

# KIRJAT

## KOLMOSKANAVA – AIDOSTI KAUPALLIS- TA TELEVISIOTA

Heikki Hellman (2012) *Koko illan ilo? Kolmoskanava ja television kaupallistuminen Suomessa*. SKS, Helsinki, 432 s.

Kolmoskanavan kolmiologo ja lupaus uudenlaisesta viihhteellisestä televisiokanavasta uudistivat suomalaista televisiomaismaa 1980–1990-lukujen vaihteessa Etelä-Suomen suurista kaupungeista alkaen. Heikki Hellman tarjoaa kokonaisanalyysin kanavan historiasta tutkimuksessaan *Koko illan ilo? Kolmoskanava ja television kaupallistuminen Suomessa*. Teoksen yläotsikko siteeraa kanavan iskulausetta. Parhaiten Kolmoskanava varmaan muistetaan viihdeohjelmista kuten *Hyvät herrat*, *Megavisia*, *Speden spelit* ja *Kauniit ja rohkeat*. Kanavan merkitys suomalaisen televisiokentän uudistajana ulottuu kuitenkin niitä syvemmälle. Kolmoskanavan historia auttaa ymmärtämään myös nykyistä suomalaista televisioympäristöä.

Hellmanin tutkimus edustaa instituutiohistoriaa. Hellman käsittelee kolmannen televisiokanavan perustamiseen johtaneita pohdintoja perustajayhtiöissä (YLE, MTV ja Nokia), aiheeseen liittynyttä julkista keskustelua, poliittista päätöksentekoa, kanavan perustamista ja toiminnan peruslinjoja muun muassa ohjelmiston, yleisöjen ja mainosmyynnin näkökulmista. Hän tarkastelee myös kanavan siirtymistä MTV:n omistukseen ja valmistautumista vuoden 1993 kanavauudistukseen. Tutkimus siis kattaa Kolmoskanavan historian hyvinkin yksityiskohtaisesti. Myös tutkimuksen aineisto on poikkeuksellisen laaja. Se koostuu Yleisradion ja MTV:n arkistojen dokumenteista (kokouspöytäkirjat ja Kolmoskanavan valmisteluun liittyvät aineistot), aihetta käsittelevästä sanomalehtikirjoittelusta, Kolmoskanavan ohjelma- ja katsojalukutiedoista sekä Yleisradion, MTV:n, Nokian ja Kolmoskanavan toimijoiden haastatteluisista. Kanavan taustayhtiöistä vain Nokian

arkistot eivät ole olleet tutkijan saatavilla. Kolmoskanavan lyhyestä taipaleesta onkin syntynyt mittava teos. Kanava esitti ohjelmaa joulukuusta 1986 joulukuuhun 1992.

Kysymys kolmannen televisiokanavan perustamisesta herätti aikanaan voimakasta väittelyä, jonka henki on tiivistetty kirjassa väliotsikoksi ”Kaikki vastustivat” (s. 13). Nykyisen kanavapaljouden keskellä tuntuu hauskalta, miten epäilevästi monet suhtautuivat siihen, oliko Suomessa ylipäättään tarvetta kolmannelle televisiokanavalle. Hellman tuo esille myös oman roolinsa hankkeen kriitikkona: vuonna 1986 hän kirjoitti *Helsingin Sanomiin* kolumnin, jossa hän epäili, että uudelle kanavalle asetetut kulttuuripoliittiset tavoitteet kotimaisen ohjelmatuotannon tukemisesta ja alueellisen ja kielellisen tasa-arvon lisäämisestä jäisivät toteutumatta. Hän ennusti, että kanava tarjoaisi lähinnä kaupallisesti kannattavaa amerikkalaista ohjelmaa suurille yleisöille suurissa asutuskeskuksissa. Nyt Hellman arvioi, että Kolmoskanava suurelta osin toteutti niin siihen kohdistuneet toiveet kuin epäluulotkin. Kanavan tutkimiseen häntä on motivoinut sen kiistatta suuri merkitys suomalaisen yleisradiotoiminnan historiassa. Hellman esittää, että vaikka Suomessa oli ollut kaupallisia televisioyhtiöitä jo 1950-luvulta alkaen, vasta Kolmoskanava muodosti lähtölaukauksen ”puhtaasti” kaupalliselle televisiolle.

Kolmostelevisiion perustajayhtiöillä Yleisradiolla, MTV:llä ja Nokialla oli kaikilla omat tavoitteensa kanavaa varten. Yleisradiota ja MTV:tä yhdisti joukko haasteita. Ne molemmat halusivat turvata taloutensa ja suojella asemiaan uusia kilpailijoita vastaan. Tällaisina näyttäytyivät videot, ulkomaiset kaapeli- ja satelliittikanavat sekä suomalaisten lehtiyhtiöiden kaapelikanavat. Lisäksi Yleisradio tahtoi ylläpitää johtavaa asemaansa suomalaisella televisiokentällä ja turvata rahoituspohjansa. MTV puolestaan pyrki säilyttämään tv-mainosmonopolinsa. Kolmoskanavan perustamiskeskustelujen kautta se alkoi hiljalleen tavoitella omaa toimilupaansa ja kanavaansa. Kolmas perustajayhtiö Nokia oli kiinnostunut kehittämään maksu-tv-dekooderi-laitteita. Kyseisiä lait-

teita olisi tarvittu, jos Kolmoskanavasta olisi tullut alkuperäisten suunnitelmien mukaan osin maksullinen. Nokian piilotavoitteena lienee ollut myös edesauttaa Yleisradion televisiomonopolin päättymistä.

Hellmanin tutkimuksen argumentti on, että Kolmoskanava oli "television kaupallistumisen keskeinen moottori Suomessa" (s. 21). Nykynäkökulmasta Kolmoskanavaa onkin antoisaa tarkastella siitä perspektiivistä, miten nykyisen suomalaisen televisiokulttuurin normalisoituneet piirteet tulivat Suomeen ja millaista kamppailua niistä käytiin.

Yksi Kolmoskanavan esittelemä uutuus oli päivittäin toistuviin vakio-ohjelmiin perustuva ohjelmakaavio, joka toimi television ohjelmasuunnittelun perustana. Ensimmäisenä Suomessa Kolmoskanava pyrki rakentamaan selkeänä toistuvan ohjelmistokaavion, jossa ohjelmisto nähtiin sarjoina ja blokkeina. Ohjelmistolle antoivat ryhtiä päivittäin toistuvat vakio-ohjelmat. Kanavan ohjelmakartta perustui kohderyhmäajatteluun. Erilliset ohjelmablokit oli suunniteltu oletetun yleisön iän ja sukupuolen mukaan. Oppia ohjelmistosuunnitteluun saatiin italialaisesta ja amerikkalaisesta televisiosta. Yhdessä mainostoimistojen kanssa tavoitteeksi oli asetettu lukujärjestyksen kaltainen, helposti muistettava ohjelmakaavio. Tavoite ei kuitenkaan toteutunut täydellisesti, eikä se ollut tarpeenkaan tilanteessa, jossa kilpailevaa ohjelmaa tuli vain parilta kanavalta. Hellmanin mukaan ohjelmakaavion vakiintumattomuutta selitti testaamisen tarve, ohjelmien vaihtuminen ja muiden tv-kanavien väistäminen. Yleisradio ja MTV olivat vuosikymmeniä koordinoineet ohjelmistonsa niin, ettei ohjelmien välille syntyisi voimakasta kilpailua. Myös Kolmoskanavan oli määrä välttää kilpailua tarjoamalla ohjelmaa, joka poikkeaisi muiden kanavien samanaikaisesta tarjonnasta. Kolmoskanavan ohjelmakaaviossa vahvoja ohjelmia pyrittiinkin sijoittamaan aikoihin, jolloin muilta kanavilta tuli pienen yleisön ohjelmaa. Esimerkiksi Yleisradion pääuutisia Kolmonen ei yrittänytkaan haastaa. Ohjelmien tasolla Kolmoskanavan tuomia uutuuksia olivat muun muassa kasvanut elokuva- ja sarjatarjonta, vanhojen sarjojen nostalgiauusinnat, aamuohjelma *Huomenta*

*Suomi*, formula-kilpailut, NHL-jääkiekko sekä päivittäissaippua *Kauniit ja rohkeat*.

Toinen Kolmoskanavan edistämä muutos oli riippumattoman tuotantosektorin kasvu. Nykyään valta-osa suomalaisista televisio-ohjelmista tuotetaan itsenäisissä tuotantoyhtiöissä. Ennen Kolmoskanavan perustamista Yleisradio ja MTV tuottivat kuitenkin ohjelmia pääasiassa itse. Viestintäpolitiikka alkoi 1980-luvulla suosia tuotantorakenteen monipuolistamista. Tuotantorakenteen uusimisen toivottiin sekä tuovan säästöjä että monipuolistavan sisältöjä. Kolmoskanavalle asetettiin vaatimus, että 20 % sen ohjelmistosta tuli koostua suomalaisesta ulkopuolisilta tuottajilta tilatusta sisällöstä. Kolmoskanavan myötä Suomessa perustettiin paljon uusia tuotantoyhtiöitä. Tärkeimpien yhtiöiden johtohahmoilla oli pitkä kokemus televisiotyöstä YLE:n ja MTV:n kanavilta ennen yksityisiksi yrittäjiksi siirtymistä (mm. TTAM Todayn Timo T. A. Mikkonen, Spede Yhtiöiden Spede Pasanen ja VipVisionin Jarmo Porola). Ohjelmaehdotuksia pyytäessään Kolmoskanava toivoi "ohjelmatyyppejä, joita muilla kanavilla ei ole" (s. 251). Tuotantoyhtiöiden taloudellinen asema oli haastava, sillä Kolmoskanava maksoi ohjelmista vasta televisioesityksen jälkeen. Kolmoskanavan ohjelmistobudjetit tai tilaussopimukset eivät ole säilyneet kokonaisuudessaan, mutta kanava näyttää hankkineen ohjelmansa YLE:ä ja MTV:tä halvemmalla. Joka tapauksessa ohjelmien tilaaminen oli kanavalle suuri panostus. Halvinkin kotimainen viihdeohjelma maksoi vähintään kahdeksan kertaa enemmän kuin korkeilla tuotantoarvoilla varustetun amerikkalaisen ohjelman esitysoikeudet.

Kolmostelevisiion historia kytkeytyy suomalaisen viestintäpolitiikan liberalisoitumiseen ja markkinoitumiseen, jossa yleisöt mielletään kuluttajiksi ja mediayhtiöt voittoa tavoitteleviksi liikeyrityksiksi. Hellmanin mukaan suomalaista yleisradiopolitiikkaa on luonnehtinut taloudellinen pragmatismi, jossa yleisradiotoiminnan taloudellisen perustan varmistamiselle on annettu "ylikorostettu" asema (s. 58). Tämä näkyi myös Kolmoskanavan perustamisessa. Yleisradio hyötyi MTV:stä taloudellisesti mutta ei

halunnut antaa MTV:lle enemmän parhaan katseluajan ohjelmatilaa. Näin ollen oli käytännöllistä perustaa uusi kanava, jolle mainoksia voitiin sijoittaa. Samalla MTV ja Nokia käyttivät Hellmanin mukaan tietoisesti Kolmostelevisiota keinona liberalisoida suomalaista yleisradiopolitiikkaa. Yhtiöiden tavoitteet toteutuivat vaihtelevasti. Yhteisellä kanavallaan Yleisradio ja MTV onnistuivat hidastamaan muiden kilpailijoiden nousua suomalaisella televisiokentällä. Myös MTV sai lopulta oman kanavansa. Yleisradion pyrkimys suojella omaa johtoasemaansa sen sijaan ei onnistunut. MTV:n ja Nokian tavoite Yleisradion monopoliaseman murtamisesta toteutui vuoden 1993 kanavaudistuksessa.

Voi myös kysyä, mitkä Kolmoskanavan tuomat muutokset eivät jääneet pysyviksi. Yksi tällainen oli Yleisradion katsojaosuu- den romahdus suhteessa MTV3:een vuoden 1993 kanavaudistuksessa. MTV3 peri Kolmoskanavalta valmiin kaupallisen kanavan ohjelmistorakenteen, lisäsi siihen vanhat MTV-suosikit ja nousi heti perustamisensa jälkeen katsojatilastojen voittajaksi. Tuolloin kaupallisen television olisi voinut kuvitella syrjäyttävän pysyvästi Yleisradion kanavat

suosiossa. Yleisradio onnistui kuitenkin parantamaan asemiaan muun muassa omaksumalla joitain kaupallisen television esittelemiä käytäntöjä kuten kaaviolähtöisen ohjelmistosuunnittelun.

Hellman on täyttänyt suuren aukon suomalaisen mediahistorian tutkimuksessa. *Koko illan ilo?* on oleellista luettavaa kaikille, jotka haluavat ymmärtää 1980–1990-lukujen suomalaista mediamaisemaa. Teos sisältää hyödyllisiä analyysyjä paitsi televisiohistorian parissa työskenteleville myös yleisemmin viestintäpolitiikasta kiinnostuneille. Myös jatkotutkimusaiheita löytyy runsaasti. Esimerkiksi television yksityisen tuotantosektorin kehittyminen Suomessa vaatii lisätutkimusta. *Koko illan ilo?* on selkeästi jäsennelty ja kirjoitettu, ja lukujen loppuyhteenvedot kaavioineen summaavat keskeiset argumentit kätevästi. SKS on kustantanut tutkimuksen komeana, värikuvitettuna kovakantisena kirjana. Kolmoskanava ei omalla aikanaan nauttinut suurta kulttuurista arvostusta, ja onkin ilahduttavaa, että se on tutkimuskohteena saanut näin arvokkaan kohtelun.

**Mari Pajala**