ja tapansa. Tärkeää on myös huomata, miten valinnoissa toteutuvat diskurssien välillä tehdyt valinnat.

2.5 Diskurssit ja valtasuhteiden analyysi

Foucault'n mukaan tutkittaessa valtaa, diskursseja ja niiden keskinäisiä suhteita, valtaa tarkastellaan paitsi produktiivisena mutta myös sosiaaliin käytäntöihin sisältyvänä ilmiönä.³⁸ Tavoitteena on siis sosiaalisessa ympäristössä tuotettujen valtasuhteiden syntymekanismin analysointi. Jokisen, Juhilan ja Suonisen mukaan valta-analyysille ominaisia painotuksia ovat diskurssien välillä ja sisällä esiintyvät valtasuhteet. Analyysillä selvitetään diskurssien hegemonisoitumisen tapoja. Analyysin perusteella voidaan arvioida ideologisia seurauksia, joita kytkeytyy hegemonisten diskurssien käyttöön.

³⁵ Ranskalaisessa diskurssianalyysissä lähtöoletuksia kutsutaan "prekonstruoiduiksi" elementeiksi, koska ne on konstruoitu muualla, toisissa teksteissä (Pêcheux 1982) ; Fairclough 1997, s.140.

³⁶ Fairclough 1997, s. 140.

³⁷ Fairclough 1997, s. 144.

³⁸ Jokinen, Juhila ja Suoninen 1999, s.75.

Toisaalta on myös oleellista pohtia, onko hegemonista diskurssia mahdollista kyseenalaistaa. Tällaisen mahdollisuuden ilmeneminen heijastaa mahdollista muutosta, tai sen mahdollisuutta, diskurssissa. Diskurssin sinänsä voimakas totuusarvo ei siis ilmennäkään ehdotonta ”totuutta” tai äärimmäistä lopputulemaa, vaan diskurssi sisältää, ainakin periaatteessa, epävakautta ja siten muutosalttiutta.

Foucault’lainen diskurssianalyysi on kiinnostunut väitelausumista, joita esitetään auktoriteettiasemasta yhteiskunnallisen vallan positiosta. Foucault’laisen tutkimuksen oleellisia tehtäviä ovatkin tehdä näkyviksi sosiaalisen vallan ja tiedon verkostojen suhteet ja selvittää mikrotason suhteissa piilevät makrotason rakenteet. Foucault’laiselle valtakäsitykselle on ominaista valtamekanismin käyttö paitsi pakottamisen, mutta myös manipulaation välineenä.³⁹ Foucault’n mukaan ”makrotason valtasuhteiden ja mekanismien esiinnousu, säilyminen ja vaikutukset ovat usein ennalta arvaamattomia”. Hän myös näkee yhteiskunnan valtaverkoston muutoksen syntyvän uusien, yhdestä pisteestä ilmaantuvien elementtien kautta. Tämä pistemäinen muutos aiheuttaa koko verkoston kattavan uudelleenjärjestymisen.⁴⁰

On huomattava, kuten myös Foucault korostaa, että vallan käytöllä ei ole pelkästään negatiivisia seuraamuksia. Valtamekanismeilla on siten myös positiivisia vaikutuksia vallan kohteelle. Valta, ja vallan käyttö, voi siis olla myös produktiivista.

Foucault määrittelee vallan mekanismien ja vaikutusten sekä vallan ja tiedon keskinäisen suhteen tutkimiseen kolme keskeistä elementtiä. Ensinnäkin hän korostaa tapahtumien tutkimista rakenteiden sijaan, jotta itsestäänselvyyksien kontingentti luonne voidaan paljastaa. Toinen keskeinen elementti ”kausaalinen moninkertaistaminen”, jonka mukaan yksittäinen tapahtuma voidaan sijoittaa loputtoman moniin narratiiveihin. Jokainen näistä puolestaan taas identifioi uusia

³⁹ Kusch 1991, s.120

⁴⁰ Kusch 1991, s.122

syy-seuraus-suhteita sijoittaen tapahtuman aina uudenlaisiin kausaaliketjuihin. Kolmanneksi elementiksi hän nostaa tapahtumien agonistisen ulottuvuuden. Foucault'n mukaan genealogisessa tutkimuksessa huomio pitää kiinnittää ristiriitatilanteisiin, tapahtumiin, jotka tuhoavat tai käyttävät vanhoja rakenteita resursseina tai luovat kokonaan uusia rakenteita. Ristiriidat eivät kuitenkaan häviä uusien rakenteiden synnyn myötä, vaan valtataistelun takia niidenkin rakenteet jäävät epävakaiksi ja kiistanalaisiksi.⁴¹

2.6 Taktiikasta ja strategiasta

Kenraali Karl von Clausewitz määritteli taktiikan ja strategian eron teoksessaan ”Sodasta”. Clausewitzin alkuperäisteos ”Vom Kriegen” ilmestyi hänen kuolemansa jälkeen 1832, mutta on edelleenkin ajankohtainen ja laajasti käytössä sotataidon opetuksessa. Pelkistettynä von Clausewitzin⁴² ajatus taktiikasta oli oppi tavasta käyttää sotavoimia taistelussa. Strategia on hänen mukaansa oppi siitä, miten taistelujen muodostamaa kokonaisuutta käytetään sodan tarkoituksen hyväksi.

Foucault käyttää kirjoituksissaan varsin paljon sotilaallista terminologiaa, joten taktiikan ja strategian termien käyttöönotto sopii luontevasti hänen tapaansa käsitellä asioita. Foucault'n mieltymyksen sotilasterminologiaan panee merkille myös Martin Kusch⁴³.

Foucault erittelee valtasuhteet mikro- ja makrotasolle. Mikrotason valtasuhteet konkretisoituvat yksilöiden ja pienten ryhmien välisissä suhteissa, makrotason muodostaa yhteiskunnallinen taso. Tämä erottelu heijastuu myös Foucault'n

⁴¹ Kusch 1991, s.144.

⁴² von Clausewitz 1981. Teos on ilmestynyt ensi kerran suomeksi 1924.

⁴³ Kusch 1991, s.118.

tavassa käyttää taktiikka- ja strategiaulottuvuutta. Hän linjaa mikrotason vallankäytön taktiikaksi, makrotason vallankäytön strategiaksi.

Sotataidossa taktiikka kiteytyy opiksi taistelun voittamisesta, strategia opiksi sodan voittamisesta. Näillä kahdella tasolla on kuitenkin keskinäinen riippuvuussuhde.

Suurten valtastrategioiden perusta on mikrotason valtasuhteissa ja myös niiden olemassaolo on sidoksissa mikrotason valtasuhteisiin. Mikro- ja makrotason välillä on vastakkaista liikettä, joka mahdollistaa valtasuhteita koordinoivien strategioiden uudenlaiset vaikutustavat ja etenemisen vaikutuksen ulkopuolelle alun perin jääneille alueille.⁴⁴

Foucault'n mukaan strategia on keino saavuttaa hallinta jollakin yhteiskunnan toiminnan alueella, mutta onnistuakseen se edellyttää strategian päämäärien ulottamista paikalliselle tasolle, yksittäisiin käytäntöihin saakka. Strategialla siis pyritään vaikuttamaan uusien lausumien esittämistä ohjaaviin käytäntöihin, jotka puolestaan määrittävät, mitä diskurssissa voi sanoa.

Michel de Certeau puolestaan määrittelee, ikään kuin Foucault'n ajatusta jatkaen, käytäntöjen muodostuvan tekemisen tavoista, ”joiden avulla käyttäjät ottavat uudelleen haltuunsa sosiokulttuurisen tuotannon tekniikoiden järjestämän tilan”⁴⁵.

Kai Alhasen mukaan onkin syytä noudattaa Foucault'n kehotusta, jonka mukaan valtasuhteita on analysoitava nousevassa suunnassa. Tällä hän tarkoittaa, että paikallisista valtasuhteista on analyysissä edettävä kohti yhteiskunnallisia hallinnan strategioita. Foucault perustelee menettelyä sillä, että näin voidaan välttää valtasuhteiden yksinkertaistaminen ja vallankäytön mikro- ja makrotason jyrkkä erottelu. Foucault'n mukaanhan valta ”tulee alhaalta”. Tähän ajatteluun

⁴⁴ C. Gordon, *Power/Knowledge: Selected Interviews & Other writings 1972 – 1977*, Pantheon, New York, 1980. Lainaus Martin Kuschin teoksesta *Tiedon kentät ja kerrostumat*. s.119

⁴⁵ de Certeau 1990, s.17.

perustuen yhteiskunnallisten hallinnan strategioiden voidaan siis nähdä muodostuvan paikallisten valtasuhteiden kautta.⁴⁶

Myös Jenkins⁴⁷ näkee konvergenssin prosessissa tämän kahdensuuntaisen liikkeen. Hänen mukaansa mediakonvergenssi perustuu yhtäältä korporaatiodien johtamaan ”ylhäältä-alas” prosessiin, ja toisaalta kuluttajavetoiseen ”alhaalta-ylös” prosessiin.

Helena Sederholm⁴⁸ määrittelee myös taktiikan ja strategian eroa. Hänen mukaansa strategia merkitsee asettumista tiettyyn asemaan. Strategian avulla pyritään hallitsemaan tilannetta valitusta asemasta, mutta sijoittumalla aktuaalisen tilanteen ulko- tai yläpuolelle. Taktiikka on hänen mukaansa kontekstuaalista, jolloin on otettava huomioon vallitseva aika, paikka ja tilanne.

Michel de Certeau pohtii myös taktiikan ja strategian suhdetta, mutta päätyy hieman edellisistä poikkeavaan näkökantaan. Certeau käyttää perustana määrittelyssään, Foucault'n tapaan, von Clausewitzin esittämää luonnehdintaa. Certeau⁴⁹ määrittelee strategian ”voimasuhdelaskelmaksi, joka mahdollistuu sillä hetkellä, jolloin tahtomisen ja voimisen subjekti voidaan eristää”. Certeau strategia edellyttää perustana toimivan ja omaksi rajattavan paikan, josta ulkopuolelle suunnattavat toimet toteutetaan. Taktiikka taas merkitsee de Certeauille⁵⁰ ”laskelmoitua toimintaa, jota määrittää oman puuttuminen”. Taktiikalle on hänen mukaansa ominaista vallan puuttuminen, kun taas strategiaan kuuluu olennaisesti valtaoletus.

Juuri vallan paikkaoletuksen perusteella strategiat ovat de Certeau mukaan tekoja, jotka kykenevät kehittämään ”teoreettisia paikkoja”, kuten esimerkiksi diskursseja, joiden avulla hallintapyrkimykset toteutetaan. Kun de Certeau toteaa strategian pohjautuvan ”vastarintaan, jota paikan perustaminen tekee ajan

⁴⁶ Alhanen 2007, s.119.

⁴⁷ Jenkins 2006, s.18.

⁴⁸ Sederholm 2000, s.18.

⁴⁹ de Certeau 1990, s.73.

⁵⁰ de Certeau 1990, s.75.

kulumiselle”, tulkiten hänen pitävän strategiaa enemmän staattisena ja myös pitkäjänteisempänä tapana toimia.

Taktiikat ovat de Certeau mukaan ”menettelytapoja”, joiden menestys perustuu aikaan, tai tulkintani mukaan paremminkin oikeaan aikautukseen. Certeau mukaan ”taktiikat luottavat taitavaan ajan käyttämiseen”, minkä perusteella tulkiten toimintatavan tällöin jossain määrin reaktiiviseksi toiminnaksi, johon liittyy enemmän luovuutta sekä yllätysmomentin hakemista.

Käytän tässä tutkimuksessa hyväkseni Foucault’n strategian ja taktiikan määrittelyä nimenomaan valtasuhteiden analysoinnissa. Certeau määrittely, joka on samansuuntainen, mutta hieman eri näkökulmasta rakennettu kuin Foucault’lla, on käyttökelpoinen tutkittaessa arkipäivän käytäntöihin liittyviä tekoja (esimerkiksi television katselua), jotka luonteeltaan ovat ”taktisia”. Tämän taktisen tekemisen tavan ”vastapoolina” on tutkimuksessani asiantuntijapuheesta muodostuva, institutionaalinen strategia, jota edustaa Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma.

Tulkiten puhujan oikeutta ja valtaa käyttävän selonteossa valtion ylimmän johdon, sillä onhan selonteko valtioneuvoston linjausten perusteella Liikenne- ja viestintäministeriössä valmisteltu esitys, jonka eduskunta on hyväksynyt⁵¹.

Vesa Heikkinen⁵² luonnehtii diskurssianalyysia menetelmäksi, jonka avulla kommunikaation yksittäistapausten paikallinen analyysi voidaan yhdistää laajempaan sosiaalisten ominaisuuksien analysointiin. Mielestäni näiden kahden, taktisen ja strategisen, tason samanaikainen tarkastelu on käyttökelpoinen ja Heikkisen luonnehdintaan perustuva toimintatapa.

⁵¹ <http://www.lvm.fi/web/hanke/sahkoisen-median-viestintapoliittinen-ohjelma>

”Hallitus on laatinut hallitusohjelman mukaisesti sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman, joka annettiin eduskunnalle selontekona 26. syyskuuta 2012. Eduskunta hyväksyi selonteon joulukuussa 2012”.

⁵² Heikkinen, Voutilainen, Lauerma, Tiirilä ja Lounela toim. 2012, s.97.

3 PUHETTA TELEVISION TULEVAISUUDESTA

3.1 Tilastotietoa television katsomistottumuksista

Aineiston analyysin kannalta on olennaista ensin avata television katsomistottumuksia tilastojen avulla. Finnpanelin katsojatutkimuksen⁵³ mukaan television katsomismäärässä ei tapahtunut mainittavaa muutosta vuoden 2013 aikana edellisvuoteen verrattuna. Suomalaiset katsoivat televisiota vuoden 2013 aikana keskimäärin noin 21 tuntia viikossa. Katseluaika vuorokaudessa oli kolme tuntia kaksi minuuttia, mikä on vain minuutin vähemmän kuin vuonna 2012, joka oli television katsomisen huippuvuosi. Vuoden 2014 mittauksissa tehtiin uusi ennätys, kun television katsomiseen käytettiin kolme tuntia neljä minuuttia vuorokaudessa. Muutokset katsomiseen käytetyssä ajassa ovat kuitenkin marginaalisia.

Eniten aikaa television äärellä käytti yli 65-vuotiaiden katsojaryhmä. Heidän keskimääräinen vuorokautinen katsomisaikansa oli neljä tuntia 42 minuuttia vuorokaudessa. Alle 25-vuotiaiden katsomisaika toisaalta jatkoi laskuaan jo kolmannen vuoden peräkkäin.

Vaikka television katselu on mahdollista myös mobiililaitteilla, perinteinen televisiovastaanotin on säilyttänyt asemansa ylivoimaisesti tärkeimpänä katsomisen välineenä. Televisiolla on siis edelleen vahva asema suomalaisten arjessa, ja viikon aikana televisio tavoittaaakin lähes kaikki suomalaiset. Tutkimuksen mukaan televisiovastaanottimia on kotitalouksilla käytössään

⁵³ <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedotteet.php>

Tiedot perustuvat Finnpanelin televisiomittaritutkimukseen vuosilta 2013 ja 2014..

enemmän kuin koskaan aikaisemmin. Tosin mobiililaitteilla tapahtuva katselu lisääntyi tarkasteluvuoden aikana noin kuudella prosentilla.

Ylen kanavat olivat katsojien keskuudessa suosituimpia vuonna 2013, keräten 42 prosenttia katseluajasta, MTV:n kanavien osuus oli liki 30 prosenttia ja Nelonen Median vajaa 16 prosenttia. Pienet kaupalliset kanavat kasvattivat hieman suosiotaan tarkasteluvuoden aikana.

Vuoden 2014 tilastot osoittavat, että YLE:n kanavat ovat kasvattaneet osuuttaan 44,1 prosenttiin. MTV:n kanavien osuus katselusta oli 31 prosenttia ja Nelonen Median osuus 15,1 prosenttia katseluajasta.

Kanavista katsotuin vuonna 2013 oli TV1, joka kattoi 26 prosenttia katseluun käytetystä ajasta. MTV3-kanavan osuus katseluajasta oli 19 prosenttia. Kokonaisuudessaan kaupallisten televisiokanavien katselu on vuosittain hieman lisääntynyt, tällä hetkellä niiden katseluun käytetään yli puolitoista tuntia päivittäin.

TV1 säilytti katsotuinman kanavan sijan myös vuonna 2014 keräten 26,4 prosenttia katseluun käytetystä ajasta. MTV:n osuus oli pudonnut 17,4 prosenttiin. Kanavilla on tosin yhtä paljon katsojia, jos tarkastellaan vain niin sanotun prime-time⁵⁴ katselun osuutta.

Katsomisen ajallista siirtämistä tapahtuu yllättävän vähän, vain 7 prosenttia ohjelmista katsottiin muulloin kuin varsinaisena lähetysaikana, siis 93 prosenttia ohjelmien katsomisesta tapahtuu lähetysajankohtana. Ohjelmagenreistä erityisesti uutiset, ajankohtaisohjelmat ja urheilu katsotaan liveinä. Suomalaiset, toisin kuin muut pohjoismaalaiset, katsovat televisio-ohjelmat edelleenkin pääsääntöisesti niiden lähetysaikoina. Ajallisesta siirtämisestä ei vuoden 2014 aikana tullut suosituempaa, toisin kuin on oletettu.

⁵⁴ Prime-time kattaa katseluajan klo 18.00 ja 23.00 välisenä aikana.

Soneran teettämä katsojatutkimus⁵⁵ kesältä 2013 avaa myös hieman eri ikäryhmien katsomistottumusten eroja nimenomaan kesäaikana tapahtuvassa televisiosisältöjen kuluttamisessa. Tutkimuksen mukaan kesäohjelmien vahva ykkönen on uutiset, joita yli 65-vuotiaista 83 prosenttia ei jätä kesälläkään katsomatta, 18 – 24 vuotiaista vain 28 prosenttia toimii näin.

Nuoremassa ikäluokassa suosituimmat televisiosisällöt olivat ulkomainen draama ja sarjat, 32 prosenttia ilmoitti katsovansa näitä sisältöjä mieluiten kannettavalta. Nuorista vain 57 prosenttia katsoo suosikkisisältöjään perinteisestä televisiovastaanottimesta lähetysajankohtana, yli 65-vuotiaiden ryhmässä näin tekee 87 prosenttia, koko väestön keskiarvon ollessa 70 prosenttia. Koko väestön osuudesta kannettavalta tietokoneelta tv-sisältöjä katsoi 21 prosenttia ja pöytäkoneelta 13 prosenttia.

Tutkimuksen mukaan yli puolet suomalaisista on tyytymättömiä televisiosisältöihin, ja 71 % suomalaisista todetaan katsovan nettitelevisiota. Internetin ja maksullisten televisiosisältöjen käytön ei ole silti todettu vähentäneen perinteisen television katsomista.

3.2 Tilastot viranomaispuheessa

Sähköisen median viestintäpoliittisessa ohjelmassa käsitellään isoja kokonaisuuksia, joita on helppoa ja tarkoituksenmukaista havainnollistaa tarkoilla luvuilla ja taulukoilla. Tarkoilla luvuilla voidaan merkittävästi lisätä argumentoinnin vakuuttavuutta, mutta ne ovat myös toisaalta ongelmallisia. Kun

⁵⁵ Soneran 2013 teettämä Koti- ja TV-tutkimus, Taloustutkimus eMedia 2013, <http://uutishuone.sonera.fi/media/2013/06/16>.

tarkastellaan nopeasti kehittyvää media-alaa, luvut voivat muuttua merkittävästikin jo seuraavaan vuotuisen mittaukseen mennessä.

Havainnollistan tätä ongelmaa seuraavilla esimerkeillä. Vertaan puheessa määrällisen argumentoinnin tukena käytettyjä vuoden 2010 ja 2011 lukuja ajantasaisimpiin vastaaviin tutkimustuloksiin. Lukuarvot viranomaispuheessa perustuvat Finnpanelin tv-mittarin tuloksiin vuosilta 2010 ja vertailuarvot vastaavaan mittaukseen vuodelta 2014.

Television keskimääräinen katseluaika on noussut hieman vuodesta 2010. Vuonna 2010 keskimääräinen päivittäinen katseluaika oli 2 tuntia 58 minuuttia nouston vuoteen 2014 mennessä 3 tuntiin 4 minuuttiin. Tosin, kuten Jukka Kortti⁵⁶ toteaa, lisääntyneeseen television katseluun vaikuttavat kasvaneen tarjonnan ohella myös useammat vastaanottimet. Televisiovastaanottimien määrä Suomen kotitalouksissa onkin kohonnut vuosien 2010 ja 2014 välillä uuteen ennätykseen, 4,18 miljoonasta 4,66 miljoonaan.

Merkittävimmät muutokset eri ikäryhmien päivittäisessä televisiokatselussa ovat tapahtuneet nuorten 10 – 14 -vuotiaiden ikäryhmässä, jossa katselu on laskenut 80 minuutista 69 minuuttiin. Samalla tavalla 15 – 24 -vuotiaiden ikäryhmässä laskua on 95 minuutista 77 minuuttiin.

Sähköisen median viestintäpoliittisessa ohjelmassa esitettyjen arvojen ja uusimpien tulosten välillä on kokonaiskatselun muutokseen suhteutettuna lähes 20 prosentin muutos, jota mielestäni voi pitää kohtuullisen merkittävänä.

Vuonna 2011 nettitelevision korkein kuukausittainen (Areena, Katsomo, Ruutu) katselukertojen määrä oli noin 22 miljoonaa, vuonna 2014 määrä oli kasvanut jo yli 51 miljoonaan katselukertaan. Kasvua oli siis yli 100 prosenttia.

⁵⁶ Kortti 2007, s.173.

Televisiotoimialan nopea kehitys näyttäytyy vuoden 2014 lukujen valossa varsin erilaisena, kuin mitä viranomaispuheessa arvioitiin. Näyttäisikin mielestäni siltä, että tulevaisuuden kehitystä on entistä vaikeampi arvioida historiallisen kehityksen perusteella. Muutokset voivat olla nopeita ja katsojien migraatio eri media-alustojen välillä on sekä suuntautumisen että volyymin suhteen vaikeasti ennakoitavissa.

Television live-katselu, ohjelman katsominen lähetysaikaan, on säilynyt kokonaiskatseluun käytetystä ajasta lähes entisellään vuodesta 2011 vuoteen 2014. Laskua on neljä prosenttia, 66:sta 64:een prosenttiin. Tarkasteltaessa pelkästään television käyttöä, live-katselun osuus on 93 prosenttia.

Kokonaiskatselussa tallennettujen televisio-ohjelmien osuus (Digiboksi, VHS) on vähentynyt neljän prosenttiyksikön verran. Uutena tallennusmuotona verkkotallennusta on käytetty kokonaiskatselussa neljä prosenttia.

3.3 Diskurssien identifiointi

Tutkimusaineiston analyysissä aineistosta jäsenyi neljä keskeistä diskurssia, jotka olen nimennyt kulttuuri-, teknologia-, kompetenssi- ja kuluttajadiskurssiksi.

Kulttuuridiskurssiin sisältyy puhe television tarjoamasta sisällöstä ja erilaisista television katsomisen tavoista. Jotta päällekkäisyys kuluttajadiskurssin kanssa olisi vältettävissä, olen rajannut kulttuuridiskurssiin kuuluvaksi puheen sellaisista katsomisen tavoista, joilla viitataan aikaisempiin television katsomisen tapoihin ja rituaaleihin.

Kulttuuridiskurssiin kuuluvalla puheella on siis rajaukseni mukaan aina historiallista perspektiiviä. Kulttuuridiskurssiin olen sijoittanut myös puheen,

jossa tavalla tai toisella luodaan vastakkainasettelua esimerkiksi eri ikäluokkien tavalle katsoa televisiota. Tässäkin tapauksessa oletusarvona on, että vastakkainasettelulle on olemassa referenssi, esimerkiksi tietyltä ajanjaksolta oleva tilasto, joka viittaa menneeseen aikaan.

Teknologiadiskurssiin olen rajannut puheen televisiolähetysten vastaanottimesta, siis televisiosta laitteena, ja siihen liittyvistä teknisistä ominaisuuksista. Myös puhe tekniikasta, joka liittyy televisiolähetysten lähetystapaan ja vastaanottoon on oleellinen osa teknologiadiskurssia.

Kompetenssidiskurssiin sisältyy puhe televisiomarkkinoiden kilpailusta ja markkinakilpailussa käytetyistä keinoista. Erityisesti kaikki yhteiskunnan toimet, joilla televisiomarkkinoita säädellään ja joilla kuluttajakäyttäytymistä ohjaillaan, ovat kompetenssidiskurssin merkittäviä osia.

Kuluttajadiskurssiin olen määrittänyt kuuluvaksi television käyttäjän positiosta syntyvän puheen, johon kuuluvat oleellisesti erilaiset vaatimukset tai toiveet esimerkiksi television teknisen tai sisällöllisen laadun suhteen tulevaisuudessa. Tällä logiikalla olen sisällyttänyt myös puheen katsomistapojen muutoksesta kuluttajadiskurssiin, edellyttäen, että puheessa käsitellään tulevaisuuden katsomistapaa. Käytän nimitystä kuluttajadiskurssi, enkä katsojadiskurssi, koska viimeksi mainittu olisi ajatuksellisesti rajoittanut tarkastelun liaksi pelkästään katsomistapahtumaan.

Kuluttajadiskurssin ja kulttuuridiskurssin vedenjakajana on siis käytännössä nykyhetki. Perustelen tätä näiden kahden diskurssin aikaan perustuvaa jakoa kulttuurin määritelmillä, joihin liittyy oleellisesti historia ja ajassa aikaisemmin opitut tai omaksutut tavat. Voidaanhan kulttuuri yksinkertaisimmillaan määritellä tavoiksi tai perinnetavoiksi⁵⁷. Kulttuuri voidaan yhtäältä nähdä yhteisenä tiedon järjestelmänä, jonka sisältämien koodien ja merkitysten avulla ihmiset jäsentävät elämäänsä. Toisaalta kulttuuri voidaan tulkita omaksutuksi tapojen ja

⁵⁷ www.suomisanakirja.fi kulttuurin määritelmä, luettu 7.3.2015.

uskomusten järjestelmäksi, joiden kautta kollektiivinen elämäntapa on mahdollinen⁵⁸.

3.4 Kuluttajadiskurssi

Perinteisen television viimeisen käyttöpäivän arvioidaan lähestyvän, toteaa toimittaja Heikki Peltonen Ajankohtaisen Ykkösen lähetyksessä. Eräiden arvioiden mukaan perinteinen televisio nykymuodossaan lakkaa olemasta viiden, kymmenen vuoden kuluessa. Perinteisen television häviämisestä on kuitenkin monenlaisia näkökantoja, sillä arviot vaihtelevat kymmenestä viiteentoista vuoteen, ja varsin yksimielisiä ollaan siitä, että huolimatta tulevista muutoksista, perinteinen televisio jatkaa elämäänsä tavalla tai toisella jonkin ”uuden” sisällä, kuten Yleisradion ohjelmajohtaja Ismo Silvo toteaa.

Vaikka sitä ei selkeästi ilmaista, mielestäni ohjelmajohtaja Silvo tarkoittanee tässä yhteydessä perinteisellä televisiolla itse asiassa perinteiseen televisioon tuotettua ohjelmasisältöä, eikä varsinaisesti ota kantaa itse televisiolaitteeseen. Erityisesti haastattelussa sekä Silvo että tutkija Sari Elfving korostavat sitä, että itse televisiolaite ei varmasti lakkaa olemasta, vaikka sen rinnalle on tullut erilaisia muitakin näyttölaitteita (katselupäätteitä), kuten tietokoneen näyttö, älypuhelimet ja tabletit.

Perinteisen television kehityksestä toimittaja Heikki Peltonen ottaa erityisesti esille digitalisoituminen, jonka piti mullistaa television käyttötapoja. Perinteisen television piti muuttua kaksisuuntaiseksi, interaktiiviseksi. Digitaalisuutta markkinoitiin aikanaan kuluttajille suurena mahdollisuutena laventaa perinteisen television käyttötapoja.

⁵⁸ www.uta.fi/avoinyliopisti/arkisto/sosiaaliantropologia/antropologia2.html, luettu 7.3.2015.

Ohjelmajohtaja Silvo sysää vastuun digitaaliseen televisioon kohdistuneista liian suurista odotuksista osin kuluttajalle, mutta myös medialle. Silvon mukaan kaksisuuntaisuus on viestiytynyt väärin, ja kaksisuuntaisuus, siis toisin sanoen television interaktiivisuus, on hänen mielestään ollut aina fantasia vailla todellisuuspohjaa.

Mahdollisuutta vaikuttaa katsottavaan ohjelmaan, televisiotuotteen muuttamiseen, ei Silvon mukaan ole saatavilla tulevaisuudessakaan. Silvo korostaakin, että television katsomistapahtumista tällä hetkellä yhdeksän kymmenestä on perinteisiä katsomistapahtumia. Tällä hän tarkoittaa, että katsomistapahtuma sisältää pelkästään televisio-ohjelman katsomisen lähetysaikaan, ilman minkäänlaista kommentointia ohjelman ympärillä.

Yhtenä syynä liian suuriin interaktiivisuuden odotuksiin voisi oman näkemykseni mukaan olla samaan aikaan tapahtunut pelialan voimakas kehitys, jossa tämä ”tuotteeseen vaikuttaminen” on mahdollista käyttäjän tekemillä aktiivisilla valinnoilla, ainakin tietyissä rajoissa. Pelimaailman visuaalisuuteen ja interaktiivisuuteen tottunut katsojakunta saattaa pitää perinteistä televisiota liian passiivisena välineenä, kun oma rooli rajoittuu pelkästään katsojan positioon.

Kaksisuuntaisuuden Silvo arvioi toteutuvan televisio-ohjelman ympärillä tapahtuvana mahdollisuutena kommentointiin. On kuitenkin huomattava, että se tarkoittaa kommentoinnin tapahtuvan jollakin muulla laitteella, ei siis suoraan television kautta. Samalla Silvon mukaan ohjelmien vuorovaikutteisuus laajenee, kun ohjelmaa kommentoidaan muillekin kuin vieressä, samalla sohvalla istuville perheenjäsenille. Kommentointikanavina mahdollisia ovat Silvon mukaan esimerkiksi sosiaalisen median eri sovellukset.

Perinteisen television kuolemaa ennakoivana tekijänä pidetään lähes yksimielisesti katalogitelevision tuloa markkinoille. Katalogitelevisiolla tarkoitetaan kansainvälisiä tilattavia kanavia, esimerkiksi Netflixia ja HBO Nordicia. Netflixin toimitusjohtaja Reed Hastingsin mukaan tv-kanavat ovat

”pian mennyttä”⁵⁹. Hän antaa haastattelussaan kanaville vielä aikaa viidestä kymmeneen vuoteen ja arvioi perinteisten tv-kanavien ja kaapeliyhtiöiden korvautuvan sovelluksella, jota käytetään lukulaitteella tai älypuhelimella. Netflix-yhtiön kotisivuilla sama arvio toistuu, ja sijoittajaviestinnän sivuillaan Netflix arvioi lineaarisen, perinteisen, television tulleen tiensä päähän. Yhtiön mukaan ihmiset rakastavat televisiota, mutta nykyistä lineaarista kokemusta he eivät arvosta⁶⁰.

Paradoksaalisena Silvo näkee sen, että keskustelun perinteisen television kuolemasta on laukaissut juuri Netflixin ja vastaavien on-demand-palvelujen tulo markkinoille. Toisaalta hän toteaa, että esimerkiksi juuri mainittu Netflix tarjoaa perinteistä perinteikkäämpää televisio-ohjelmaa. Esimerkkinä Silvo käyttää The House of Cards–sarjaa, jonka hän toteaa olevan niin perinteistä televisiota, että jokainen televisiokanava, jos vain saisi siihen oikeudet, esittäisi sitä mielellään.

Tässä sivutaankin yhtä perinteisen television olemassaolon kamppailuun liittyvää oleellista seikkaa, jonka olemassaoloa haastateltavat eivät mainitse. Ohjelmasisältöä oleellisempaa voivat ollakin kuluttajan käytössä olevat valinnan mahdollisuudet; koska, miten ja minkälaisina annoksina ohjelmista halutaan nauttia.

Asia ikään kuin käännetään haastattelussa pääläelleen, kun ohjelmajohtaja Silvo toteaa, että katalogitelevision ohjelmatarjonta ei mullista televisiotuotetta. Hän kääntää keskustelun katalogitelevision mukanaan tuomaan internetestetiikkaan, jonka hän epäilee suodattuvan tulevaisuudessa myös perinteiseen televisioon, kuten se on siirtynyt jo sanomalehdistön ilmaisutapaan.

Silvo myös toteaa, että muutos ei ole katalogitelevision ansiota, vaan internetestetiikan, jolla hän viittaa suoraan internetin ilmaisutavan kautta

⁵⁹ Kauhanen Anna-Liisa: Tv-sarjat jättävät pian television, Helsingin Sanomat Talous, 14.9.2013.

⁶⁰ Yleisradio Oy 2014.

tapahtuvaan muutokseen. Merkillepantavaa on, että katalogitelevision mukanaan tuomaa mahdollista katsomistavan muutosta hän ei mainitse lainkaan.

Huolimatta siitä, että perinteisen television kuolemaa on ennustettu jo pitkään, televisio jatkaa kuitenkin kehitystään. On myös huomattava, että terminologia on hieman epäselvää, televisio tarkoittaa eri asioita eri ihmisille. Molemmissa haastatteluohjelmissa keskustelijat ovat kuitenkin yksimielisiä siitä, että perinteisen television nopea häviäminen ei ole kovin todennäköistä.

Perinteisen television sisällössä tapahtuneen painotuksen muutoksia, joilla se kykenee kilpailemaan katsojien mielenkiinnosta alueilla, jotka puuttuvat katalogitelevision sisällöstä, toteavat sekä tutkija Elfving että ohjelmajohtaja Silvo. Liikkuva kuva on tehokkain tapa välittää ja käsitellä tunteita erilaisissa tapahtumissa, esimerkiksi suurten urheilutapahtumien yhteydessä. Perinteisen television joustavuus myös lokaalisen ja globaalisen sisällön välittäjänä tarjoaa sille mahdollisuuden kilpailla katalogitelevision kanssa, toteaa puolestaan tuottaja Kari Pusa Radio Moreenin haastattelussa.

Television tulevaisuus nähdään varsin yksimielisesti monimediaisena, ja perinteinen televisio on siirtynyt tai siirtymässä verkkoon. Tämä tukee ajatusta siitä, että massamedian aika on ohi, lainaa toimittaja Laura Peräsalo alun perin Idealist Groupin Saku Tuomisen YLE:lle antamaa haastattelua. Verkkoon siirtyminen aiheuttanee myös television katsojaryhmien entistä voimakkaamman fragmentoitumisen, toteaa tuottaja Kari Pusa.

Viranomaispuheessa kansalaisten kuvataankin joutuvan television katsojina jatkuvasti uusien valintatilanteiden ja kasvavan tarjonnan synnyttämien haasteiden eteen, mutta toisaalta tilanteen katsotaan tarjoavan katsojalle, tämän niin halutessa, myös valinnanvapautta monipuolisen tarjonnan ansiosta. Puheessa myös todetaan suomalaisen televisiotarjonnan olevan laadukasta ja monipuolista.

Viranomaispuhe kuitenkin vakuuttaa, että pyrkimyksenä on huolehtia katsojasta Viestintäpoliittiseen ohjelmaan asetettujen tavoitteiden avulla, joiden tosin,

hieman hämmentävästi, todetaan mahdollisesti olevan hieman ristiriitaisia keskenään⁶¹.

Näkemykseni mukaan ristiriitaiset tavoitteet toimivat itse asiassa todisteena siitä, että asiaa on tarkasteltu mahdollisimman monitahoisesti. Usean eri toimijan tarpeiden huomioon ottaminen siis synnyttää ristiriitatilanteen, ja kontekstissa asetetaankin hienovaraisesti vastakkain kuluttajille tarjottavien erilaisten palvelujen laaja tarjonta ja toisaalta yritysten tasapuoliset toimintamahdollisuudet.

Viranomaispuheen perusteella nimenomaan Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma turvaa kuluttajien asemaa palveluiden käyttäjänä, ja toisaalta hallinnon ja säätelvyranomaisten tehtävänä on huolehtia yritysten tasapuolisesta kohtelusta. Ohjelmassa olisikin mielestäni voinut selkeämmin määritellä näiden tavoitteiden ja tehtävien toteuttamistavat, ja jopa vastuunjako olisi voinut täsmentää.

3.5 Kulttuuridiskurssi

3.5.1 Puhe television katsomisen kulttuurista

Sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman johdannossa viranomaispuhe korostaa suomalaisen kulttuurin ja viestintäpolitiikan tarpeista huolehtimista. Sähköisen viestinnän sisältöjen monipuolisuus ja korkea laatu luvataan turvata lainsäädännöllä ja poliittisin toimenpitein. Samalla todetaan myös, että Suomen edelläkävijän asema sähköisessä viestinnässä on ollut osaltaan edistyksellisen viestintäpolitiikan ansiota, mitä perinnettä siis edelleen aiotaan vahvistaa ja

⁶¹ Liikenne- ja viestintäministeriö 2012, s.12.

ylläpitää, jotta Suomi kykenisi olemaan tulevaisuudessakin teknisen kehityksen kärjessä.

Ohjelman puheeseen sisältyy myös laajempia tavoitteita, joiden arvioin olevan poliittisin perustein johdettuja. Kun puheessa todetaan, että tavoitteena on huolehtia katsojasta, korostetaan erityisesti alueellista tasa-arvoa. Ohjelman mukaan jokaisella on oltava mahdollisuus kattavaan televisiotarjontaan kohtuullisin kustannuksin ja mahdollisimman helposti.

Viranomaispuheessa todetaan myös, että Viestintäpoliittisella ohjelmalla pyritään vaikuttamaan moniarvoisen sisältötarjonnan turvaamiseen. Moniarvoisuutta ei kuitenkaan tässä yhteydessä määritellä tarkemmin. Puhe toteaa myös tavoitteena olevan säilyttää televisiotarjonnan laatu ja monipuolisuus sekä kotimaisen sisällöntuotannon taso vähintään nykyisellään. Puheessa näitä laadullisia arvoja ei määritellä tarkemmin, joten tulkitsem, että puhuja tukeutuu yhteisesti jaettuihin tai muualla institutionaalisesti määriteltyihin positiivisiin käsityksiin ja mielikuviin moniarvoisuudesta ja televisiotarjonnan laadusta.

Kotimaisuuteen ja kulttuuriin normeihin sitoutuminen puheessa tulee ilmi myös perinteistä puhuttaessa. Viranomaispuhe toteaa Suomessa olevan pitkät ja vahvat perinteet vapaasti vastaanotettaville televisiolähetyksille, ja puheessa todetaankin ”perinteen kattaneen laajasti kuluttajien tarpeen monipuolisella ohjelmistollaan”.

Perinteisen television yhteinen katselukokemus on Ismo Silvon mukaan muuttunut. Aikaisemmin ohjelmia kommentoitiin ohjelman aikana pääasiassa samassa tilassa oleville tai seuraavana päivänä työpaikalla. Veijo Hietalan⁶² mukaan tämä perhekeskeinen malli television katselulle vakiintui USA:ssa 1950 – luvun puoliväliin mennessä, kun televisio vakiintui kodin kulttuuriksi.

Nyt kommentointi on reaaliaikaista, ohjelman aikana sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Vanha leirinuotioajatus, jossa ydinperhe kokoontuu

⁶² Hietala 1996a, s.20.

yhdessä television äärelle nuotion sijasta, saa näin uuden ulottuvuuden, kun sosiaalisessa mediassa ”leirinuotiolle” voi liittyä koko kaveripiiri⁶³.

Perhekeskeinen malli saattaa olla murenemassa television uusien käyttötapojen myötä. Barrie Gunter⁶⁴ toteaa, että ihmisten suhdetta televisioon ja television käyttötapoja ei voi määrittellä lainkaan makrotason datan perusteella. Hänen mukaansa televisio kuuluu osana yksittäisen katsojan elämään ja sen käyttö representoi individuaalisti kuluttajan sosiaalista käyttäytymistä. Television käyttöön liittyy oleellisesti yhteinen sopiminen muiden katsomiseen osallistuvien kanssa. Televisio ei siis ole pelkästään tekninen väline, vaan ennemminkin sosiaalinen huonekalu, joka yhden television talouksissa kokoaa asukkaat yhteen, ja toisaalta usean television talouksissa erottaa heidät toisistaan. Tämä tekee Gunterin mukaan tarpeettomaksi myös erottelun television katsomisen passiivisuuden tai aktiivisuuden välillä, sillä television katsominen on aina tässä kontekstissa aktiivista ja dynaamista sosiaalisessa mielessä.

Tutkija Sari Elfving näkee toisaalta sosiaalisen television ”hypetyksenä” ja osin myös tarpeettomana tässä kontekstissa, sillä onhan televisiosta hänen mukaansa keskusteltu aina julkisuudessa, aikaisemmin esimerkiksi aikakauslehdissä ja radiossa. Ihmiset ovat aina osanneet käyttää televisiota sosiaalisesti, ja televisio sinänsä on aiheuttanut keskustelua ja kommentointitarvetta, toteaa Elfving.

Myös Jukka Kortti⁶⁵ toteaa, että televisiosta alkoi Suomessakin 1960-luvulla muotoutua sähköinen tulisija, jonka ympärillä keskusteltiin televisio-ohjelmista tai niissä esiintyvistä henkilöistä. Kortin mukaan televisiopuheella on ollut tärkeä merkitys myös kodin ulkopuolisessa kanssakäymisessä.

Silvon mukaan vuorovaikutteisuus tarkoittaakin tällä hetkellä muiden, televisiosta riippumattomien välineiden avaamia mahdollisuuksia sosiaaliseen

⁶³ Puurtinen 2013.

⁶⁴ Gunter 2010.

⁶⁵ Kortti 2007, s.292.

kanssakäymiseen ja kommentointiin. Kuitenkin päätapa, jolla televisiota tuotteena kulutetaan, on edelleenkin televisio-ohjelman katselu. Yhdeksän katselutapahtumaa kymmenestä lukeutuu tähän luokkaan, korostaa Silvo.

Tässä yhteydessä haastattelussa ei mainita erikseen, millainen tapahtuma on tuo yksi kymmenestä, mutta oletukseni on, perinteisestä televisiosta puhuttaessa, että tässä tarkoitetaan katselun ajallista siirtämistä esimerkiksi digiboksin avulla. Toisaalta, voidaanko silloin enää puhua perinteisen television katselusta, sillä ohjelman katselun ajallista siirtämistähän pidetään yleisesti ”uuden” television ominaisuutena, eikä katsomistapahtumakaan ole enää perinteiselle televisiolle ominaisesti lineaarinen.

Perinteisen television asemaa Silvo korostaa myös eräänlaisella visuaalisen kulttuurin muutoksen trendillä. Perinteisen television esittämien sarjojen katsotaan perineen Silvon mukaan elokuvien aseman kuvallisen estetiikan ”tulenkantajana”. Ammatillisesti arvostetun visuaalisen ilmaisun kehityksen painopisteen hän näkee siirtyneen elokuvasta televisiosarjoihin. Perusteena tälle on Silvon näkemyksen mukaan se, että monet eturivin ohjaajat haluavat meritoitua myös televisiosarjojen tekijöinä. Hyvin tehtyjen televisiosarjojen kerrotaan Silvon mukaan olevan nyt ”hyväksyttävää taidetta”.

Tässä sivuutetaan mielestäni lähtökohtaisesti elokuvateollisuuden tämän hetkinen varsin keskittynyt ja ylikilpailtu markkinatilanne, joka myös osaltaan pakottaa elokuva-alan osaajien siirtymisen muuhunkin tuotantoon, jo pelkästään taloudellisten syiden pakottamana.

3.5.2 Tottumus on toinen luonto

Perinteisen television sanotaan palvelevan kuolevia sukupolvia, toteaa toimittaja Heikki Peltonen. Tällä hän viittaa siihen, että etenkin katsojaryhmän nuorempi osa on siirtymässä pois perinteisen television käytöstä. Television katsomisen kulttuuriin luvatut ja ennustetut muutokset ovat tutkija Elfvingin mukaan tapahtuneet hitaasti, mikä osaltaan tukee vielä perinteisen television asemaa. Esimerkkinä hän käyttää katselun ajallista siirtämistä, jota tutkimusten mukaan käytetään varsin vähän.

Ismo Silvon mukaan perinteisen television katsomisen rutiinit ilmeisesti ovat sellaisia, että mainittu katselun ajallinen siirtäminen tai esimerkiksi valittavissa olevien ohjelmavaihtoehtojen lisääntyminen eivät kuitenkaan ole vaikuttaneet katselutottumuksiin kovin paljon. Samalla hän kuitenkin toteaa, että nuoret katsojat, edelläkävijät, käyttävät näitä mahdollisuuksia paljon. Tässä katsojaryhmässä noin 90 % käyttää ajallista siirtämistä tai lisääntynyttä valinnan vapautta hyväkseen.

Johtopäätöksenä tästä totean, että katsojakunnassa tapahtuva sukupolvenvaihdos tulee kiihdyttämään muutoksen nopeutta ja volyyymia, joten perinteisen television ja vanhemman ikäluokan poismenolla voi hyvinkin olla vahva ajallinen korrelaatio.

Perinteisen television haasteena tuottaja Kari Pusa näkee myös katsojakunnan pirstaloitumisen yhä pienempiin osiin. Tämä saattaa hänen mukaansa tapahtua teknologian kehittymisen myötä, jolloin jokaisella käyttäjällä on mahdollisuus valita juuri itselleen sopiva väline ohjelmasisällön kuluttamiseen. Ajatus perustuu siihen, että perinteisen television katseluun tarkoitettu päätelaite kehittyi teknisesti monikäyttöisemmäksi erilaisen, vaihtoehtoisten ohjelmasisältöjen vastaanottamiseen.

Perinteisen television vahvuutena on Ismo Silvon mielestä sen tuttuus ja perinteikkyys. Tätä hän perustelee sillä, että 1950- tai 1960-luvun television katsoja pystyisi helposti osallistumaan tämän päivän television katsomiskokemukseen, asioiden käsittelytapa ei olisi hänelle vierasta. Perinteisellä televisiolla on siis hyvin paljon jatkuvuutta ja kulttuurista konservatiivisuutta, hyvässä ja pahassa, toteaa Silvo. Samalla hän korostaa, että television katsominen on juurtunut syväälle ihmisten arkirutiineihin ja tottumuksiin, mikä osaltaan on vahvistanut perinteisen television kilpailuasemaa.

Perinteinen televisio on myös helppokäyttöinen ja valmiiksi pureskeltu, koska suurin osa television katsojista haluaa valmiista sisältöä. Ajatus perustuu siihen, että televisio on viihtymisen ja passiivisen olemisen väline⁶⁶. On siis todennäköistä, että suuret yleisöt tavoitetaan tulevaisuudessakin perinteisen television, tai ainakin perinteisten tv-kanavien välityksellä, eikä television tuottama kollektiivinen kokemus häviä teknologisen kehityksen myötä⁶⁷.

Toisaalta, Barrie Gunterin mukaan, television rooli passiivisena mediana on myös murroksessa, ja televisio pyrkii kehittymään dynaamisemmaksi mediaksi. Katsojan kannalta tämä on toistaiseksi tarkoittanut mahdollisuutta valita haluamansa sisältö, mahdollisuutta valita katsomisajankohta ja mahdollisuutta joko säilyttää tai hylätä vastaanotettu sisältö.

Gunter⁶⁸ mukaan television odotetaan kehittyvän samaan suuntaan interaktiivisuuden suhteen kuin tietokoneet. Kehityksen uskotaan johtavan siihen, että kuluttaja valitsee haluamansa sisällön kirjastosta haluamanaan ajankohtana. Tällä hetkellä kuluttajan tekemä valinta tapahtuu perinteisessä televisiossa kanava- ja ohjelmaperusteisesti.

Perinteisen television asemasta käytävään keskusteluun liittyy aivan oleellisesti pohdinta televisiotoiminnan rahoituksesta. Yhteiskunnan rahoittaman julkisen

⁶⁶ Puurtinen 2013.

⁶⁷ Puurtinen 2013.

⁶⁸ Gunter 2010.

palvelun televisio saa tällä hetkellä pääosan rahoituksestaan poliittisella päätöksellä, niin sanotun YLE-veron kautta. Toisaalta kaupallinen televisio hankkii rahoituksensa paitsi ohjelmatoiminnallaan myös mainostuloilla. Julkinen rahoitus on kuitenkin ollut lakkauttamisvaatimusten paineessa, etenkin mainosrahoitteisen mediasektorin taholta, koska rahoitusmekanismin arvellaan vääristävän kilpailua⁶⁹.

Julkisen palvelun televisio edustaa julkaisujohtaja Ismo Silvon mukaan eurooppalaista televisioperinnettä ja virallista tahoja, instituutiota. Tämä on tuonut perinteiselle televisiolle hänen arvionsa mukaan jonkinlaista juhlallisuutta ja arvokkuutta, joka sitten heijastuu ohjelmien tekotapoihin, aiheiden käsittelyyn ja ohjelmasisältöihin yleisimminkin.

Silvon mukaan on myös huomattava, että julkisen rahoituksen perinteisellä televisiolla on aina ollut tehtävänänsä kansan sivistäminen viihdyttämisen ohella. Tämä on tietenkin osaltaan vahvistanut perinteisen television institutionaalista luonnetta.

Vaikka sitä ei ääneen lausutakaan, jää maininnasta kuva, että perinteisen television institutionaalisuus toimisi ikään kuin laadun takeena. Myöskään eurooppalaiselle televisiolle ei anneta vastinparia, mutta arvioin tässä tarkoitettavan amerikkalaista televisiota ja sen kaupallisempaa ohjelmasisältöä. Samalla mielestäni luodaan julkilausumaton mielikuva eurooppalaisesta laatutelevisiosta ja amerikkalaisesta viihteen ja kaupallisuuden läpitunkemasta televisiosta.

Samansuuntainen näkökanta löytyy myös viranomaispuheesta, kun painotetaan kotimaisen sisällöntuotannon ja sen jatkuvuuden turvaamisen olevan elintärkeää, jotta suomalaiset voisivat jatkossakin nauttia kotimaisesta, laadukkaasta ja monipuolisesta ohjelmatarjonnasta ylikansallisten sisältöjen ohella.

⁶⁹ Viestinnän Keskusliiton vuosikertomus 2011, toimitusjohtaja Valtteri Niiranen s.6 ja hallituksen puheenjohtaja Kai Telanne s.9.

Tässä viranomaispuhe mielestäni vetoaa käsitykseen kotimaisuudesta ikään kuin laadun takeena, mikä ei välttämättä pidäkään paikkaansa. Puheessa on nimittäin aikaisemmin todettu kotimaisuuden olevan osittain harhaa, sillä mediayhtiöiden konsolidaatiokehityksen seurauksena kotimaiseksi mielletty ohjelmatarjonta perustuukin suurelta osin kansainvälisiin formaatteihin, joita on ainoastaan räätälöity vastaamaan paikallista mieltymystä.

3.5.3 Formaattitelevisio ja hetken hurma

Ohjelmatarjonnan kehityksestä voidaan huomata, että studioterusteinen televisiotuotanto vähenee määrällisesti ja kehityksen arvioidaan jatkuvan. Samaan aikaan suorien televisiolähetysten määrä ja merkitys on ollut kasvussa. Etenkin perinteisten suorien lähetysten, kuten uutisten ja urheilulähetysten, rooli on yhä merkityksellisemmässä osassa perinteisen television ohjelmatarjonnassa, toteaa Ismo Silvo.

Tutkija Sari Elfvingin mukaan suorat lähetykset ovat aina olleet tärkeä osa television kulttuurista elinkaarta ja ne ovat siis edelleen säilyttäneet asemansa television tavassa kommunikoida katsojan kanssa. Erialaisten tapahtumien, eventtien, suora televisiointi on myös Silvon mukaan voimakkaassa kasvussa. Perinteisen, lineaarisen television vahvuutena ovat siis suorat, tai suoran omaiset lähetykset, joiden ohjelmasisältö on juuri tässä hetkessä kiinni, toteaa ohjelmanhankintajohtaja Jani Hartikainen. Tyypillisimmillään kyseessä on tapahtuma tai urheilukilpailu, jonka informatiivinen arvo menettää merkityksensä heti tapahtuman jälkeen. Bolter ja Grusin⁷⁰ perustelevat suorien lähetysten suosiota sillä, että televisio häivyttää ”välittäjän” katsojan ja representaation

⁷⁰ Bolter ja Grusin 1999, s.26.

välistä, etenkin esimerkiksi reaaliaikaisissa live-lähetyksissä, kuten uutisissa tai urheilutapahtumissa.

Suurten tapahtumien välittäminen katsojille suorana edellyttää varsin suurta tuotantokoneistoa, jonka kustannukset on helpommin mahdollista kattaa julkisella rahoituksella. Tapahtumallinen katselu on siis edelleen suosittua, eikä Ismo Silvo arvele sen suosion hiipuvan. Ihmisillä on tarve katsoa ja kokea yhteisöllisesti, josta esimerkkinä voidaan mainita urheilukilpailut tai suuret viihdeformaatit. Vuoden 2014 aikana suorat viihde- ja urheilulähetykset aktivoivat myös selvästi sosiaalisen median käyttöön⁷¹.

Etenkin viihdeohjelmiin liittyen yhteisöllistä kokemusta voidaan edelleen vahvistaa sosiaalisen osallistumisen sijaan kokemuksellisuuden suuntaan, jolloin pelkän kommentoinnin lisäksi katsojilla olisi jo mahdollisuudet vaikuttaa ohjelmasisältöön⁷².

Perinteisen television ohjelmisisällössä ei kuitenkaan arvioida Silvon mukaan tapahtuvan suuria muutoksia. Ohjelmalajit, genret, näyttäisivät säilyvän pitkälle tulevaisuuteen. Uutisten, ajankohtaisohjelmien ja television tarinoiden, draaman, arvioidaan säilyttävän asemansa perinteisessä televisiossa vielä pitkään.

Perinteisen television ilmaisu- ja kerrontatapa on kuitenkin Ismo Silvon mukaan omaksunut myös uusia vaikutteita. Selkeimmin näkyy erilaisten realityohjelmien vaikutus television kuvalliseen ilmaisuun ja kerrontaan. Tv-ruudusta on tullut eräänlainen Narkissoksen peili eli narsistisen näyttäytymisen paikka, toteaa Pierre Bourdieu⁷³, varsin profeetallisesti jo vuonna 1996.

Realityformaatti, tai sen kaltainen tapa tehdä ohjelmaa, on Silvon mukaan tunkeutunut moneen muuhunkin ohjelmalajiin. Realityformaatin vaikutus ulottuu

⁷¹ Yle.fi Kulttuuriuutiset 20.1.2015 päivitetty 20.1.2015 klo 14.13.

⁷² Kokkonen 2014.

⁷³ Bourdieu 1999, s.23

nyt viihdeohjelmista aina asiaohjelmiin saakka. Tämä lienee osoitus perinteisen television kyvystä uudistua ja omaksua vaikutteita ajassa vaikuttavista ilmiöistä.

Realityformaatin käytön Silvo näkee perustuvan television tarpeeseen vedota tunteisiin ja luoda koukuttava katsojakokemus tunteellisen puhuttelutavan kautta. Formaatti on myös tehokas keino huomiokilpailussa. Tämä kilpailu huomiosta on korostunut samalla kun kanavamäärä, ja sitä kautta tarjonta, ovat lisääntyneet.

Kilpailun myötä perinteinen televisio on myös joutunut tarkistamaan kustannusrakennettaan. Realityformaatti on Silvon mukaan myös yksi keino tuottaa ohjelmia kustannustehokkaasti. Selkeimmin formaatti on Silvon mukaan kuitenkin tapa vastata kulttuuriseen huomiokilpailuun kilpailevien kanavien välillä.

Perinteiselle televisiolle, joka nauttii julkista rahoitusta, realityformaatti on kuitenkin eräällä tapaa kaksiteräinen miekka, toteaa toimittaja Heikki Peltonen. Yhtäältä perinteisen television pitäisi seurata aikaansa ja toisaalta pitäisi ottaa huomioon yhteiskunnan perinteiset arvot ja normit. Ongelmaksi tässä muodostuu se, missä suhteessa on mahdollista seurata aikaansa ja toisaalta se, miten säilyttää oma linjansa, silläkin uhalla, että leimautuu vanhanaikaiseksi. Onhan julkisrahoitteisen perinteisen television tehtävä kuitenkin palvella kaikkia.

Ongelman ytimessä onkin mielestäni television suurin katsojaryhmä, aikaisemmin mainittu kuoleva sukupolvi. Julkisrahoitteisen television on asemansa takia pitäydyttävä jopa korostetusti ”hyvän maun rajoissa” jo pelkän yhteiskunnallisen paineen takia. Liian räväkät irtiotot saattavat kostautua katsojamenetyksinä ja imago tappioina. Toisaalta rahoitusmallin muutoksen takia television kuluttajalla ei enää ole mahdollisuutta ”äänestää jaloillaan”. Kanavan hylänneen katsojan merkitys näkyy ainoastaan katsojatilastoissa, verona kerättävään rahoitukseen katsojan valinnoilla ei ole merkitystä.

Kysymys kaikkien palvelemisesta palautuu loppujen lopuksi siihen, kykeneekö perinteinen televisio puhumaan uusille yleisöille heille ominaisella tavalla, toteaa

Ismo Silvo. Samalla joudutaan mielestäni pohtimaan viihteen ja asiapitoisuuden suhdetta ohjelmatarjonnassa. Suhde nähdään helposti mustavalkoisena, dikotomisena vastakkainasetteluna kulttuurin ja viihteen, nuorten ja vanhojen tai asian ja ”hömpän” välillä.

Tämä vastakkainasettelu ilmenee melko selkeästi ohjelmajohtaja Silvon puolustaessa perinteisen television viihdetarjontaa. Viihde kuuluu osaksi television palvelutarjontaa ja sitä Suomen kansa myöskin osaltaan odottaa, hän toteaa. Perinteisen television haasteena onkin löytää paitsi kohderyhmä, mutta myös vastata kohderyhmien hyvin erilaisiin ja muuttuviin tarpeisiin.

Perinteisen television ja kilpailevien vaihtoehtojen välinen ohjelmatarjonta nähdään vastoin ennakko-odotuksia melko samankaltaisena. Molemmissa haastatteluohjelmissa todetaan, että katalogitelevision tarjonnasta suurin osa on ollut jo nähtävillä perinteisessä televisiossa. Tämä pätee etenkin elokuvaan. Tätä perinteisen television ”edelläkävijän” roolia ei puheessa nostettu lainkaan esille.

Perinteisen television vahvuusalueet, jos niitä tarkastellaan kuluttajan käyttökokemuksen kannalta, ovat YLE:n julkaisutoiminnan johtaja Ismo Silvon mukaan jaettavissa neljään eri kategoriaan. Televisio toimii tunteiden ja minuuden käsittelyn välineenä, johon pyritään esimerkiksi television tarinoiden, draaman kautta.

Television kautta voidaan myös käsitellä maailmassa olevaa hyvää ja pahaa, mikä on mahdollista paitsi draaman, myös erilaisten faktaohjelmien kautta. Televisio toimii myös ikkunana maailmaan ja maailmassa olemiseen, mihin vastaavat erilaiset live-lähetykset urheilusta ja kulttuurista luonto-ohjelmiin.

Televisio tarjoaa katsojalle mahdollisuuden osallistua maailmaan, vaikkapa poliittisen keskustelun kautta. Kaikki neljä ulottuvuutta kuulunevat

tulevaisuudessakin, käsittelytavasta ja teknologiasta riippumatta, perinteisen television ytimeen⁷⁴.

Julkisrahoitteisella perinteisellä televisiolla on vielä eräs merkittävä kilpailuetu käytössään. Itse tuotetulla kotimaisella ohjelmalla tavoitetaan suuria yleisöjä ja saadaan herätettyä laajempaa keskustelua. Vaikka kotimaisen ohjelman tuottaminen on kalliimpaa kuin ulkomaisen ostaminen, se nähdään silti kannattavana⁷⁵. Julkisrahoitteisella televisiolla on parempi kyky taloudellisesti riskaabelien produktioiden tuotantoon, kuin pelkästään mainostuloilla toimivalla televisiokanavalla.

3.5.4 Television katsomisen tavat

Television katselun määrässä ei siis viime vuosien aikana ole tilastojen mukaan tapahtunut suuria muutoksia, mutta television katsomisen tavoissa ja kulttuurissa on nähtävissä kehityssuuntia, jotka voivat tulevaisuudessa vaikuttaa myös perinteisen television katsomisen määrään.

Kuvan tai kuvien katselu on kulttuurissamme julkaisujohtaja Ismo Silvon mukaan lisääntynyt jatkuvasti, ja nyt myös perinteinen televisio on mahdollista tavoittaa uusilta ruuduilta, esimerkiksi älypuhelimista ja tableteista. Hieman vähättelevästi toimittaja Peltonen toteaa, että tämä muutos vastaisi sitä, että markkinoille olisi tullut paljon pieniä matkatelevisioita. Keskustelijat eivät valitettavasti tartu tähän kommenttiin, vaikka mobiililaitteiden teknologia avaa paljon sellaisia mahdollisuuksia, mihin ”pienellä matkatelevisiolla” ei tietenkään ole ollut kykyä.

⁷⁴ Viljanen 2013.

⁷⁵ Puurtinen 2013.

Barrie Gunter⁷⁶ toteaakin, että mediakonvergenssin seurauksena mediatuotannon aikaisempi jakaantuminen erillisiin välineisiin on häviämässä tai hävinnyt. Organisaatioiden on muututtava yhden median liiketoiminnasta multimedialiiketoiminnaksi. Kuluttajaa ei enää Gunterin mukaan rajoita kiinteä vastaanottolaite, vaan median kuluttamisesta on tullut mobiilia.

Ismo Silvo näkee, että sosiaaliselle televisiolle avautuu valtava määrä uusia mahdollisuuksia toimia vuorovaikutuksessa katsojan kanssa mobiililaitteiden avulla, ja myös katsojien keskinäiselle vuorovaikutukselle avautuu uusia reittejä ja kanavia. Aikaisemmin varsin perhekeskeinen sosiaalinen televisio voi siis laajentaa reviiriään aivan uusille alueille, hän toteaa. Tosin viestinnän opiskelija Tim Isokivi ja tuottaja Kari Pusa korostavat television sosiaalisuutta myös ystävien ja perheen kokoajan roolissa. Yhteinen katsomistapa voi rituaaleineen kohottaa katsottavan ohjelmasisällön arjen yläpuolelle, toteaa Pusa.

Kokonaan ilman huomiota jää se seikka, että perinteisen television voima saattaakin kiteytyä juuri tässä; televisio-ohjelma olisi nähtävä mediatapahtumana, brändinä tai kontekstina, jonka ympärille keskustelu rakentuu ja jonka ympärille kokoonnutaan keskustelemaan⁷⁷.

YLE:n ohjelmajohtajan Silvon painotus on tämän näkemyksen kanssa hieman ristiriidassa, koska hän ei näe tapahtumien, eventtien, merkitystä ylivertaisena, vaan korostaa enemmänkin perinteisten suorien lähetysten, kuten uutisten ja urheilukilpailujen merkitystä. Samassa yhteydessä toimittaja Heikki Peltonen toteaa, että juuri uutiset saattavat olla suurin kärsijä mediamurroksessa. Tapahtumallinen katselu on säilyttänyt Silvon mukaan suosionsa, eikä sen odoteta menettävän suosiotaan.

⁷⁶ Gunter 2010.

⁷⁷ Silvast 2013.

Tutkija Sari Elfving toteaa, että sosiaalisuus televisio-ohjelmien ympärillä ei ole sinänsä mitenkään uutta, televisiosta on keskusteltu aikaisemminkin julkisuudessa, kuten radiossa ja aikakauslehdissä.

Kukaan ei kuitenkaan nosta esille keskustelun ajankohdan muutosta. Kun laajempi keskustelu television sisällöstä on ajoittunut aikaisemmin parhaimmillaankin seuraavaan päivään, niin tällä hetkellä keskustelua käydään reaaliajassa, paitsi sosiaalisessa mediassa mutta myös itse ohjelman osana..

Keskustelun ajoitus on siis oleellisesti muuttunut, ja tällä on mielestäni suuri vaikutus keskustelun sisältöön. Lisäksi on huomattava, että myös televisio-ohjelman sisällössä on mahdollista reagoida välittömään palautteeseen jo ohjelman katseluaikana. Tällä voi olla välitön vaikutus ohjelmasisältöön, jolloin katsojat siis käytännössä luovat ja muuttavat televisiotuotetta samanaikaisesti katsomistapahtuman aikana, vaikka Ismo Silvo ei pitänytkään kaksisuuntaisten televisiolähetysten toteutumista todennäköisenä.

Vuoden 2014 aikana YLE:n Docventures-ohjelma oli kuitenkin esimerkki uudelta tavasta sitouttaa katsojat ohjelmaan sosiaalisen median avulla. Katsojat saattoivat ehdottaa ohjelmaan kiinnostavia dokumentteja jo ennen ohjelman alkua ja sosiaalista mediaa käytettiin oleellisena osana ohjelman jälkeisessä keskusteluosuudessa.

Televisiolähetysten, etenkin suoran lähetysten, voi nähdä myös mediatapahtumana, joka ei rajoitu pelkästään lähetysaikaan. Keskustelu laajenee, poukkoilee, jatkuu ja saa uusia muotoja ja ulottuvuuksia myös verkossa toteaa Arttu Silvast⁷⁸.

Myös tutkija Sari Elfving pitää sosiaalista televisiota ylimainostettuna, vedoten siihen, että televisiosta on osattu keskustella aikaisemminkin. Mielestäni on aivan

⁷⁸ Silvast 2013.

oleellista erottaa yleinen keskustelu televisiosta ja sen sisällöstä, ja reaaliaikainen keskustelu, joka liittyy kommentointihetkellä esitettävään ohjelmasisältöön.

Välitön palaute on nähdäkseni intuitiivisempaa ja enemmän tunteisiin perustuvaa kuin esimerkiksi seuraavana päivänä annettava mahdollisesti analyttisempi ja erottelevampi palaute. Tässä mielessä keskustelun ajoitus on mielestäni keskustelun sisällön kannalta merkittävä.

Television katsomisen kulttuuri on syvällä ihmisten rutiineissa ja arkipäivässä toteaa Ismo Silvo, ja hän puhuukin television tuottamasta kulttuurillisesta jatkuvuudesta. Finnpanelin tv-mittarin mukaan katsomistavassa on tapahtunut viimeisten vuosikymmenten aikana vain vähän muutoksia, eikä viimeisten vuosien huikea teknologinen kehitys ole vielä oleellisesti muuttanut television katsomisen tapaa, vaikka esimerkiksi kuvan ja äänen laatu on parantunut uusien tekniikoiden myötä merkittävästi.

Television kuvallinen ilmaisutapa on ollut Ismo Silvon mukaan kulttuurisen elinkaarensa aikana huomattavan sidoksissa suoraan lähetykseen, sen teknologiaan ja puhetapaan. Tämä elementti säilyy perinteisessä televisiossa, ja sen hän olettaa jopa vahvistuvan. Katsomistapahtumissa sisältö vaikuttaa päätelaitteen valintaan, toteavat sekä Tim Isokivi että Kari Pusa. Elokuvaa halutaan katsoa mieluummin suurelta näytöltä, eli perinteisestä televisiolaitteesta, kun taas sarjoja katsotaan todennäköisemmin tietokoneen tai mobiililaitteen ruudulta.

Mielenkiintoinen ristiriita vastaanotinten kehittymisen suhteen on se, että joidenkin televisio-ohjelmien sisältö on tekniseltä laadultaan erittäin heikkotasoisista, toteaa tuottaja Kari Pusa. Tämä on kuitenkin yleisesti hyväksyttävää, jos se kuuluu ohjelman ”tyyliin”. Esimerkkinä hän mainitsee joidenkin realitysarjojen videotallenteet, esimerkiksi amerikkalaisissa poliisin toimintaa kuvaavissa sarjoissa. Toisaalta myös jotkin paikallisesti tuotetut ohjelmat käyttävät esitystavan ”rouheutta” korostaakseen paikallisuutta ja itse

tehdyn tuntua. Tällä pyritään erottamaan suurempien kanavien huolitellusta ja hiotusta ilmaisusta Pusan mukaan.

Television katsojalle markkinoidut uudet mahdollisuudet, uudet katsomisen tavat, ovat tutkimusten mukaan otettu hitaasti käyttöön, toteaa tutkija Sari Elfving. Näihin uusiin katsomisen tapoihin voidaan listata ainakin katsomisen ajallinen siirtäminen sekä valinnan mahdollisuuksien lisääntyminen ja vapaus. Tässä mielessä perinteinen televisio ja perinteinen katsomistapa ovat siis säilyttäneet valta-asemansa.

Tosin haastatteluissa ei oteta jostakin syystä kovin voimakkaasti kantaa siihen, että eri katsojaryhmissä muutokset näkyvät hyvin erilaisella tavalla. Keskustelua tosin pyritään herättämään hieman kärjistäväällä ikäryhmien vastakkainasettelulla, mutta tämä kuitenkin sivuutetaan puheessa lähes kokonaan.

Etenkin nuoremman katsojaryhmän voidaan katsojatutkimusten⁷⁹ perusteella todeta hyödyntävän jo nyt enemmän on-demand tyyppisiä palveluita. He myös lataavat useammin ohjelmasisältöjä, etenkin sarjoja, laillisesti tai laittomasti, verkosta, toteaa Tim Isokivi. Hänen mukaansa tämä perustuu katsomis- ja kulutustavan muutokseen. Uusia sarjoja halutaan katsoa mieluummin kokonaisuuksina, ikään kuin elokuvina. Niinpä eri sarjojen uusien jaksoiden tuloa esimerkiksi Suomen markkinoille ei haluta odottaa, vaan jaksot ladataan verkosta heti niiden julkaisun jälkeen.

Perinteinen televisio ei mahdollista tätä, etenkin nuoremman katsojaryhmän keskuudessa yleistynyttä katsomistapaa, jossa sarjan tuotantokaudet katsotaan yhtämittaisena ja eheänä katsomiskokemuksena, ”binge-viewing” – ilmiön⁸⁰

⁷⁹ Esimerkiksi Finnpanelin tv-mittaritutkimus tukee tätä näkemystä.

⁸⁰ **Binge-watching**, also called binge-viewing, is the practice of watching television for longer time spans than usual, usually of a single television show. In a survey conducted by Netflix in February 2014, 73% of people define binge-watching as “watching between 2-6 episodes of the same TV show in one sitting.” Binge-watching as an observed cultural phenomenon has become popular with the rise of online media services such as Netflix, Hulu and Amazon Prime with which the viewer can watch television shows and movies on-demand. Luettu: Wikipedia 3.9.2014, sivu päivitetty 26.8.2014.

tavoin. Ilmiölle ei vielä löydy virallista suomennosta, mutta ”maratonkatselu” tai ”putkikatselu” kuvaavat hyvin tapahtuman laatua.

3.5.5 Katsomisen kulttuurin muutos

Television ohjelmasisällöissä tapahtuneet muutokset luetaan Ismo Silvon mukaan ennemminkin kulttuurillisen huomiokilpailun aiheuttamiksi kuin teknologisen kehityksen mahdollistamiksi ratkaisuiksi. Television viehätysvoima perustuu siihen, että se puhuttelee monia peitettyjä tunteita ja jopa katsojan pimeitä puolia, mutta samalla vetoaa myös katsojan perustarpeisiin. Koetaan, että television kautta on helppo käsitellä näitä asioita.

Raymond Williams⁸¹ toteaaakin, että televisiolle on luonteenomaista hyödyntää ihmisissä piileviä passiivisuuden elementtejä, mutta toisaalta kulttuurin ja psykologian ”pimeitä” puolia. Nämä elementit televisio ikään kuin systematisoi ja järjestelee representoitavaksi.

Kilpailu katsojan huomiosta onkin johtanut siihen, että katsojien houkuttamiseksi television ääreen vedotaan kaikkein alkukantaisimpiin tunteisiin ja tarpeisiin; tirkistelyyn, väkivaltaan, ihmisten nöyryyttämiseen, söpöilyyn tai ökyilyyn⁸². Laatuviihde, olipa kyseessä klassikkoelokuva tai laatusarja, ei riitä enää tyydyttämään katsojien tarpeita, toteaa Arttu Silvast blogissaan.

Realityviihde on yksi television keinoista vastata näiden primitiivitarpeiden tyydyttämiseen. Tutkija Sari Elfvingin mukaan myötähäpeä ja yleisesti myös häpeällistämisen käytännöt ovat voimakkaasti läsnä realityvihteessä, samalla

⁸¹ Williams 1974.

⁸² Silvast 2013.

kun julkisuushakuisuus on lisääntynyt, ja toisaalta kynnyks päästä julkisuuteen on madaltunut.

Nyt siis kehdataan esittää julkisesti sellaista, mitä aikaisemmin ei olisi kehdattu, toteaa toimittaja Heikki Peltonen. Tämän katsotaan perustuvan siihen, että myös katsomiskulttuurissa on tapahtunut muutos. Aikaisemmin ei olisi hänen mukaansa kehdattu myöntää, että tirkistely on kivaa, nykypäivän katsojan ei tarvitse enää tukahduttaa tirkistelynhaluaan.

Toisena television, ja yhteiskunnankin, muutostrendinä nähdään lapsellistuminen, jonka myös ohjelmajohtaja Silvo tunnustaa olevan osa television liiketoimintaa. Television historiassa on nähtävissä aikaisemminkin merkkejä lapsellistumisesta, mutta ne eivät olleet aikanaan samalla tavalla avoimesti hyväksytyjä kuten nyt, toteaa tutkija Sari Elfving. Ennen oli ”noloa” olla koukussa sarjaohjelmiin, nyt fanittaminen ja peukuttaminen ovat osa arkipäivän kulttuuria, toteaa Heikki Peltonen.

Katsojat sitoutetaan ohjelmaan sosiaalisen median avulla. Sosiaalinen media siis toimii eräänlaisena fanikulttuurin alustana, jolla täydennetään ohjelman katsomistapahtumaa. Kansainväliset tutkimustulokset osoittavat, että sosiaalisessa mediassa vaikuttavat katsojat ovat sitoutuneempia faneja kuin muut ja he myös ostavat ohjelmaan liittyviä tuotteita todennäköisemmin kuin muut katsojat, MTV3:n sosiaalisen television tuottaja Martti Lindholm toteaa⁸³.

Muutokset perinteisen television sisällössä ja katsomisen tavoissa johtuvat Ismo Silvon mukaan ennen kaikkea television arkipäiväistymisen seurauksena. Eurooppalainen tapa tehdä televisiota on edustanut julkista tahoja ja siten institutionalisoitunut, mikä on lisännyt perinteiseen televisioon arvokkuutta, joka on sitten välillisesti heijastunut myös ohjelmien tekotapoihin ja sisällön käsittelyyn. Nyt tuo rakenne on purkautumassa vähitellen perinteisessä televisiossa, myös julkisrahoitteisilla kanavilla.

⁸³ Yle.fi Kulttuuriuutiset 20.1.2015 päivitetty 20.1.2015 klo 14.13, luettu 22.1.2015.

Viranomaispuhe toteaakin, että ohjelmaformaattien käyttö hämärtää ohjelmaluokkien välistä rajanvetoa, ja etenkin viihde- ja asiaohjelmien välinen rajanveto on aikaisempaa hankalampaa. Formaattien käytöllä pyritään pienentämään liiketoimintariskejä ja toisaalta leikkaamaan kuluja tuote- ja tuotantokehityksestä.

Norman Fairclough⁸⁴ kiinnittää tähän kehitykseen huomiota todetessaan nähtävissä olevan median sisäisen rakenteen muutoksen, jossa viihteen ja asiaohjelmien välinen raja höltyy. Selityksenä tälle on hänen mukaansa kilpailun paine, jonka takia media toimii yhä selkeämmin markkinavoimien ohjaamana osana ”vapaa-aikateollisuutta”. Tämä aiheuttaa Fairclough’n mukaan kasvavan viihteellisuuden paineen asiaohjelmien sisältöön.

Fairclough’n kuvaama kehitys näkyykin selvästi vuosien 2010 ja 2013 välisessä ohjelmaluokkien osuuksien kehityksessä. Vuonna 2010 suomalaisen televisiotarjonnan kolme merkittävintä ohjelmaluokkaa olivat asiaohjelmat 34 prosenttia, viihde 20 prosenttia ja ulkomainen fiktio 19 prosenttia. Vuonna 2013 televisiotarjonnan kolme katseluosuuksiltaan merkittävintä ohjelmaluokkaa olivat reality-tv 25 prosenttia, ulkomainen fiktio 21 prosenttia ja viihde 10 prosenttia. Asiaohjelmien osuus oli 12 prosenttia⁸⁵.

Verkkovideopalveluiden tulo Suomen markkinoille lisää kilpailua maksutelevisiopalveluita tarjoavien yritysten kesken. Kuluttajalla on siis aikaisempaa enemmän vaihtoehtoja käytössään. Kilpailusta huolimatta perinteisen lineaarisen television katseluaika on silti jatkuvassa kasvussa. Tosin television käyttötavat ovat muutoksessa, joka näkyy etenkin eri ikäluokkien tavassa käyttää television sisältöjä.

Mielenkiintoinen ristiriita argumentoinnissa on mielestäni se, että vaikka yksimielisesti myönnetään television lapsellistuminen ja viihteellistymisen,

⁸⁴ Fairclough 1997, s.21.

⁸⁵ Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote 13.8.2014, <http://www.lvm.fi/tiedote/4417717/kotimaisten-tv-ohjelmien-osuus-jatkoi-laskuaan>, luettu 14.2.2015.

samaan aikaan todetaan, että uudet sukupolvet, uudet katsojaryhmät ovat koulutetumpia kuin aikaisemmin, ja erityisesti entistä kriittisempiä median suhteen. Heitä pidetään vaativana osayleisönä.

Primitiivitarpeisiin vetoavalla ohjelmasisällöllä ei mielestäni sittenkään saada tätä katsojaryhmää sitoutettua perinteiseen televisioon, mikä ehkä näkyy hienoisesti aikaisemmin esitetyissä katsojatilastoissakin. Perinteisen television haasteena onkin nopeasti kehittyvän teknologian tuoman lisäarvon hyödyntäminen ohjelmistojen oheistuotteissa, mutta toisaalta myös kohderyhmien jatkuvasti ja hyvinkin nopeasti muuttuvat tarpeet ja mielenkiinnon kohteet.

Tapahtumallinen televisiokokemus on nähdäkseni muuttumassa teknologian kehittymisen myötä kokemukselliseksi televisioksi, jossa katselijalla on entistä enemmän vaikutusmahdollisuuksia sisältöön ja tapahtumiin. Kommentoinnin kulttuuri siis muuttuu osallistumisen kulttuuriksi. Tämä kuitenkin edellyttää televisio-ohjelmalta aidosti monimediaisuutta, jotta kuluttaja voisi löytää itselleen sopivan mediavälineen, jolla osallistua produktion.

Katsojien osallistaminen on tietenkin suunniteltava osaksi ohjelmaformaattia ja verkosta on muodostuttava televisiosisällön luonteva julkaisualusta. Arvioin kehitystä nopeuttavan sen, että televisiosisältöjä katsotaan entistä enemmän mobiililaitteiden ruudulta. Samalla sosiaalinen media on vakiinnuttamassa asemansa kiinteäksi osaksi television katselutapahtumaa. Se lienee todennäköistä, että suuret yleisöt tavoitetaan toistaiseksi perinteisten televisiokanavien kautta, eikä teknologinen kehitys hävitä katsojan tarvetta kollektiiviseen katsomiskokemukseen.

3.6 Teknologiadiskurssi

Nykyaikainen televisio on laitteena jo nyt internetpääte, joka tarjoaa hyvin monipuolisia käyttömahdollisuuksia, toteaa tuottaja Kari Pusa. Tämä teknologinen kehitys tukee visioita, joiden mukaan massamedian aika olisi ohi, ja perinteisen television korvaa nettitelevisio, kuten luova johtaja Saku Tuominen visioi.

Television kehityksen arvioidaan noudattavan printatun median kokemaa siirtymää perinteisestä, painetusta lehdestä digitaaliseen verkkojulkaisuun. Bolter ja Grusin⁸⁶ kirjoittavatkin, että haluamme yhä paremmin toimivan median ja samalla haluamme mediakokemuksesta yhä immersioivisemmän, ilman havaintoa käytetystä mediasta. Vanhempi elektroninen ja printtimedia haluavat vahvistaa asemiaan kulttuurissamme samalla kun digitaalinen media haastaa niiden aseman. Sekä uusi että vanha media pyrkivät välittömyyteen ja hypermediaalisuuteen keskinäisessä kamppailussaan ja uudistumispyrkimyksissään. Kaikissa uusissa sovelluksissa pyrkimys on häivyttää median läsnäolo ja tuoda katsoja tapahtuman ”sisään”. Esimerkiksi televisioidut uutiset sisältävät useita videostreemauksia, kuvan jakamista, grafiikkaa ja tekstiä. Tästä muodostuu median ”sekamelska”, jonka on tarkoitus tehdä uutisista havainnollisempia.

Bolterin ja Grusin⁸⁷ mukaan digitaalisessa mediassa onkin kaksi vastakkaista, mutta toisistaan riippuvaa logiikkaa. Välittömyys edellyttää hypermediaa, livekuvaan yhdistetään tietokonegrafiikka kaksi- tai kolmiulotteisena, jotta kokonaisuus toimisi jouheasti. Pyrkiessään välittömyyteen ja monimediaisuuteen digitaalinen media lainaa innokkaasti paitsi toisten medioiden, mutta myös analogisten edeltäjiensä ilmaisutapoja, kuten elokuvan, television ja valokuvan. Uutissivustot ovat hyvä esimerkki hypermedioitumisesta, ne yhdistävät tekstiä,

⁸⁶ Bolter ja Grusin 1999, s.5.

⁸⁷ Bolter ja Grusin 1999, s.9.

grafiikkaa ja videota moninaisiksi ikkunoiksi ja hyperlinkittävät niitä keskenään. Kuitenkin sivusto lainaa välittömyytensä ja esittämismaattinsa uutislähetyksestä ja samaan aikaan uutislähetys alkaa muistuttaa yhä enemmän uutissivustoa monimediaisuudessaan.

Liikkuvaan kuvaan perustuva perinteinen televisio onkin kulttuurihistorian sitkeimpiä olioita juuri siksi, että se käsittelee asioita ja vangitsee mielenkiinnon tehokkaammin kuin muut vaihtoehtoiset viestintätavat, toteaa Ismo Silvo.

Teknologisen kehityksen on ajateltu vauhdittavan perinteisen television kuolemaa, koska katsojien huomiosta kilpailevia vaihtoehtoja on tullut markkinoille kiihtyvällä vauhdilla. Tosin perinteinen televisio on kyennyt myös hyödyntämään uutta teknologiaa omassa toiminnassaan.

Tim Isokiven mukaan samalla on myös syytä panna merkille, että myös radion kuolemaa on ennakoitu usein, mutta kehitys on ollut lähes päinvastainen. Radiokanavien vaihtoehdot ja tarjonta ovat lisääntyneet ja monipuolistuneet huomattavasti viimeisten 15 vuoden aikana. Samanlainen kehitys voidaan tietysti huomata myös perinteisen television osalta, televisiosisällön käyttö on ollut jatkuvassa kasvussa, kuten myös käytettävissä olevien ohjelmavaihtoehtojen määrä.

Teknologisesti tarkastellen televisio voidaan ymmärtää järjestelmäksi, jonka avulla tapahtuma siirretään paikasta toiseen teknisten laitteiden ketjun avulla, jonka alkupäässä on kamera ja loppupäässä kuvapinta toteaa Kim Viljanen⁸⁸. Ketjun muita osia voidaan tarkastella laitteina tai erilaisina prosesseina, jotka nekin sisältävät vielä erilaisia laitteita ja toimintoja. Ketjuun kuuluvia osia ovat ainakin jälkituotanto (editointi), lähetysjärjestelmä, välitysverkko, antenni, vastaanotin ja kuvapinta.

⁸⁸ Viljanen 2013.

Ylen teknologiajohtaja Jorma Laihon mukaan ketjussa on tapahtunut evoluutiota, ja voidaan todeta, että suurin osa perinteisen television eri osajärjestelmistä on muuttunut (tai kuollut!) kehitysprosessinsa aikana ainakin kerran. Esimerkiksi digitalisoituminen lopetti analogisen television ja kuvaputkinäytöstä siirryttiin erilaisilla tekniikoilla toteutettuihin litteisiin näyttöihin⁸⁹.

Eri laitteiden elinkaari näyttääkin lyhenevän, kun uusia tekniikoita otetaan käyttöön kiihtyvällä vauhdilla. Tämä tietysti lisää kustannuksia myös kuluttajalle, ja on selvää, että kaikilla ei ole mahdollista pysyä kehityksen mukana kohonneiden kustannusten takia.

Uusien tekniikoiden käyttöönotto on myös tiedollinen ja taidollinen haaste kuluttajalle, eikä kaikilla ole kykyä tai edes halua osallistua tähän kilpavarusteluun. Perinteisen television, nimenomaan julkisrahoitteisen, tulisi kyetä palvelemaan myös tätä kuluttajaryhmää⁹⁰. Televisiolaitteita ei vaihdeta samaan tahtiin kuin esimerkiksi puhelimia, joten uuden televisiotekniikan läpimenoaika on suhteellisen pitkä. Toisaalta TV-lähetysten teräväpiirtoon siirtymisen aikataulu saattaa nopeuttaa muutosta⁹¹.

Perinteisen television onkin kyettävä omaksumaan käyttöönsä uusia käyttömuotoja ja – tapoja uuden teknologian innovaatioita hyödyntäen. Tähän Ismo Silvokin viittaa haastattelussa useaan otteeseen, kun hän toteaa, että perinteinen televisio on ”itse päämuoto”, jonka lisäksi muunlaisia televisiomuotoja ja käyttötapoja kehittyä vaihtoehtoisiksi kuluttamisen tavoiksi. Perinteisen television säilymistä näiden vaihtoehtoisten tai täydentävien käyttömuotojen rinnalla hän perustelee sillä, että mediamurrosten historiasta voidaan huomata, että täydellistä korvaavaa muutosta on nähty harvoin, jos koskaan.

⁸⁹ Viljanen 2013.

⁹⁰ Viljanen 2013.

⁹¹ <http://hurraakerkko.files.wordpress.com>, 2012.

Television oletetaan omaksuvan uusia ilmaisukeinoja muilta medioilta, kuten jo aikaisemmin todettiin esimerkiksi internetestetiikan osalta käyneen. Tätä ilmiötä kutsutaan uudelleenmedioitumiseksi tai remediaatioksi. Perinteisen television katselu on siis siirtymässä uusille ruuduille, mutta ”siellä se vanha kunnan televisio nyt edelleen on, myös siellä”, toteaa Ismo Silvo.

Pikemminkin on mielestäni niin, että television rinnalla kehittyneet ”toiset ruudut” nähdään televisiota tukevinä välineinä, joiden avulla perinteiseen televisioon voidaan tuottaa lisäarvoa, esimerkiksi vuorovaikutteisuutta lisäämällä. Palvelukokemusta parannetaan myös sillä, että ohjelmakaavioperusteiseen perinteiseen televisioon pääsee nyt myös käsiksi muualtakin kuin kotoa, kiinteän television äärestä. Tämä toteutuu jakelukanavamuutoksella, jossa perinteinen televisiolähetys on siirretty verkkoon.

Kun haastatteluissa sivuttiin televisiota tukevia laitteita, kuten älypuhelimia ja tabletteja, ei näistä uusista ruuduista käytetty nimeä ”toiset ruudut”. Tällä tarkoitetaan nimenomaan ajatusta siitä, että televisio olisi se ensimmäinen ja tärkein ruutu. Ajatustapahan on varsin vakiintunut, ja yleisesti puhutaan ”second-screen apps” – nimellä tabletteihin ja älypuhelimiin suunnitelluista aplikaatioista, joiden avulla voi osallistua televisiosisällön kuluttamiseen.

Keskustelu siitä, mikä on loppujen lopuksi ”ensimmäinen” ruutu, on kuitenkin alkanut, toteaa Janko Roettgers⁹². Ajatus, että suuri televisioruutu keskellä olohuonetta on televisiouniversumin keskus, on säilyttänyt asemansa pitkään, mutta mobiililaitteet ovat, ainakin osittain, viemässä televisiolta sen yksiselitteisen valta-aseman.

Näkemyks perustuu siihen, että vaikka televisio on auki, se toimii ikään kuin taustakohinana, johon ei kiinnitetä kovin paljon huomiota. Samaan aikaan kuitenkin valta-asemasta kilpailevia ruutuja käytetään vaikkapa sosiaalisen

⁹² Gigaom 2013.

median päivittämiseen, mikä koetaan sillä hetkellä tärkeämmäksi. Yksi uhkakuva television valta-aseman kannalta voisikin olla mielestäni se, että perinteisen television vuorovaikutteisuutta lisäämään suunnitellut palvelut vievät huomion pois varsinaisesta television katselusta, itse asiasta.

Barrie Gunter⁹³ kuvaa eri medioiden välistä valtataistelua kolmella erilaisella syrjäyttämismallilla. Ensimmäisen, bio-ekologisen mallin perusteella tilannetta kuvataan ”kasvaa-vähenee” –mallilla.

Oletamus perustuu siihen, että medioiden katsomiseen käytetty aika on vakio, eli yhden median osuuden kasvu vähentää automaattisesti toisen median käyttöä siirtämällä painopistettä markkinoilla. Todellisuudessa mediatarjonnan lisääntyminen voi myös tarkoittaa median käyttöön käytetyn ajan kasvua. Aika on tällöin pois elämän muista aktiviteeteista, työstä tai jopa yöunesta. Tämä malli sopii mielestäni tarkasteltaessa perinteisen television ja ”toisten ruutujen” välistä kilpailua.

Toinen malli ei perustu nollasummaan, vaan mallina onkin ”kasvaa-kasvaa”. Tällöin markkinoilla tapahtuu eri medioiden liittoutumista yhteisten etujen perusteella kuluttajien houkuttelemiseksi.

Tätä näkemystä tukee se, että esimerkiksi sanomalehdet, radio ja televisio käyttävät internetiä vaihtoehtoisena jakelualustana. Uuden median tulo markkinoille merkitsee usein sitä, että se ennemmin täydentää kuin syrjäyttää vanhemman median. Tämä malli näyttäisi toteutuvan perinteisen television ja internetin välisessä kilpailussa, sillä televisio ja internet näyttäisivät ennemminkin pyrkivän täydentämään kuin syrjäyttämään toisensa.

Kolmas malli perustuu ”toiminnalliseen syrjäyttämiseen”. Tämän perusteella kuluttaja valitsee kahdesta samaa sisältöä tuottavasta mediasta paremman.

⁹³ Gunter 2010.

Paremmuus on tässä tapauksessa varsin vaikeasti määritettävä kokonaisuus, johon vaikuttavat erittäin monet tekijät. Jos sisältö on molemmissa sama, niin esiin nousevat varmasti käyttöliittymän toimivuuteen vaikuttavat tekijät, informaation esitystapa, sisällön helppo saatavuus, markkinointi sekä kuluttajan henkilökohtaiset mieltymykset.

Toisaalta, jos medioiden tuottama sisältö on erilaista, esimerkiksi toinen keskittyy viihteellisen sisällön julkaisemiseen ja toinen taas painottuu enemmän informatiiviseen sisältöön, markkinoilla voi ollakin tilaa näille molemmille vaihtoehdoille. Markkinaosuudet määräytyvätkin paremman toiminnallisuuden sijasta tarjotun sisällön mukaan.

Toiminnallisen syrjäyttämisen malli toteutuu selkeimmin perinteisen television ja katalogitelevision suhteessa. Kuluttajan kannalta katalogitelevision joustavuus ja käyttömahdollisuuksien monipuolisuus toimivat houkuttimena siirtyä näiden palvelujen käyttäjäksi.

Helpoimmin ennustettavissa olevina teknologiauudistuksina pidetään Ismo Silvon mukaan jakelukanavissa ja itse päätelaitteessa tapahtuvaa kehitystä. Antennivastaanoton määrä jatkaa vähenemistään ja kuvapinnan toteutus kehittyi entistä monimuotoisemmaksi ja myös kuvan laatu paranee. Näillä teknisillä parannuksilla ei kuitenkaan lyhyellä aikavälillä nähdä olevan suuria vaikutuksia television ilmaisumuotoon ja sisältöön.

Perinteisen television perusohjelmistot ovat viimeisen 50 vuoden aikana muuttuneet vain hieman, ja muutosten Silvo näkee aiheutuneen enemmän kulttuurisen ilmaisun muutoksesta, joka sitten on siirtynyt myös televisioon. Sisältö ei siis lähtökohtaisesti ole Silvon mukaan muuttunut teknologian kehityksen vuoksi. Hän painottaa television olevan hyvin perinteisen konservatiivisen olion, minkä hän kokee olevan myös eduksi kulttuurisen jatkuvuuden vuoksi.

Vaikka on-demand katselu onkin ohjelmahankintajohtaja Jani Hartikaisen mukaan jatkuvassa kasvussa, ei sitä vielä pidetä uhkana perinteiselle televisiolle. On-demand katselun osuus on varsin pieni osa kokonaiskatselusta, eikä sen arvella vievän katsojia kokonaan pois perinteisen television äärestä. Trendinä hän näkee ennemminkin sen, että eri palvelujen ristiinkäyttö lisääntyy.

Perinteisen television ohjelmatarjonta on nykyisellään kattavaa, joten mitään nopeaa siirtymää palvelusta toiseen ei todennäköisesti tulla näkemään. Samalla yhä suurempi osa kanavista siirtyy käyttämään internetiä jakelukanavanaan, joten jakelukanavan teknisten eroavuuksien ja sen mahdollistamien palvelujen merkitys menettäneenä tulevaisuudessa merkityksensä.

Kim Viljasen⁹⁴ mukaan tekninen kehitys on jo johtanut siihen, että perinteisen television katseluun tarkoitettu laite on jo sinällään internet-päätelaite. Internet on vakiinnuttanut asemansa mediaympäristössä ja television haasteena onkin nyt sopeutua verkkoaikakauteen.

Barrie Gunterin⁹⁵ arvion mukaan tekninen kehitys on muuttamassa television passiivisesta vastaanottimesta viihdekeskukseksi, jonka kautta voidaan sekä vastaanottaa että lähettää sisältöä. Muutokset heijastavat television siirtymistä palveluntarjoajalähtöisestä lineaarisesta ohjelmasisällöstä kohti epälineaarista katsomistapaa, jossa kuluttaja voi päättää mitä ja koska katsoo. Kehitys johtanee siihen, että suurimmat kanavat luovat omat on-demand – palvelut, joita tarjotaan internetin kautta. Kanavien perinteiset offline-kilpailijat, kuten sanomalehdet, ovat ryhtyneet tarjoamaan internetissä videoita tehdäkseen uutistarjonnastaan houkuttelevampaa.

Internetiin siirtymisen uhkakuvana voidaan tietenkin nähdä ruudulle ilmestyvät mainokset, joita käyttäjä ei voi poistaa⁹⁶. Ohjelmien siirtyminen erilaisten

⁹⁴ Viljanen 2013.

⁹⁵ Gunter 2010.

⁹⁶ <http://hurraakerkko.files.wordpress.com>, 2012.

maksumuurien taakse voidaan myös nähdä kehityksen varjopuolena, vaikka toisaalta yhä useampi kuluttaja on valmis maksamaan haluamastaan sisällöstä⁹⁷.

Viranomaispuheen mukaan laajakaistan merkitys jakelutienä kasvaa, kun niin sanotut hybridipäätelaitteet yleistyvät. Hybridipäätelaitteet kykenevät esittämään sisältöjä suurella näytöllä useilta eri jakelukanavilta.

Barrie Gunter⁹⁸ toteaa television kokevan internetin paitsi uhkana, mutta myös vaihtoehtoisena jakelukanavana. Yksi syy olettaa internetin vievän televisiolta katsojia on mediahistoria. Uudet mediat ovat historiallisesti aina syrjäyttäneet tai korvanneet vanhemmat. Näin kävi esimerkiksi sanomalehdelle ja radiolle, kun televisio valtasi markkinat. Tosin Gunterin mukaan kaikki tutkimukset eivät tue tätä näkemystä. Esimerkiksi Henry Jenkins⁹⁹ toteaa historian opettaneen, että vanha, asemansa vakiinnuttanut media ei koskaan kuole, ei välttämättä edes häviä. Vain välineet, joilla median sisältöä käytetään kuolevat.

Jukka Kortti¹⁰⁰ ei näe television ja internetin yhteensulautumista mahdollisena ainakaan lähitulevaisuudessa. Hänen mukaan televisio tulee todennäköisesti olemaan vielä vuosikymmeniä tärkeimpiin kuuluva uutismedia. Ne sukupolvet, joille televisio on ollut tärkein media, tulevat vaikuttamaan vielä pitkään ja pitävät myös kiinni mediarutiineistaan.

Televisiolla on ominaisuuksia, joita internet ei tarjoa. Tärkein niistä on Kortin mukaan yhteisöllisyys. Maailmantapahtumia voidaan kokea ryhmässä yhtä aikaa fyysisesti, ei vain virtuaalisesti. Televisio-ohjelmien katsominen on myös ritualistista ja elämää rytmittävää, kun internetistä ne voidaan katsoa milloin halutaan. Uutisfunktiostakin katsottuna medioiden toisiaan täydentävä

⁹⁷ Puurtinen 2013.

⁹⁸ Gunter 2010.

⁹⁹ Jenkins 2006, s.13.

¹⁰⁰ Kortti 2007, s.261.

ominaisuus säilyy, eikä media hävitä toista, saati yhdy yhdeksi metalaitteeksi – ainakaan lähitulevaisuudessa¹⁰¹.

Teknisestä kehityksestä huolimatta viranomaispuhe toteaa, että television maanpäällinen jakeluverkko säilyy elinvoimaisena vielä pitkään, sillä onhan se ainut valtakunnallinen jakeluverkko, jonka kanssa kattavuudesta eivät voi kilpailla kaapeli- tai kuituverkot. Hybridivastaanoton yleistyessä muut jakelutiet tulevat saamaan enemmän roolia myös perinteisen televisiolähetysten jakelutienä. Muuttuvat katsomistavat saattavat aiheuttaa muutoksia erilaisten jakeluteiden käytössä.

Teknisen kehityksen nopeudesta huolimatta kuluttajalle taataan viranomaispuheen mukaan riittävä määrä nykytekniikalla toteutettuja televisiopalveluja kohtuullisen siirtymäajan puitteissa. Siirtymäajan tarkoitus on varmistaa se, että kuluttaja voi uusia päätelaitteensa sen vanhentuessa käyttöikänsä puitteissa. Kuluttajaa ei siis pakoteta vaihtamaan laitettaan tekniikan kehittyessä. Siirtymäaika ei toisaalta voi tarpeettomasti jatkaa, koska kahden eri jakeluverkon käyttö aiheuttaa palvelun tuottajalle kustannuksia.

Viranomaispuheen mukaan seurauksena on viestintätarpeen kasvu kaupan ja kuluttajan suuntaan. Kuluttajien on tiedettävä, millaista laitetta uusien palvelujen käyttöönotto edellyttää ja toisaalta kaupan on osattava niitä kuluttajalle tarjota.

Barrie Gunterin¹⁰² mukaan television palvelut ovat jo nyt siirtyneet verkkoon. Televisio on myös päätelaitteena kehittymässä suuntaan, joka mahdollistaa entistä kehittyneemmän interaktiivisen mediasisällön käytön. Televisio on muuttumassa yhä ”tietokonemaisemmaksi”. Televisio, PC, pelikonsolit, älypuhelimet ovat konvergoitumassa toiminnoiltaan yhdenmukaisiksi ja niillä voidaan hyödyntää samaa sisältöä. Gunter toteaaakin, että maailmassa, jossa käyttäjä voi vaihtaa joustavasti televisiovastaanottimen kautta erilaista sisältöä,

¹⁰¹ Kortti 2007, s.261.

¹⁰² Gunter 2010.

ohjelmia, elokuvia, nettisivustoja, virtuaalitodellisuuden ympäristöjä, sosiaalisen median palveluja, perinteisellä television katsomisella ei ehkä ole tulevaisuutta.

Nähdäkseni kuluttajan kannalta television käytössä selvimmin näkyvä muutos on siirtyminen katselupäätteen käyttäjästä palvelun käyttäjäksi. Televisio on muuttumassa monikanavaiseksi palveluksi, jonka kyky palvella kuluttajan personoituja tarpeita paranee jatkuvasti.

Perinteisen television sisällönsuosittelukyky on perustunut sisällöntuottajan tekemiin valintoihin, jotka tarjottiin kuluttajalle annettuna. Mahdollisuutta vaikuttaa sisältöön tai edes katseluaikaan ei aikaisemmin ollut. Nykyisten on-demand palveluiden kyky suositella valintoja perustuu käyttöliittymään, jonka logiikka taas perustuu kuluttajan tai kuluttajaryhmän aikaisemmin tekemiin valintoihin. Lähtökohtaisesti kuluttaja voi itse valita haluamansa katseluajan.

Tutkija Sari Elfvingin mukaan markkinoinnissa käytetyt ilmaisut ”valinnan mahdollisuuksien lisääntyminen, vapaus ja itsenäisyys sekä oma-aloitteisuus” ovat tavallaan harhaa, koska oppiva käyttöliittymä tekee monessa tapauksessa valinnat katsojan puolesta. Ismo Silvo toteaaakin, että ihmiset pitävät valinnan mahdollisuudesta, mutta eivät valitsemisesta.

Tulevaisuudessa televisiot osaavat jo ehkä suositella sisältöä katsojakohtaisesti jopa tunnetilan mukaisesti. Erilaiset räätälöidyt palvelut koetaankin tarpeelliseksi, paitsi on-demand, mutta myös perinteisen television käyttämiseksi. On-demand palveluiden massiivisesta sisällöstä on vaikeaa löytää haluamaansa sisältöä pelkän selauspalvelun avulla, toteaa Heikki Peltonen.

Vaihtoehtojen kasvava määrä onkin ollut television megatrendi jo pitkään, mutta tosiasiallista valitsemista ei sitten kuitenkaan Silvon mukaan tapahdu. Tilastojen valossa näyttää siltä, että suurin osa kuluttajista haluaa jonkun muun tekevän esivalinnat hänen puolestaan. Vaihtoehtojen suuri määrä ja valinnan vaikeus eivät tuota vapauttavan viihteen kokemusta, toteaa Sari Elfving.

Vastataksaan näihin haasteisiin perinteinen televisio on siis siirtymässä verkkoon, mutta YLE-internetin palvelupäällikön Kari Haakanan¹⁰³ mukaan eletään kuitenkin vielä tilanteessa, jossa perinteinen televisio ei ota verkkoa ja sen tuomia uusia kilpailijoita vakavasti. Perinteisen television ja perinteisen kanavamallin suosio ei perustukaan hänen mukaansa laadulliseen ylivoimaan, vaan kuluttajien tottumukseen käyttää televisiota, siis siihen Ismo Silvon mainitsemaan traditionaaliseen ja arkirutiineihin perustuvaan tapaan katsoa televisiota.

Perinteisen television tulevaisuuden haaste on näkemykseni mukaan hallittu katsomistapojen ja sisällön uudistaminen siten, että katsojamäärien säilyttäminen olisi mahdollista. Myös aineiston tulkinnan perusteella näyttää siltä, että perinteisen television asema pohjautuu tällä hetkellä hyvin vahvasti vanhempien ikäluokkien (>50-vuotiaat) arkirutiineihin perustuvaan tapaan käyttää televisiota.

Muutokseen ja ajan haasteisiin adaptoitumisen tarve tunnustetaan ja tunnustetaan televisiotoimijoiden keskuudessa, mutta havaintojeni mukaan samalla pelätään muutosten vieraannuttavan suurimman katsojaryhmän, eli vanhemmat ikäluokat perinteisestä televisiosta. Tästä syystä monet perinteisessä televisiossa tapahtuneet muutokset jäävät ikään kuin puolitiehen ja kosmeettisiksi, koska radikaaleihin, tulevaisuuden katsojaa palveleviin muutoksiin ei yksinkertaisesti uskalleta lähteä. Aineiston perusteella on myös nähtävissä, että teknologisia esteitä suurenkaan muutoksen toteuttamiselle ei ole olemassa.

Pidän paradoksaalisena sitä, että julkisrahoitteisella televisiolla (YLE) olisi rahoituspohjansa vuoksi parhaat edellytykset muutoksen toteuttamiselle televisiotoiminnassaan, mutta ”kaikkien palveleminen” pakottaa yhtiön etenemään muutoksissa varovaisesti ja tasapainoilemaan valtavirrassa, keskimääräisen katsojan ehdoilla, kulttuurisesti konservatiivisella linjalla. Tätä näkemystä suorastaan alleviivaa YLE:n ohjelmajohtajan Ismo Silvon kommentti,

¹⁰³ Yleisradio Oy 2014.

jossa hän toteaa uuden teknologian mahdollistavan sen, että vanha perinteinen televisio on läsnä tälläkin hetkellä, ja sen rinnalla kaikki uudet tuotteet. Tulevaisuus näyttäisi siis perustuvan perinteiseen televisioon, jota uudet tuotteet vain sopivasti täydentävät.

3.7 Kompetenssidiskurssi

Perinteisen television mahdollisia keinoja, joiden avulla se säilyttäisi tai jopa vahvistaisi markkina-asemaansa, käsittelee puheessa vain ohjelmajohtaja Ismo Silvo. Teknologisista muutoksista ja uusista ohjelmasisällöistä huolimatta hän pitää tärkeimpänä perinteisen television kilpailuvalttina perinteikkyyttä, jatkuvuutta ja konservatiivisuutta. Myös tutkija Sari Elfving toteaa perinteikkyyden näkyvän selkeästi erityisesti suorien lähetysten suosiossa, ja myös tavassa, jolla suoran lähetystekniikan ympärille edelleen rakennetaan ohjelmia ja ohjelmatyyppejä.

Ismo Silvo toteaaakin, että tulevaisuudessa perinteiset suorat lähetykset ovat entistä tärkeämpi osa perinteisen television ohjelmatarjontaa. Erityisesti hän mainitsee uutiset, urheilulähetykset ja tapahtumat.

Myös ohjelmahankintajohtaja Jani Hartikainen toteaa, että perinteisen television asema markkinoilla säilyy tulevaisuudessa suorien lähetysten avulla, joiden määrän hän myös uskoo lisääntyvän. Hartikaisen mukaan katalogitelevisioiden tarjonta perustuu pääosin elokuvaan ja sarjoihin. Elokuvat ovat hänen mukaansa katalogitelevision katsotuinta sisältöä, ja sarjat ovat katselun kokonaisvolyymista vain pieni osa. Samalla hän toteaa, että Suomessa on kuluttajalle tarjolla valtava määrä sisältöjä, joko mainosrahoitteisilla ilmaiskanavilla tai YLE:n kanavilla. Hartikaisen näkemys on, että katalogitelevisio ei vie välttämättä katsojia pois perinteisen television ääreltä, vaan palveluita käytetään tulevaisuudessa ristiin.

Tutkija Sari Elfving toteaa myös, että on-line televisio ei, alkuviehätyksen laannuttua, vie katsojia perinteiseltä televisioltä. Myös hän toteaa perinteisen television jatkavan elämänsä television uusien muotojen rinnalla.

Viestinnän opiskelija Tim Isokivi, erikseen korostaen nuoremman ikäpolven katsomistottumuksia, toteaa katalogitelevision käyttöä varmasti lisääntyvän lähitulevaisuudessa. Hänen mielestään katalogitelevision merkittävä kilpailuvaltti on ohjelmien nopea saatavuus heti niiden ilmestymisen jälkeen. Isokivi tarkoittaa tässä nimenomaan kansainvälisten televisiosarjojen julkaisua. Tosin hänkin epäilee, että tällä ei kuitenkaan olisi nopeita vaikutuksia suomalaisen televisiotarjontaan.

Palvelupäällikkö Kirsi Waltarin mielestä palvelukokonaisuuden tarjoaminen on merkittävä kilpailuetu. Hän edustaa Elisa-viihdepalvelua, joka tarjoaa asiakkaalle kokonaisuuden, johon kuuluu liittymät, laitteet ja palvelut. Hän vertailee yrityksensä tarjontaa Netflixin ja HBO Nordicin tarjontaan, joiden hän toteaa olevan nettipalveluita, joita käytetään ensisijaisesti tietokoneella. Lisäksi Waltari mainitsee yhtiönsä tarjoavan muita enemmän kotimaisia sisältöjä.

Tim Isokivi kertoo käyttäneensä Soneran vastaavaa palvelua, mutta lopettaneensa sen koska palvelu ei tarjonnut mitään sellaista, mitä ei ”normi digiboksin ja normi internetin” kautta olisi ollut saatavilla. Edes edullinen hinta ei hänen mielestään houkuttele palvelun käyttöön, jos sillä ei ole mitään lisäarvoa tarjottavanaan.

Sekä Isokivi että tuottaja Kari Pusa ottivat kumpikin esille erään mahdollisen perinteisen television kilpailukeinon. Molemmat painottivat alueellisen ja paikallisen ohjelmasisällön tärkeyttä katsojille. Isokivi mainitsi erityisesti myös mahdollisuuden omien sisältöjen televisioesittämiseen paikallisella tasolla, jonka hän kokee tärkeäksi vaikuttamisen tavaksi.

Jukka Kortti¹⁰⁴ ei yhdy tähän ajatukseen. Hänen mukaansa ihmisen asuinpaikalla ja sosiaalisella asemalla on mediakäyttöön 2000-luvun mediamaisemassa entistä pienempi vaikutus.

Kari Pusakin vertaa television mahdollista tulevaisuutta radion menneisyyteen. Television arveltiin aiheuttavan radion kuoleman, mutta tällä hetkellä radiokanavia on enemmän kuin aikaisemmin. Syyksi Pusa arvelee radiokanavien erikoistumisen erilaisten sisältöjen esittämiseen. Pusa arveleekin, että myös televisiossa nähdään samantyyppistä erikoistumisen kehitystä tulevaisuudessa.

Yhteiskunnan televisiomarkkinaa säättäviä toimenpiteitä käsitellään puheessa vain kerran. Ismo Silvo toteaa Yleisradion tehtävän olevan kaikkien palvelu, jolla hän viittaa YLE:n rooliin yhteiskuntarahoitteisena televisiona.

Myös Barrie Gunter¹⁰⁵ ottaa kantaa television julkisen palvelun rooliin. Hänen mielestään poliittisessa kontekstissa onkin syytä puhua mieluummin kansalaisista kuin kuluttajista. Demokratian kannalta on tärkeää, että kansalaisille tarjotaan riittävästi, tasapuolisesti ja monipuolisesti tietoa yhteiskunnallisesti merkittävistä asioista. Television rooli on tässä korostuneesti esillä, sillä se on kuitenkin edelleen pääsääntöinen tiedonlähde suurelle osalle käyttäjäkuntaa.

Viranomaispuheessa sivutaan mielenkiintoisella tavalla yleisradioveroa¹⁰⁶, joka otettiin käyttöön vuoden 2013 alusta alkaen. Ohjelma toteaa ”julkisen palvelun” rahoitusperustan muuttuneen verorahoitteiseksi, ja edelleen tämän muutoksen lisäävän ”julkisen palvelun yhtiön” velvoitetta kotimaisen sisällöntuotannon edistämiseen. Yleisradio Oy:n nimeä ei mainita lainkaan, vaan puhutaan julkisen palvelun yhtiöstä.

Myöskään YLE-veroa ei mainita nimellä, vaan puhutaan vain yleisesti verorahoitteisesta rahoitusperustasta. Ehkä tässä halutaan ottaa etäisyyttä siihen

¹⁰⁴ Kortti 2007, s.42

¹⁰⁵ Gunter 2010.

¹⁰⁶ Lisätietoa Yle-verosta: <http://www.lvm.fi/web/hanke/yle-vero>.

tosiasiaan, että Viestintäpoliittinen ohjelma säätelee eduskunnan päätöksellä kilpailua sektorilla, jonka yksi merkittävin toimija YLE on. Samalla on tietysti muistettava, että YLE:n korkein päättävä elin, hallintoneuvosto, koostuu eduskunnasta valituista kansanedustajista¹⁰⁷.

”Julkinen palvelu” sinänsä on erittäin arvolatautunut sanapari. Sanaparilla luodaan positiivinen mielikuva yleisön palvelua varten luodusta organisaatiosta. Heikki Hellman¹⁰⁸ toteaa nimityksen olevan julkisesti rahoitettujen yleisradioyhtiöiden ideologinen kivijalka.

Viranomaispuheessa etäisyyttä Yleisradiosta korostetaan erityisesti lauseella ”Yleisradio Oy painottaa **itse** yhtiön merkittävää roolia suomalaisen sisällön ostajana ja kansan henkisen kehityksen edistäjänä”¹⁰⁹. Tässä viranomaispuhe tukeutuu vakiintuneeseen käsitykseen Yleisradion julkisen palvelijan roolista, jolla on tietysti myös oma vankka lainsäädännöllinen perustansa¹¹⁰.

Perinteisen television sisällössä käytettyjen kansainvälisten formaattien ja toisaalta julkisen palvelun yhtiön suhdekin voi mielestäni muodostua ongelmalliseksi. Norman Fairclough’n¹¹¹ mukaan onkin aiheellista kysyä, onko tiedotusvälineissä, mutta erityisesti televisiossa ”lähes ohjelmasta riippumatta esiin tuleva lakkaamattoman viihdyttämisen kaupallinen imperatiivi sopusoinnussa lähetystoiminnan julkisen palvelun tradition kanssa?

Barrie Gunterin¹¹² mukaan tulevaisuudessa keskustelu yhteiskuntarahoitteisesta televisiosta muuttuukin tarpeettomaksi, kuluttajien omaksuessa on-demand käytön, jolloin television perinteinen kanavarakenne voi lopullisesti hävitä. Yhteiskuntarahoitteisen television sijaan olisikin Gunterin mukaan relevantimpaa

¹⁰⁷ Selvitys YLE:n hallinto- ja ohjausjärjestelmästä.

http://yle.fi/yleisradio/sites/yleisradio/files/yle_selvitys_hallinto-_ja_ohjausjar_13.pdf, luettu 28.3.2015.

¹⁰⁸ Hellman Heikki, Julkinen palvelu, rasvaton versio, Helsingin Sanomat, pääkirjoitus 5.8.2012.

¹⁰⁹ Liikenne- ja viestintäministeriö 2012, s.64

¹¹⁰ <http://yle.fi/yleisradio/toimintaperiaatteet> luettu 30.3.2015.

¹¹¹ Fairclough 1997, s.21

¹¹² Gunter 2010.

keskustella yhteiskuntarahoitteisten ohjelmien tuottamisesta ja siitä, miten sisältö varastoidaan kuluttajien on-demand käyttöä varten.

4 DISKUSSIO

Television tulevaisuuden ja muuttuvien muotojen tutkimus on tällä hetkellä varsin erikoislaatuisessa tilanteessa. Television historian kautta on vaikea luoda yleispäteviä suuntalinjoja hahmottamaan television mahdollista tulevaisuutta, ja toisaalta television kulttuurinen identiteetti on jatkuvassa muutoksessa. Nopea tekninen kehitys näyttää luovan ehtymättömänä virtana uusia mahdollisuuksia television käyttöön. Tosin osa uusista sovelluksista häviää nopeasti jo kokeiluvaiheen jälkeen, mutta osa sovelluksista kykenee lunastamaan armottomasta kilpailusta huolimatta paikkansa pidempiaikaiseen kuluttajakäyttöön, vain päätyäkseen loputtomaan jatkokehitys- ja päivityskierteeseen.

Näyttäisikin siltä, että perinteisellä televisiolla on edessään useita erilaisia kehitysvaihtoehtoja, joiden suunta on entistä riippuvaisempi paitsi meneillään olevasta teknisestä kehityksestä mutta myös kuluttajakäyttämisen realiteeteista. Televisiosisältöjä voi kuluttaa aikaisempaa useammilla, hyvinkin erilaisilla päätelaitteilla. Television tulevaisuuden kannalta tämä vaihtoehtojen kasvu on tietenkin erinomainen asia, mutta perinteisen television tulevaisuudelle katsomistapahtuman pirstaloituminen ajallisesti, paikallisesti ja laitesidonnaisesti muodostaa selkeän uhkakuvan. Television uudenlainen sosiaalisuus on muodostumassa mahdollisuudeksi perinteiselle televisiolle, mutta uhaksi perinteiselle television katsomistavalle.

Näkemykseni on, että perinteisen television tulevaisuus määräytyy pitkällä aikavälillä kuluttajien tekemien valintojen perusteella. Tärkeässä roolissa television tulevaisuuden määrittäjänä on myös institutionaalinen vallankäyttö, eli käytännössä institutionaaliset päätökset siitä, millaisia mahdollisuuksia

kuluttajille voidaan televisiosisältöjen nauttimiseen tarjota. Nämä päätökset osaltaan ohjaavat sitä teknistä ja kaupallista kehitystä, jonka avulla televisiosisällöt kuluttajalle tarjotaan.

Televisiotoimijoiden kannalta on haastavaa, niin teknisesti kuin kaupallisestikin, kehittää käyttökelpoisia sovelluksia nopeasti uusiutuville ja vaihtuville päätelaitteille, jotta televisiosisältö saataisiin jouhevasti välitettyä kuluttajalle. Toisaalta television jakelukanavien kehityksessä viranomaispäätöksillä on suuri ohjaava merkitys.

Television tulevaisuuden ”historiattomuuden” takia, ja toisaalta tulevaisuudesta vallitsevien ristiriitaisten arvioiden takia oli mielekästä tutkia, miten television historiaa konstruoidaan vallitsevan sosiaalisen todellisuuden kautta. Tämän Foucault’laisen näkemyksen kautta myös vallan ja diskurssien suhteen tarkastelu sai merkityksensä, olihan institutionaalisen vallankäytön merkitys perinteisen television tulevaisuuteen, vähintäänkin ohjaavassa roolissa, havaittavissa alusta alkaen.

Puheessa perinteisen television tulevaisuudesta tarkasteluajankohtana tapahtui mielenkiintoinen käänne kohteiden esiintulopinnoissa. Ajan funktiona tarkastellen keskustelun sisältö muuttui perinteisen television viimeisen käyttöpäivän määrittelystä huomattavasti varovaisempien arvioiden esittämiseen.

Vaikka tutkimusaineisto indikoi varsin voimakkaasti, että perinteinen televisio kohtaisi lähitulevaisuudessa merkittäviä muutoksia, vuoden 2015 aikana tilaa saivat myös vastakkaiset mielipiteet. Tulkitsen ne jonkinlaisena vastareaktionä esimerkiksi Netflixin Reed Hastings’n lausuntoon. Katalogitelevision ”voitonparaatia” ei nähtykään, sillä käyttäjämäärä jäi alkuinnostuksen jälkeen oletettua pienemmäksi. Toisaalta television katsomisessa saavutettiin vuonna 2014 uusi ennätys.

Lausumatapojen muotoutumiseen television tulevaisuudesta osallistuivat näkyvimmin media-alaa edustavat toimijat ja toisaalta perinteistä televisiota

edustavat institutionaaliset toimijat. Media-alan edustajien positio keskustelussa oli varsin kuluttajalähtöinen. Tämä onkin tietysti varsin luontevaa kaupallisen television edustajille, joiden tavoite on olla selvillä kuluttajakäyttäytymisestä, mutta joiden tavoite on myös löytää maksava katsoja asiakkaaksi.

Institutionaalisen puheen edustajien rooli keskustelussa oli enemmän asiantuntijalähtöinen, ja puheen sisältö maltillisempi ja puolueeton. Viranomaispuhe jättää perinteisen television tulevaisuuden vaihtoehdot mieluummin avoimeksi kuin ottaa kantaa yhdenkään vaihtoehdon puolesta.

Tutkimukseni pääkysymys haki vastausta kysymykseen: ”Millaisia perinteisen television tulevaisuutta rakentavia diskursseja tutkimusaineistoni puheessa on?” Tutkimusaineiston analyysi nosti esiin neljä diskurssia, joissa perinteisen television tulevaisuutta määritettiin. Nämä olivat kulttuuridiskurssi, teknologiadiskurssi, kompetenssidiskurssi ja kuluttajadiskurssi.

Kuluttajadiskurssissa perinteisen television tulevaisuuden arvioitiin ulottuvan vielä vuosien päähän, eikä sen nopeaa kuolemaa pidetty kovin todennäköisenä. Perinteisen television arveltiin konvergoituvan jonkin uuden median osaksi, sen sisälle, ja jatkavan elämäänsä siellä. Katalogitelevisiota ei pidetty, poiketen monista julkisuuden arvioista, perinteisen television mahdollisena syrjäyttäjänä. Ainakin toistaiseksi myös katsojaluvut tukevat tätä näkemystä. Katalogitelevision kilpailuetuina ovat kuitenkin monipuoliset valinnan mahdollisuudet, joita perinteiseen televisioon ei sisälly. Ainakin nuoremman katsojakunnan viehätyks katalogitelevision käyttöön voi perustua sen internetin-omaiseen käyttölogiikkaan, jonka rinnalla perinteinen televisio vaikuttaa ”aikansa eläneeltä”.

Laajimmaksi perinteisen television tulevaisuutta rakentavista diskursseista muodostui **kulttuuridiskurssi**. Mielestäni syynä tähän ovat katselutapahtumaan ja television sosiaalisuuden laajenemiseen liittyvät muutokset. Nämä muutokset

ovat merkittävimpiä perinteisen television katsomisen kulttuuriin vaikuttavia tekijöitä.

Vanha perhekeskeinen malli näyttäisi muuttuvan varsin nopeasti yksilökeskeisemmäksi personoidumpien palvelujen kautta. Nämä uudet palvelut liittyvät television katselun ohessa käytettyihin muihin laitteisiin, kuten älypuhelimeen tai tablettiin. Vaikka televisio edelleen kerää perheen mahdollisesti saman ruudun ääreen, jokainen perheenjäsen on oheislaitteensa kautta oman ”kuplansa” sisällä. Merkittävää onkin huomata, että televisio-ohjelmista ei enää keskustella viiveellä, vaan keskustelusta on tullut reaaliaikaista. Myös keskustelufoorumi on laajentunut sosiaalisen median kautta huomattavasti aikaisempaan nähden.

Television katselun kulttuuriin vaikuttaa oleellisesti ikäluokkien erilainen tapa ja erilaiset tarpeet käyttää televisiota. Yli 55-vuotiaiden ikäluokassa perinteisen television katselulla on vahvat traditiot, ja toisaalta uusia teknisiä sovelluksia otetaan hitaammin käyttöön. Nuoremmissa ikäluokassa erilaisten teknisten sovellusten käyttöönotto fragmentoi katsojakunnan, ja samalla myös vähentää perinteisen television katselua.

Perinteisen television sisällöissä on tapahtumassa muutoksia. Studioperusteisten ohjelmien määrä on jatkuvassa laskussa, ja ohjelmasisältö painottuu suoriin tai suoran lähetyksen kaltaisiin ohjelmiin. Voisi todetakin, että tässä perinteinen televisio on palaamassa juurilleen. Olivathan suorat lähetykset televisiotoiminnan alkuaikojen pääsisältöä. Mittakaava on kuitenkin nyt aivan erilainen, suuria tapahtumia räätälöidään palvelemaan television katsojaa, eikä niinkään paikan päällä tapahtumaa seuraavaa katsojaa.

Suoriin lähetyksiin liittyy myös, nyt jo monesti ohjelman osana, reaaliaikainen ohjelman kommentointi esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Seuraava kehitysvaihe tulee olemaan ohjelmien kokemuksellisuuden lisääminen, jolloin katsojalle tarjotaan mahdollisuus vaikuttaa suoraan ohjelmasisältöön. Myös

erilaisten ylikansallisten ohjelmaformaattien käyttö lisääntyy edelleen. Toisaalta nimenomaan kotimaista ohjelmasisältöä pidetään kriittisenä kilpailutekijänä viranomaispuheessa. Saammekin todennäköisesti nauttia enenevässä määrin ylikansallisten formaattien suomalaiseen makuun sovitetuista versioista.

Ohjelmasisällöissä kotimaisuuden ”harha” luodaan tällä formaattien räätälöinnillä ja samalla viihteen ja asiaohjelmien välinen raja näyttäisi edelleen höltyvän. Televisiosisältöjen tuottamisessa näkyy tätä kautta entistä selvemmin kiistynyt katsojakilpailu, johon pyritään reagoimaan entistä viihteellisemmällä sisällöllä.

Katsomiskulttuurin liittyy muutos televisiosisällöissä. Yhtäältä todetaan nuorempien katsojien olevan entistä koulutetumpia ja vaativampia, mutta toisaalta nähdään trendinä televisiosisältöjen lapsellistuminen ja yhä suurempi vetoaminen katsojien primitiivitarpeisiin. Tämä toteutetaan etenkin realityviihteen avulla. Toisaalta viranomaispuheessa korostuu luja luottamus perinteisen television laadukkaaseen ja monipuoliseen ohjelmatarjontaan.

Teknologiadiskurssin kautta hahmottuu internetin ja television lähentyminen. Sisältöhän on periaatteessa molemmissa samankaltainen, perustuen suurelta osin viihteellisyyteen. Television kehitys päätelaitteena näyttäisi johtavan enenevässä määrin tietokonemaiseen konfiguraatioon, ja laajemmin kehitystrendinä näyttää olevan myös muiden televisiosisältöjen vastaanottoon kykenevien laitteiden konvergoituminen toistensa kaltaisiksi. Tämä onkin varsin loogista, sillä onhan niillä tarkoitus käyttää samoja sisältöjä.

Toisaalta television konvergoituminen ”metalaitteeksi” näyttää epätodennäköiseltä, ainakin lyhyellä aikavälillä. Osaltaan tähän vaikuttaa kuluttajien halu pitää televisio erillisenä ja passiivisena laitteena. Tässäkin voi taustalla olla vanhemman ikäluokan halu säilyttää perinteiset katselutavat ja oma, itsenäinen passiivisen viihtymisen turvasatama nopean teknisen kehityksen keskellä. Toisaalta aivan viimeaikainen kehitys on osoittanut myös

toisensuuntaisia merkkejä, sillä televisiosta on muodostumassa uuden tekniikan myötä myös internetin katselu- ja käyttölaite.

Teknistä konvergenssia todennäköisempänä pitäisin lähitulevaisuudessa sisältöjen konvergenssia. Perinteiset televisiosisällöt siirtyvät kiihtyvällä vauhdilla käytettäväksi vaihtoehtoisilla medialaitteilla. Toki on myös huomattava, että virta kulkee myös toiseen suuntaan. Televisiolaitteen kautta avautuu pääsy myös muihin sisältöihin, kuten esimerkiksi internetiin.

Kuluttajan kannalta televisiolaitteiden nopea kehitys aiheuttaa paitsi käyttöön liittyviä, mutta myös taloudellisia haasteita. Etenkin käyttöön liittyvät haasteet voivat ylläpitää tutun, perinteisen television asemaa vielä vuosien ajan, kun uskallusta ja taitoa uuden teknologian käyttöönottoon ei ole. Tosin uusimman tekniikan käyttöönotto voi olla, ainakin alkuvaiheessa, taloudellisesti monen kuluttajan ulottumattomissa.

Uusien teknisten ominaisuuksien käyttöönottoa näyttäisi vaikeuttavan, ja samalla vaihtoehtojen määrää kaventavan, sekä taloudelliset että teknilliset rajoitteet. Taloudellisesti kehitykselle asettaa nähdäkseni reunaehtoja lähinnä uusien innovaatioiden kallis hinta, joka puolestaan rajoittaa niin palveluiden tuottajien kuin kuluttajienkin osalta uusien sovellusten käyttöönottoa. Teknillistä kehitystä jarruttaa paitsi uuden tekniikan hidas käyttöönotto, mutta myös sopivien teknillisten ratkaisujen puute.

Näyttääkin siltä, että toistaiseksi perinteinen televisio säilyy television ”päämuotona”, jonka ohessa ja ympärillä muiden televisiomuotojen evoluutio jatkuu. Perinteisen television asema päämuotona, eli ”ensimmäisenä ruutuna”, on kuitenkin haasteellinen. Perinteinen televisio on muuttumassa radion kaltaiseksi taustakohinaksi, oheislaitteiden vaatiessa käyttäjän jakamattoman huomion. Samalla televisio on muuttumassa katselupäätteestä monikanavaiseksi palvelukeskukseksi. Viranomaispuheessa tämä kehityslinja näyttää synnyttävän hienoisen ristiriidan. Kuluttajan monipuolisista palveluista luvataan pitää huolta,

mutta toisaalta tämän nähdään aiheuttavan haasteita eri yritysten tasapuolisille toimintamahdollisuuksille. Mahdollisuus valita, kumman ehdoilla kehitystä viedään eteenpäin, näyttäisi tässä tapauksessa jäävän institutionaaliselle vallalle.

Televisiotoiminnan ei vielä koeta ottavan internetin tuomaa kilpailullista haastetta vakavasti. Yhtenä syynä on varmasti se, että perinteisen television on tasapainoiltava katsojakilpailussa sellaisella tavalla, että se ei menetä suurimpia katsojaryhmiään vanhemmista ikäluokista. Toinen mahdollinen syy on se, että televisiotoimijat luottavat perinteisen television toistaiseksi vakiintuneeseen kilpailuasemaan markkinoilla.

Internetin asemaa mediakilpailussa voi tukea myös kulttuurin konvergenssi, jossa katsojan rooli on muuttunut. Yhä useammin myös yleisö osallistuu sisällöntuotantoon. Internetympäristössä on tälle toiminnalle paremmat edellytykset, sillä monet yritykset ovat jo pitkään hyödyntäneet verkkopalveluissaan yleisön tuottamaa sisältöä.

Viranomaispuhe pitää kuitenkin television ja internetpalvelujen konvergenssia todennäköisimpänä sektorina, jossa uusia palveluita ja katselutapoja voisi syntyä. Jos tämän sektorin kehitys nopeutuu, perinteisen television asemassa voi syntyä nopeita ja yllättäviäkin muutoksia katsojien siirtyessä uusien palvelujen käyttäjiksi. Viranomaispuheen perusteella perinteisen television asemaa pidetään muutoksista huolimatta suhteellisen vakaana, eikä sen mahdollista ”sukupuuttoa” mainittu eikä ennakoitu.

Viestintäalan perinteiset mallit kokevat merkittävän muutoksen siirryttäessä internetin liiketoimintamalleihin, kun siirrytään pelkän sisällön tarjoamisen sijasta tarjoamaan kuluttajille personoituja palveluja. Tarjonnan lisäarvo onkin merkittävä tekijä kuluttajien valintatilanteissa, sillä kuluttaja odottaa uusilta palveluilta käytön ja sisällön kuluttamisen helpottumista.

Muutosten läpivienti ja kehittäminen ovat hitaita, ja suuriin, tulevaisuuteen tähtääviin muutoksiin ei uskalleta lähteä. Tekniset edellytykset suurillekin

muutoksille ovat kuitenkin jo nyt olemassa. Tosin viranomaispuheessa määritetään kehityksen rajoitteiksi erityisesti uusien innovaatioiden kallis hinta, niin palveluiden tuottajien kuin kuluttajankin osalta. Uudistusten jarruna todetaan kuitenkin olevan etenkin uuden tekniikan hidas käyttöönotto, mutta myös sopivien teknisten ratkaisujen puute. Tämä argumentti on ristiriitainen aikaisemmin esitetyn teknisten edellytysten olemassaoloon perustuvan kommentin kanssa.

Viranomaispuheessa ainoaksi valtakunnalliseksi jakelukanavaksi määritetään maanpäällinen verkko. Muut jakelukanavat esitetään marginaalisina, mutta viranomaistoimin niistä huolehditaan, jotta eri toimijoilla olisi tasapuoliset toimintaedellytykset. Suuntaus näyttää kuitenkin olevan sellainen, että antenniverkon käyttäjämäärä on vähenemässä. Viranomaispuheen keskittyminen maanpäällisen verkon etujen painottamiseen luo myös näkemyksen, että maanpäällisen verkon ylläpitäminen ja kehittäminen ovat etusijalla. Tämä painotus voi mahdollisesti vaikeuttaa internetin kilpailua television kanssa. Katsomiskokemuksen kannalta nopea ja toimiva verkkoyhteys on internetin käytölle ensiarvoisen tärkeä.

Maanpäällistä televisioverkkoa pidetään edelleen parhaana jakelutienä perinteiselle, lineaariselle televisiosisällöille. Maanpäällisen televisioverkon lähes 99 % peitto, järjestelmän toimintavarmuus ja valmiin verkon kustannustehokkuus ovat merkittäviä kilpailutekijöitä. Vaihtoehtoiset jakelutiet on kuitenkin otettava huomioon, jotta voidaan varmistaa tasapuoliset toimintaedellytykset eri toimijoille.

Puhe määrittää mielestäni varsin selkeästi, miten tulevaisuudessa televisiosisältöjä jaetaan kuluttajille. Tämän linjauksen perusteella siis myös muut televisiotoimijat suunnittelevat oman toimintansa, sillä en näe realistisena vaihtoehtona sitä, että eri toimijat ryhtyisivät rakentamaan omia jakeluverkkojaan. Toisaalta maininta vaihtoehtoisista jakeluteistä kilpailun

edistämiseksi tarjoaa mahdollisesti vaihtoehtoisia kanavia eri toimijoiden käyttöön. Ilmaisuna ”otettava huomioon” jättää kuitenkin vaihtoehtoisten verkkojen kehityksen periaatteessa avoimeksi ja erittäin epämääräiseksi.

Maanpäällisessä verkossa tapahtuva televisiollisten sisältöjen jakaminen on merkittävien muutosten edessä, joka konkretisoituu uusien palvelujen ja jakelukanavien haastaessa perinteisen television. Myös katsojan asema muuttuu, ja hänellä on käytössään entistä monipuolisempi valikoima palveluita ja laitteita, joilla nauttia television sisällöistä.

Jukka Kortin¹¹³ mukaan suomalaiset katsovat televisiota usein rationaalisesti ja turvalliseen ennustettavuuteen tukeutuen. Vaikka lisääntyneen tarjonnan myötä valinnat vaikeutuvat ja valintarutiinit muuttuvat, ihmiset pitävät usein vanhoista tavoistaan kiinni, useat arjen mediakäytännöt ovat muutoksista huolimatta pysyneet muuttumattomina.

Mielestäni liian tiukasti ei kannata pitäytyä tässä näkemyksessä, sillä eri ikäluokilla on lähtökohtaisesti omat rutiininsa, eikä television katselutapa enää periydy, sillä erilaisia vaihtoehtoja on paljon tarjolla. Ikäluokkien sisälläkin saattaa tapahtua ennalta arvaamattomia siirtymiä mediasta toiseen. Puheessa kuitenkin ilmaistaan selkeäsanaisesti perinteisen television olevan aikaisemmasta poikkeavan kilpailutilanteen edessä, samalla mielestäni ilmaistaan kilpailun lisääntyvän, ja nimenomaan palveluiden kautta.

Perinteisen television passiivisuus ilmaistaan useaan kertaan ikään kuin kuluttajien tahtotilana. Ajatuksellisesti tämä voi olla eräs syy, jonka takia nuoremmat katsojat ovat hylkäämässä television. Nuoremman ja vanhemman kuluttajaryhmän välillä on nähtävissä selvä ero kulutustottumuksissa. Jos vanhemman ikäryhmän (>55-vuotiaat) kulutustottumuksia pidetään passiivisuutta arvostavana ja ennustettavissa olevana, nuorempaa katsojaryhmää kuvaa paremmin aktiivisuus ja tietynlainen lojaalisuuden puute mitään mediaa kohtaan.

¹¹³ Kortti 2007, s.361.

Myös nuoremman katsojaryhmän sosiaalinen ryhmytyminen ja julkisuushakuisuus poikkeavat vanhemman katsojaryhmän yksityishakuisuudesta¹¹⁴.

Viestintäalan perinteiset liiketoimintamallit muuttuvat, kun siirrytään internetin liiketoimintamalleihin. Liiketoimintaympäristölle on ominaista nopeatempoisuus, eikä aikaisempaan toimintaan perustuva kilpailuasema enää takaa menestystä tulevaisuudessa. Pelkän sisällön sijasta pyritään tarjoamaan personoituja palveluja, joihin yhdistetään kattavasti sisältöjä, uusia tekniikoita ja palveluja. Toisaalta on huomattava, että vaikka internetin tarjoama sisältö on kasvanut voimakkaasti, markkinoiden rahavirtoja, sisällön tuotantoa, jakelua ja kulutusta dominoi edelleen television perinteiset muodot. Kuluttajan kannalta tarkasteltuna yhtäältä valinnanvaraa on huomattavasti aikaisempaa enemmän, mutta valintatilanteet, uudet tekniset sovellukset ja lisääntyvä tarjonta tuovat mukanaan myös haasteita.

Jukka Kortti¹¹⁵ toteaaakin, että tärkeää televisioon liittyvien uusien teknologioiden haltuunotossa on ollut niiden tarjoama lisäarvo, kuten käytön ja sisällön kuluttamisen helpottuminen. Tässä digi-tv:n lanseerauskin koki pahimmat takaiskunsaa. Digtv:n markkinointiperusteena ollut interaktiivisuusperustelu ei toteutunut, ja näyttää myös siltä, että televisio halutaan joka tapauksessa pitää omana, ennen kaikkea passiivisena medialaitteena. Tätä taustaa vasten teknologisen konvergenssin toteutuminen yhtenä ”metallaitteena” näyttää Kortin mukaan epätodennäköiseltä. Laitekirjo hallitsee elämäämme luultavasti vielä pitkään.

Puheessa tuodaan uudelleen korostetusti esille koko televisiomarkkinan muuttunut ja muutoksessa oleva tilanne, vaikka toisaalta painotetaankin perinteisen televisiotoiminnan valta-asemaa. Muutos sisällöntuotannosta kohti palveluntuotantoa on korostetusti esillä. Kuluttajan valinnanmahdollisuuksien

¹¹⁴ Jenkins 2006, s.19.

¹¹⁵ Kortti 2007, s.358.

korostaminen nousee uudelleen puheeseen, mutta nyt nostetaan esille mahdolliset ongelmat, joita markkinoiden monipuolistuminen voi aiheuttaa. Vaihtoehtona on mielestäni, vaikka sitä ei erikseen mainitakaan, kuluttaa edelleen perinteisen television sisältöjä, jolloin näitä mainittuja ongelmia ei nouse esiin.

Muutoksen seurauksena sääntelyjärjestelmää, johon sisältyvät muun muassa lainsäädäntö ja hallinto, on kehitettävä vastaamaan muuttunutta tilannetta. Kaupallistuminen, internet, mobiliteetti ja monikanavaisuus tiedonvälityksessä ovat viestinnän muutoksen keskeisiä piirteitä. Hyödynnettävissä olevien taajuuksien rajallisen määrän jakoperusteet ja toisaalta lisääntynyt tarjonta lähetyksapasiteetista aiheuttavat muutoksia televisiotoimintaan ja edellyttävät muutoksia myös toimilupajärjestelmään, jotta televisiomarkkinaan saadaan luotua kilpailua.

Janne Seppäsen¹¹⁶ mukaan medioiden sisältöjen digitalisoituminen on vaikuttanut paljon eri medioiden lomittumiseen toisiinsa. Liikkuvaa ja pysähtynyttä kuvaa, ääntä ja tekstiä voidaan yhdistellä entistä vaivattomammin eri jakelukanavien käyttöön. Lehtien toimituksissa saatetaan samasta uutisesta tehdä versio televisioon, internetiin ja paperilehden sivuille.

Mobiilitelevision tulevaisuuteen ei käyttäjien puheessa oteta kantaa, mutta viranomaispuheessa sitä pidetään yhtenä mahdollisena ratkaisuna. Perinteisen television kannalta mobiilitelevisio voi entisestään nopeuttaa nuoremman katsojakunnan siirtymistä vaihtoehtoisten palvelujen pariin.

Televisiotoiminnan nopeaa, ja osin ennalta arvaamatontakin kehitystä kuvaa mobiilin katsomistapahtuman saama vähäinen huomio puheessa. Tuoreimpien tilastojen mukaan mobiili katselu on nopeassa kasvussa ja mobiiliin katseluun soveltuvien laitteiden määrä on nopeassa kasvussa.

¹¹⁶ Seppänen 2005, s.22.

Kuluttajien taktisella tasolla tekemä painopisteen siirto mobiiliin katseluun siis näyttäisi tulleen strategisellekin tasolle yllätyksenä. Tämä kuluttajien toiminta sopii hyvin Michel de Certeau'n kuvaamaan toimintaan, jossa taktisella (kuluttajan) tasolla käytetään hyväksi ”tilaisuuksia”, jossa ylempään (institutionaalisen) tason strategiassa määriteltyjä ehtoja sovelletaankin itselle parhaimmin soveltuvalla tavalla. Siis huolimatta makrotason tarkasta strategiasta televisiosisältöjen kuluttamisesta, mikrotason tekemät ratkaisut voivatkin olla nopeudeltaan, laajuudeltaan ja kohdentumiseltaan yllätyksellisiä ja ristiriidassa strategian kanssa. Makrotason ainoaksi realistiseksi vaihtoehdoksi jääkin strategian uudelleen muotoilu, sillä mobiilin katselun rajoittaminen tuskin tulee kysymykseen. Tämä osoittaisikin Foucault'n ajatuksen yhteiskunnallisten hallinnan strategioiden muodostumisesta paikallisten valtasuhteiden kautta pitävän tässä kontekstissa paikkansa.

Kompetenssidiskurssiin määrittelemiäni markkinakilpailukeinoja, joilla perinteinen televisio voisi vahvistaa asemaansa, ei käsitellä juuri lainkaan. Perinteikkyyys ja konservatiivisuus mainitaan, ja on helppo todeta, että vanhemman katsojaryhmän intressit ovat tässäkin etusijalla.

Perinteisen television uudistusten jäädessä toteutumatta, on hyvin todennäköistä, että nuorempi katsojaryhmä siirtyy käyttämään katalogitelevioiden palveluja. Viranomaispuheessa korostetaankin maksuteleviopalvelujen merkitystä, etenkin palvelujen kehittäjänä. Laajan maksuteleviopalvelun saatavuutta pidetään viranomaispuheessa tärkeänä, ja sen arvioidaan nopeuttavan uuden televisiotekniikan käyttöönottoa. Katalogitelevision laajempi käyttöönotto on todennäköisempää nuoremman (<50 v) katsojaryhmän keskuudessa.

Näkemykset televisiosisällön käytöstä kilpailukeinona ovat ristiriitaisia, sillä käyttäjien mielestä paikallisuus voisi toimia kilpailukeinona, vaikka tutkimukset eivät tuekaan tätä näkökantaa. Myös televisiokanavien erikoistuminen ja

profiloituminen nähdään tulevaisuuden kehitystrendinä ja mahdollisena kilpailukeinona.

Erityisen kritiikin kohteeksi onkin noussut viranomaispuheen tapa määrittää osa kaupallisista televisiokanavista yleisen edun kanaviksi. Tällä määrittelyllä velvoitetaan, että erikseen määrättyjen kaupallisten kanavien on oltava ilmaiseksi kuluttajien saatavilla. Menettely on toki omiaan vahvistamaan perinteisen television asemaa, ja onhan ilmaisen televisiosisällön nauttimisella Suomessa pitkät perinteet. Yleisen edun kanavien määrittelyn kuitenkin arvioidaan vääristävän kilpailua julkisen palvelun Yleisradion ja kaupallisten kanavien välillä. Ongelman keskiössä on televisiotoiminnan rahoitus, sillä YLE toimii yhteiskunnan rahoittamana, kaupallisten kanavien toimiessa liiketoiminnan lainalaisuuksien mukaan.

Laajemmin tarkasteltuna näyttää siltä, että viranomaispuheen asema ja suhde Yleisradioon muodostuu ongelmalliseksi. Viranomaispuheessa korostetaan kilpailun merkitystä, sekä kuluttajan että teknisen kehityksen kannalta, ja pyritään ainakin näennäiseen tasapuolisuuteen eri televisiotoimijoiden suhteen. Tilanteen tekee kompleksiseksi se, että viranomaispuhe ja Yleisradio televisiotoimijana ovat kuitenkin kiinnittyneet samoihin merkityssysteemeihin, molemmat toimivat ikään kuin samasta vallan positiosta.

Viranomaispuheessa konkretisoituu myös eräs perinteisen television tulevaisuuteen liittyvä uhka. Suomessa oli tarkoitus siirtyä televisiolähetysissä jo vuonna 2017 teräväpiirtotekniikkaan. Kotitalouksilla ei kuitenkaan, vanhan vastaanotinkannan vuoksi, ole tähän vielä valmiuksia. Siirtymäaikaa onkin jatkettu maksimissaan vuoteen 2026. Tilanteen niin vaatiessa ajankohtaa voidaan myös aikaistaa eduskunnan päätöksellä. Perinteisen television tulevaisuuden kannalta päätöksen ajankohdalla voi olla kahdestakin syystä ennalta vaikeasti arvioitavissa olevia seurauksia.

Ensinnäkin muutoksen hitaus voi antaa vaihtoehtoisille jakelukanaville kilpailullisen etulyöntiaseman, jos sisältöjen kehitys hidastuu vastaavalla tavalla. Toisaalta pidennetty muutoksen läpivientiaika aiheuttaa ainakin osalle televisiotoimijoista lisäkustannuksia lähetysteknisen päällekkäisyyden takia, koska he joutuvat jatkamaan vanhan tekniikan käyttöä lähetyksissä uuden lähetystekniikan rinnalla. Syntyneet lisäkustannukset siirtyvät tavalla tai toisella kuluttajan maksettavaksi, mikä voi aiheuttaa kuluttajien siirtymistä vaihtoehtoisten, nopeammin kehittyvien ja ehkä monipuolisempien palvelujen käyttöön.

Toinen vaikutus perustuu kuluttajien tekemään tarveharkintaan vastaanottimen uusinnan yhteydessä. Mikäli kuluttaja ei määräaikaan mennessä hanki teräväpiirtoisen lähetyksen vastaanottoon sopivaa laitetta, hänen käytössään olevien palveluiden määrä vähenee ja loppuu kokonaan siirtymäajan lopussa. Laitekannan vaihdon yhteydessä kuluttajat varmasti harkitsevat, millaisella laitteella he jatkavat televisiosisältöjen nauttimisesta. Mikäli perinteisen television houkuttelevuus on siirtymäajan loppuun tultaessa heikentynyt, ajankohta voi aiheuttaa kuluttajien siirtymistä vaihtoehtoisten medioiden käyttäjiksi.

Yksiselitteistä päivämäärää tai vuosilukua perinteisen television ”viimeiselle käyttöpäivälle” on mahdotonta arvioida. Asiantuntijoidenkin arviot poikkeavat toisistaan huomattavasti. Optimistisimmillaan perinteiselle televisiolle arvioidaan koittavan uuden kulta-ajan, kun taas toisessa äärilaidassa ennustetaan perinteisen television katoavan seuraavan kolmen vuoden kuluessa. Näissä arvioissa ei kuitenkaan tarkemmin määritellä, mitä puhuja tarkoittaa perinteisellä televisiolla. Monessa tapauksessa määritelmän käyttäjä tarkoittaaakin televisiosisältöä puhuessaan perinteisestä televisiosta, joissakin tapauksissa puheessa sekoitetaan sekä sisältö- että laitelähtöinen määrittely keskenään.

Foucault'laisen ajattelun mukaan diskurssien järjestymisen näyttäisi muodostavan taittumispuiteidensa kautta kolme erilaista strategiaa, joiden kautta perinteisen television tulevaisuutta rakennetaan.

Ensimmäiselle strategialle on tunnusomaista luja luottamus perinteisen television tulevaisuuteen. Luottamus perustuu television historialliseen asemaan ja kehitykseen. Tyypillisimmillään tätä strategiaa edustaa Ismo Silvo, jonka lausunnon perusteella nimesin strategian ”kulta-ajan strategiaksi”. Perinteisen television uskotaan säilyttävän ja jopa vahvistavan asemaansa tulevaisuudessa. Strategia nojaa myös vakiintuneeseen tapaan nauttia perinteisen television sisällöistä, perhekeskeiseen malliin, jonka katsotaan kykenevän tyydyttämään perustavaa laatua olevia inhimillisiä tarpeita. Myös television katsojien ikäryhmien kehitys voi, ainakin hetkellisesti, palvella tätä strategiaa, sillä tilastojen mukaan yli 65-vuotiaiden kasvava ryhmä kasvattanee edelleen television keskimääräistä katsomista. On toki myös huomattava, että perinteinen televisio on onnistunut kehittämään ohjelmatarjontansa laadullisesti siten, että se houkuttelee television katsojia, etenkin suorien lähetysten äärelle. Myös lisääntynyt kanavamäärä ja sitä kautta lisääntyneet sisällölliset vaihtoehdot ovat tukeneet perinteisen television asemaa. Valmiin ja kattavan jakeluverkon, ja erityisesti sen infrastruktuuriin tehtyjen investointien vaikutusta strategiaa tukevana tekijänä ei pidä aliarvioida.

Toinen strategia, jonka perusteella perinteinen televisio säilyisi, ainakin jossakin muodossa, muotoutuu teknologisin perustein. Sen mukaan televisio ja internet konvergoituisivat siten, että niillä olisi mahdollisesti yhteinen, todennäköisesti selaimen perustuva käyttöliittymä. Sisältöjen osalta konvergenssi olisi kuitenkin maltillinen, ja edelleen tuotettaisiin erikseen televisio- ja internet-sisältöjä. Tätä strategiaa kutsun ”rinnakkais-strategiaksi”. Strategiaa tukee nopeasti kehittyneet internet-yhteydet, ja toisaalta internetin käytöstä on muodostumassa arkipäivää kaikissa ikäryhmissä. Tämän perusteella käyttöliittymän hallinta ja tekniset ominaisuudet eivät enää tulevaisuudessa muodosta osaamisen kynnystä, joka

estäisi strategian mukaisen kehityksen. Mobiilin katselun voimakas kasvu tukee myös tämän suuntaista kehitystä. Strategian ennakoitu kehitys kuitenkin näyttäisi siltä, että perinteinen televisio laitteena lakkaisi olemasta, mutta perinteinen televisiosisältö jatkaisi elämäänsä katselupäätteestä ja jakelukanavasta riippumatta.

Kolmas, ja myös aggressiivisin strategia perustuu television, ja sitä kautta myös perinteisen television nopeaan katoamiseen. Nimesin strategian ”sukupuuttostrategiaksi”, sillä tämän strategian mukaan televisio katoaa lähitulevaisuudessa kokonaan. Strategiaa voimakkaimmin puoltavat lausunnot ovat tulleetkin katalogitelevision edustajien suunnalta, joiden näkemyksen mukaan lineaarinen katselukokemus on tullut tiensä päähän. Strategia perustuu myös konvergenssiin, mutta erona edelliseen on se, että myös sisällöt konvergoituisivat. Strategia vaikuttaa vähintäänkin aikataulunsa osalta liian optimistiselta, niin vankka kannatus perinteisellä televisiolla toistaiseksi on.

Arvioitaessa perinteisen television tulevaisuutta on vielä palattava alussa esitettyyn määritelmään perinteisestä televisiosta. Jos pitäydytään sanantarkassa määritelmässä, on todettava, että määritelmän mukainen perinteisen television aikakausi lähestyy vääjäämättä loppuaan. Katsojatutkimusten tarkastelu johtaa väistämättä johtopäätökseen, että perinteisen television suosio perustuu yli 55-vuotiaiden rutiininomaiseen ja perinteiseen television katsomistapaan. Toisaalta internetin ja mobiililaitteiden käyttö nuoremassa (< 45 vuotta) katsojakunnassa on voimakkaassa kasvussa, joten voi olettaa ainakin television katselemisen perinteiden kokevan voimakkaan muutoksen aivan lähivuosina. Jo nyt 10 prosenttia 18 – 34-vuotiaista ei omista televisiota lainkaan. Tämä voisi tarkoittaa, että perinteinen televisio on myös laitteena häviämässä suomalaisten arjesta.

Osa tutkimuksessa esiin nousseista keinoista, joilla perinteisen television asemaa vahvistetaan, ovat sellaisia, että niiden toteutumisen jälkeen ei enää voida puhua perinteisestä televisiosta, vaikka fyysinen laite sinänsä pysyisi ennallaan.

Television tehtävä on muuttumassa, ja siitä onkin tulossa monen eri median päätelaite, jonka kautta erilaisilla sovelluksilla voidaan nauttia eri sisältöjä. Tässä muutoksessa myös television eri kanaviin perustuva sisällöntarjonta saattaa kokea muutoksen. Jos kuluttajat valitsevat internetin mahdollistaman ei-lineaarisen katsomiskokemuksen, kanavat menettävät merkityksensä.

Television tulevaisuuden kannalta merkittävin asia on se, kuinka pitkälle ja kuinka nopeasti ja millä tasolla television ja internetin konvergenssi etenee. Syrjäytykö jompikumpi tässä kehityksessä, riippuu hyvin pitkälle kuluttajien tekemistä valinnoista. Median toimivuus ja kyky tyydyttää kuluttajan tarpeet nousevat ratkaisevaan asemaan valintapäätöstä tehtäessä.

Television kanavamäärän kasvaminen on koettu eduksi markkinakilpailussa, mutta se voi myös kääntyä televisiota vastaan. Suuresta tarjonnasta on hankala löytää ja valita toivottua sisältöä. Suurin osa katseluajasta voi kulua sisällön etsimiseen. Internet tarjoaa, ainakin toistaiseksi, kuluttajalle paremmat työkalut valintojen tekemiseen, sillä selaimen perustuvat valintatyökalut helpottavat halutun sisällön löytämistä.

Toistaiseksi televisio ja internet on nähty toisiaan täydentävinä vaihtoehtoina. Medioiden konvergoituessa lähitulevaisuudessa toistensa kaltaisiksi on todennäköistä, että toinen käyttötapa marginalisoituu vähitellen. Perinteisen television pitkällä ja ansiokkaalla historialla saattaa olla tässä kilpailussa varsin pieni painoarvo. Television kaltainen katselupäätte saattaa silti löytyä vielä pitkään monen kodin arvokkaimmalta paikalta.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Keskustelu television, oli se sitten perinteinen tai ”modernimpi”, tulevaisuudesta ei ole lainkaan niin vilkasta, kuin meneillään olevasta kehityksestä voisi päätellä. Tämän panin merkille heti tutkimustyön alkuvaiheessa. Ajankohtainen kotimainen keskustelu on hajanaista, ja varsin pitkälle tekniikkaan ja katsojalukuihin painottunutta. Teknisiin ominaisuuksiin painottunut keskustelu ottaa harvoin kantaa koko televisiotoiminnan ketjuun, ja keskustelu onkin keskittynyt enemmän yksittäisten sovellusten television käyttöön tuomaan lisäarvoon. Hetkellinen kasvu keskustelussa koettiin television ja sosiaalisen median yhteen liittämistä. Mutta tuokin keskustelu hiipui varsin nopeasti. Perinteisen television tulevaisuudelle ei todennäköisesti ole hyvä enne, että ihmiset eivät ole siitä kiinnostuneita.

Tutkimukseni tavoitteena oli löytää ajankohtaisesta puheesta television tulevaisuutta rakentavia diskursseja. Ajankohtaisen, aihetta monipuolisesti tarkastelevan puheen löytäminen tuottikin aluksi hieman ongelmia, etenkin kun vilkkain keskustelu näytti kumpuavan amerikkalaisen television tulevaisuudesta. Kulttuurillisten ja televisiotoiminnan erilaisten lähtökohtien takia päätin keskittyä vain suomalaisen perinteisen television tulevaisuuteen. Suomalaisen television traditiot sijoittuvat selvästi eurooppalaisen, julkisrahoitteisen television kontekstiin.

Koska yhteiskunta rahoittaa ja säätelee televisiotoimintaa, halusin, että myös institutionaalinen puhe kuuluisi tutkimuksessa. Tämän kautta Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma konkretisoitui edustajaksi viranomaispuheelle, sillä onhan ohjelma kattava institutionaalisen tason luoma ohjausväline koko suomalaiselle televisiotoiminnalle. Institutionaalisen ohjauksen ja vallankäytön

näkyväksi tekeminen ei kuitenkaan ollut aivan ongelmatonta. Välillä tuntuikin, että viranomaispuheelta puuttui selkeä tahtotila ja kiteytetty näkemys siitä, miten televisiosisältöjä aiotaan Suomessa tulevaisuudessa jakaa. Perinteisen television asemaan uskotaan, koska hieman hajanaisesta kilpailijoiden kentästä ei ole vielä noussut yksiselitteistä haastajaa perinteiselle televisiolle. Perinteisen television asemaa vahvistaa myös olemassa oleva infrastruktuuri, jakelukanava on rakennettu koko maan kattavaksi, eikä vaihtoehtoista ja yhtä laajaa kilpailevaa kanavaa ole olemassa.

Tutkimukselliseksi haasteeksi nousi myös perinteisen television määritelmä. Puheessa perinteinen televisio saattoi tarkoittaa myös ohjelmasisältöä jonkun ”toisen” television ohjelmistossa. Päätin kuitenkin pitäytyä alkuperäisessä määritelmässä, sillä ohjelmasisältöjen kautta tapahtuva perinteisen television määrittely olisi johtanut käytännössä mahdottomaan tehtävään ohjelmasisältöjen tulevaisuuden tulkinnassa. Perinteisen television ohjelmasisältö elää jo nyt ”uutta elämää” remedioituneena monen kilpailevankin vaihtoehdon sisällä. Tässä mielessä perinteinen televisio elää ohjelmasisältöjensä kautta keskuudessamme varmasti niin kauan kuin kuvia tavalla tai toisella katsotaan.

Tulkintani perusteella perinteinen televisiotoiminta luottaa ehkä perusteettomasti katsojamäärien pysyvän vielä ”vuosikymmenien” ajan nykyisellä tasolla. Perinteinen televisio säilyttää toistaiseksi asemansa suurten ikäluokkien turvin, mutta nuorempien katsojaryhmien siirtyminen muiden medioiden käyttäjäksi on jo käynnissä oleva prosessi. Nuoret katsovat jo nyt televisiosisältöjä merkittävässä määrin internetin ja mobiililaitteiden kautta. Mobiili katselu näyttäisi lisääntyvän kohtuullisen nopeasti. Mobiililla katsomistapahtumalla on todennäköisesti vaikutusta myös sisältöihin. Ajan ja paikan suhteen pirstaloitunut katsomistapahtuma ja tyhjien hetkien ajanvietteeksi haettu sisältö suosinevat lyhyttä, YouTube-tyyppistä ilmaisua. Mielenkiintoiseksi tutkimusaiheeksi voisikin nousta mobiilin katsomistavan vaikutus käytetyn televisiosisällön valintaan ja tuottamiseen.

Television perinteinen perhekeskeinen rooli on myös muuttumassa. Useat eri katsomispäätteet ja -tavat hajauttavat paitsi katsomistapahtumat, mutta myös katsomispaikat. Tulevaisuudessa television ääreen ei enää keräännytä hakemaan yhteistä kokemusta, vaan television sosiaalisuus koetaan entistä enemmän verkon ja sosiaalisen median kautta. Tämä laajentaa yhteisöllisyyden kokemuksen perinteisen olohuonekeskeisen katselun ulkopuolelle. Toinen mielenkiintoinen tutkimusalue voisikin hahmottaa katsomiskokemuksen muutoksen ja yhteisöllisyyden uuden kokemuksen kautta.

Kuluttajakäyttäytymisen ennakointi muodostunee tulevaisuudessa entistä vaikeammaksi. Todennäköisesti nähdään nopeita ja yllättäviäkin siirtymiä mediasta toiseen. Näitä siirtymiä mahdollistaa ja rytmittää tekninen kehitys ja uusien sovellusten käyttöönotto. Paikalleen jääneen perinteisen television kilpakumppanit kehittyvät nopeasti, ja niiden menestymisen edellytys on jatkuva kehitys ja uudistuminen.

Institutionaalinen televisiotoiminnan säätely vaikuttaa perinteisen television asemaan. Sähköisen median viestintäpoliittisen ohjelman vaikutus näyttäisi tukevan perinteisen television asemaa etenkin jakeluverkon ylläpidon ja kehittämisen osalta. Myös siirtyminen teräväpiirtokuvaan on perinteisen television sisältöjen kannalta hyvä ratkaisu. Perinteisen television ohjelmajainotukset tulevaisuudessa keskittyvät suoriin ohjelmiin, joita ovat erilaiset tapahtumat ja urheilu. Tämänkaltaisen ohjelmasisällön katselussa erinomaisesta kuvanlaadusta on varmasti etua, etenkin kun trendinä on, että esimerkiksi suuret urheilutapahtumat suunnitellaan erityisesti televisionkatsojaa palveleviksi.

Niin Foucault, de Certeau kuin Jenkins korostavat taktisella tasolla tapahtuvien muutosten vaikutuksia strategiaan. Jenkins näkee konvergenssin toteutuvan kahdensuuntaisena prosessina mediayhtiöiden ja kuluttajien välillä. Vaikka mukaan otetaan institutionaalinen toimija, joka strategiallaan pyrkii ennakoimaan

markkinakentässä tapahtuvia muutoksia, kuluttajakäyttäytymisen merkitys säilyy edelleen suurena. Institutionaalinen toimija voi toki määritellä kentän jossa pelataan, mutta kuluttajat valinnoillaan määrittelevät, mihin kohtaan kenttää peli tarkalleen ottaen sijoittuu.

Riittääkö perinteisen television kuluttajien mielenkiinnon ylläpitämiseen pelkkä äänen- ja kuvanlaadun parantaminen, jää nähtäväksi. Musiikin saralla Spotifyn kaltaiset musiikin suoratoistopalvelut ovat periaatteessa jo nyt syrjäyttäneet CD-levyn markkinoilta, vaikka useimmat näistä suoratoistopalveluista tarjoavat äänenlaadullisesti selvästi huonolaatuisempaa musiikkia kuin CD-levy.

Hinnan, saatavuuden, helppouden, mobiiliuden sekä palvelun toimivuuden ja kattavuuden onnistuneella yhdistelmällä kyettiin luomaan kuluttajalle tarjous, josta ei voinut kieltäytyä. On vain ajan kysymys, koska joku perinteisen television kilpailijoista tekee vastaavan tarjouksen kuluttajille.

LÄHTEET

- Aaltola, J.;& Valli, R. (2010). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II, 3. uudistettu ja täydennetty painos*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Alhanen, K. (2007). *Käytännöt ja ajattelu Michel Foucault'n filosofiassa*. Helsinki: Gaudeamus University Press.
- Bolter, J. D.;& Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Bourdieu, P. (1999). *Televisiosta*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- de Certeau, M. (1990). *Arkipäivän kekseliäisyys I tekemisen tavat*. Tampere: niin & näin.
- Elfving, S.;& Pajala, M. (2011). *Tele-visioita*. Helsinki: Gaudeamus University Press.
- Fairclough, N. (1997). *Miten media puhuu*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.
- Finnpanel. (2015). *Television katselu Suomessa 2014*. Helsinki: Finnpanel verkkojulkaisu.
- Foucault, M. (1966/2010). *Sanat ja asiat. Eräs ihmistieteiden arkeologia*. Helsinki: Gaudeamus University Press.
- Foucault, M. (1969/2005). *Tiedon arkeologia* (Toinen painos p.). Tampere: Vastapaino.
- GIGAOM. (21. Heinäkuu 2013). *gigaom.com*. (J. Roettgers, Toim.) Haettu 10. Lokakuu 2014 osoitteesta gigaom media podcasts:
<https://gigaom.com/2013/07/21/forget-second-screen-apps-today-the-tv-is-the-second-screen/>
- Gunter, B. (2010). *Television versus the internet. Will TV prosper or perish as the world moves online?* Oxford: Chandos Publishing.

- Heikkinen, V.;Voutilainen, E.;Lauerma, P.;Tiililä, U.;& Lounela, M. (2012). *Genreanalyysi - tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus Oy.
- Helsingin Sanomat. (14. Syyskuu 2013). *hs.fi/talous*. (A.-L. Kauhanen, Toim.)
Haettu 19. Marraskuu 2014 osoitteesta HS:n verkkouutiset:
<http://www.hs.fi/talous/a1379060935350>
- Herkman, J. (2001). *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, J. (2005). *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avioliitto*. Tampere: Vastapaino.
- Hietala, V. (1996). *Ruudun hurma. Johdatus tv-kulttuuriin*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hietala, V. (1996). *The end. Esseitä elävän kuvan elämästä ja kuolemasta*. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu Oy.
- Hufvudstadsbladet. (27. Maaliskuu 2007). Om tio år finns inga tv-kanaler. *Hufvudstadsbladet*.
- HurraaKerkko.com. (29. Kesäkuu 2012). *HurraaKerkko.com-nörttiblogi*. Haettu 14. Tammikuu 2013 osoitteesta Kuukauden digilluusio: Television tulevaisuus: <http://hurraakerkko.com/2012/06/29/kuukauden-digilluusio-television-tulevaisuus/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jokinen, A.;Juhila, K.;& Suoninen, E. (1993). *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A.;Juhila, K.;& Suoninen, E. (1999). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino.
- Kokkonen, P. (26. Maaliskuu 2013). *iab.finland*. Haettu 12. Tammikuu 2014 osoitteesta iablogi: <http://www.iab.fi/iablogi/television-tulevaisuus.html>
- Kortti, J. (2007). *Näköradiosta digiboksiin. Suomalaisen television sosiokulttuurinen historia*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Kusch, M. (1991). *Tiedon kentät ja kerrostumat- Michel Foucault'n tieteen tutkimuksen lähtökohdat*. Oulu: Kustannus Pohjoinen.

- Liikenne- ja viestintäministeriö. (2012). *Sähköisen median viestintäpoliittinen ohjelma*. Helsinki: LVM.
- Metsämuuronen, J. t. (2006). *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Mörä, T.; Salovaara-Moring, I.; & Valtonen, S. (. (2004). *Mediatutkimuksen vaeltava teoria*. Helsinki: Gaudeamus.
- Netflix. (25. Huhtikuu 2013). *Netflix long term view*. Haettu 18. Marraskuu 2014 osoitteesta Netflixin sivusto: <http://ir.netflix.com/long-term-view.cfm>
- Puurtinen, T. (17. Toukokuu 2013). *Helsingin Sanomat*. Haettu 10. Helmikuu 2014 osoitteesta Radio ja TV: <http://www.hs.fi/radiotelevisio/a1368678248830>
- Radio Moreeni. (13. Marraskuu 2012). Aivoriini. *Ajankohtaisohjelma television tulevaisuudesta*. (L. Peräsalo, Toim.) Tampere.
- Sederholm, H. (2000). *Tämäkö taidetta?* Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Seppänen, J. (2005). *Visuaalinen kulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Silvast, A. (13. Syyskuu 2013). *Yhteisömanageri.fi*. Haettu 22. Huhtikuu 2014 osoitteesta Työn alla television tulevaisuus: tunteet vastaan aito keskustelu: <http://www.yhteisömanageri.fi/2013/09/tyon-alla-television-tulevaisuus.html>
- Taloustutkimus Oy. (2014). *Koti & TV-tutkimus 2014 tutkimusraportti*. Helsinki: TeliaSonera uutishuone.
- Viljanen, K. (27. Huhtikuu 2013). *Televisio on kuollut. Eläköön televisio!* Haettu 17. Tammikuu 2015 osoitteesta kimviljanen.fi: <http://kimviljanen.fi/2013/televisio-on-kuollut-elakoon-televisio/>
- Williams, R. (1974). *Television. Technology and cultural Form*. Hanover: University press of New England.
- von Clausewitz, K. (1924/1981). *Sodasta* (Toinen, tarkistettu painos p.). Juva: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Yleisradio Oy. (4. Toukokuu 2013). Ajankohtainen Ykkönen. *Keskusteluohjelma television tulevaisuudesta*. (H. Peltonen, Toim.) Helsinki.

- Yleisradio Oy. (20. Syyskuu 2014). *Yle uutiset Yle.fi*. (K. Haakana, Toim.)
Haettu 19. Marraskuu 2014 osoitteesta Blogi:
http://yle.fi/uutiset/kari_haakana_tv-kanavien_hidas_kuolema/6840395
- Ylävaara, J. (1. Lokakuu 2013). *Television muistoa kunnioittaen*. Haettu 11.
Helmikuu 2014 osoitteesta Digitalist blogikirjoitus:
<http://digitalistnetwork.com/television-muistoa-kunnioittaen/>