

Tulevaisuuden televisio kotimarkkinoilla

Suomalainen televisio täytti hiljan neljäkymmentä vuotta. Ainakin kaksi sukupolvea suomalaisia on varttunut sen loimussa. Vain harvoin enää kuulee viittauksia "televisiosukupolveen" erotuksena niistä, jotka kasvoivat kurinalaisimmissa oloissa. Kukapa ei kuuluisi televisiokansaan. Jokainen on osa jotain yleisösegmenttiä, ja jokaisella televisiosukupolvella on kullakin omintakeinen televisiosuhteensa.

Syntymäpäivänsä aikaan suomalainen televisio on kuitenkin usein saanut kuulla, että se tulee nykymuodossaan häviämään. Perinteisen analogisen television aika on loppumassa, ja sen korvaa digitaalitelevision. Saman viestin ovat saaneet Euroopan ja muiden kehittyneiden maiden televisiot. Yhdysvalloissa annettiin jopa selvä loppupäivämäärä: sikäläinen viestintäviranomaisen FCC ilmoitti, että 2006 kerätään analogiset televisioluvat pois. Selvä merkki analogisen television lopun alulle oli annettu.

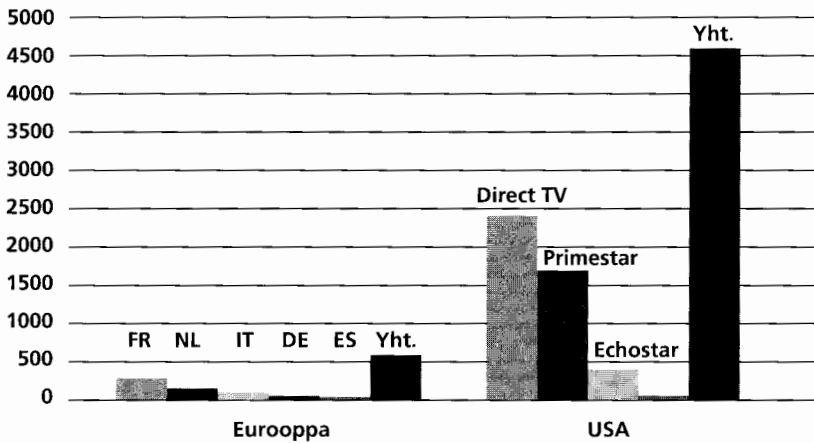
Digitaalitelevision tulee vauhdilla

Digitaalitelevision on satelliittivälitteisenä toiminut markkinoilla jo lähes pari vuotta USA:ssa. Sikäläinen DirecTV aloitti 1995 ja on saanut tilaajaluvuissa jonkin verran etumatkaa muutamaan kilpailijaansa. Tosin paraikaa amerikkalaisen satelliittitaivaan uusjaosta käydään kovaa kilpaa DirecTV:n, Primestarin ja Echostarin kesken. Murdoch yrittää nyt myös sitä kautta vallata USA:n joka kodin markkinoita.

Euroopassa satelliittivälitteinen digitaalitelevision on toiminut jokseenkin vuoden. Huhtikuussa 1996 aloitti Ranskassa Canal Plusin Canalsatellite toimintansa, ja se on nyt levinnein digitaalitelevision palvelu Euroopassa. Lisäksi Canal Plus on enemmän tai vähemmän suoraan mukana Espanjan ja Hollannin (entisen Netholdin) digitaalisatelliittihankkeissa. Eniten huomiota Euroopassa on kuitenkin saanut Kirchin DF1 digitaalisatelliitin epäonnistunut aloitus. Se kun ei ole alkuunkaan saavuttanut tavoitteellisia tilaajamääriä ensimmäisen toimintavuoden aikana valtaisasta ohjelmien esitysoikeuksien ostoista ja markkinointikampanjasta huolimatta. Saksalaisen mediarytysjätin Kirchin-Groupin rahojen on epäily loppuvan aikanaan, erityisesti sen jälkeen kun Murdockin BSkyB vetäytyi yhteistyöstä. BSkyB:n oman digitaalisatelliittihankkeen yksityiskohtia onkin odotettu julkisuuteen. Luvassa on vuonna 1998 alkava 200 kanavan paketti.

Digitaalisatelliittien tilaajat Euroopassa ja USA:ssa

1.000 liittymää 2/97 (Lähde : YLE)



Puolisen miljoonaa digitaloutta Euroopassa

Euroopassa siis digitaalisatelliittitelevisio on jo aloittanut Ranskassa, Espanjassa, Italiassa, Saksassa ja Hollannissa. Kaiken kaikkiaan niillä on yhteensä runsaat puoli miljoonaa tilaajakotitaloutta asiakkanaan, kun vastaava asiakaskanta USA:n digitaalisatelliitteilla on neljä ja puoli miljoonaa. Pohjois-Euroopassa ja Isossa-Britanniassa ollaan pisimmällä maanpäällisen digitaalitelevision suunnittelussa. Erityisesti Isossa-Britanniassa lainsäädännöllinen perustyö on tehty, ja säätelyviranomaisen ITC valmistautuu lähikuukausina myöntämään toimiluvat kolmen kaupallisen maanpäällisen digitaalikanavan käytölle. Isossa-Britanniassa sekä poliittinen että kaupallinen sitoutuminen maanpäällisen digitaalitelevision toteutukseen on suuri. Sen uskotaan antavan uutta elinvoimaa brittiläiselle televisiolle kansainvälisestikin vertaillen, ja tulevaisuuden maanpäällinen digitaalitelevision esitetäänkin suunnitelmien valossa yhtenä brittiläisen osaamisen ja kilpailukyvyyn näyteikkunana. Palvelut Isossa-Britanniassa on tarkoitus aloittaa 1998 kesään mennessä.

Ruotsi ja Suomi ovat eurooppalaisittain myös pitkällä maanpäällisen digitaalitelevision suunnittelutyössään. Molemmissa maissa valmistaudutaan paraikaa kolähetyksiin, ja digitaalisten televisioverkkojen rakentamiseen 1998, jolloin ensimmäisten digitaalitelevision palveluiden on myös tarkoitus käynnistyä. Suomessa perustettiin talvella 1997 liikenneministeriön johdolla digitaalisen television valmistelua edesauttava projektiryhmä, johon kuuluvat kaikki kotimaiset televisioyhtiöt, Nokia sekä telehallintokeskus. Yleisradion hallintoneuvosto käsittelee yhtiön ensimmäistä perusteellista digitaaliteleviointia koskevaa suunnitelmaa toukokuussa 1997.

Aikanaan maanpäällinen digitaaliteleviointi tulee tietysti jokaiseen Euroopan maahan, noin viidentoista-kahdenkymmenen vuoden kuluttua. Siirtymäkauden alkuvuosina Euroopan maat näyttävät jakaantuvan kuitenkin yhtäältä satelliittija toisaalta maanpäällisiin markkinoihin. Erityisesti Ison-Britannian kokemukset ratkaisevat, kuinka nopeasti maanpäällinen digitaaliteleviointi saa kiinnostavuutta laitevalmistajien ja kuluttajien keskuudessa. Siksi kaikkialla seurataankin kiinnos-

tuksella kuuden sikäläisen maanpäällisen digitaalikanavan eli multipleksin lanseerausta vuosien 1998-1999 aikana. Näillä brittiläisillä kokemuksilla tulee olemaan vaikutuksensa myös Suomessa digitaalisen maanpäällisen television etene- miseen.

TV + PC = PCTV

Maanpäällisen digitaalitelevision kehitysnäkymät ovat innoittaneet kaikki suuret laitevalmistajat ja ohjelmistotalot valtaisaan visiointiin. Uusitaanhan ennen pit- kään kaikki televisiovastaanottimet. Lisäksi digitaalitelevio vie informaatiovalta- tien käytännössä joka kotiin. Tarvitaan uusia jokamiehen ohjelmistoja, katsojat interaktivoituvat, kaukosäätimestä kasvaa verkkokaupan tilaussauva. Laite-, oh- jelmisto- ja verkkopalvelutaloille avautuvat ennen näkemättömät kasvumarkki- nat. Tähän kehitysnäkymään viitataan usein (tosin epämääräisesti) ”yhdentymise- nä”, millä tavallisimmin tarkoitetaan viestinnän teknologisen perustan samanlais- tumista. Erilaiset viestintäpalvelut ja -toimialat rakentuvat tulevaisuudessa sa- manlaiselle digitaali- ja tietoteknologialle. Televisiosta tulee tietokone, tai päin- vastoin. Ja yleisradiotoiminnasta tulee verkkoviestintää, tai päinvastoin. Jos ja kun näin tapahtuu, on syytä kysyä, entä sitten?

Mitä digitaalitelevision tuleminen oikeastaan lupaa? Tunnetusti se lupaa run- saasti lisääntyvää valinnaisuutta (kanavat moninkertaistuvat, voit valita ohjelma- pankeista katsottavasi), vuorovaikutteisuutta (televisoruudulta pääset verkkoi- hin, erityisesti internetiin ja ainakin ostoksille), teknistä huippulaatua (laajakuvi- neen ja cd-äänineen). Sen signaali on paremmin salattavissa, ja siksi sen avulla voivat kohdentuvat ja maksulliset palvelut paremmin tavoittaa kotitalous- tai yri- tysasiakkaat.

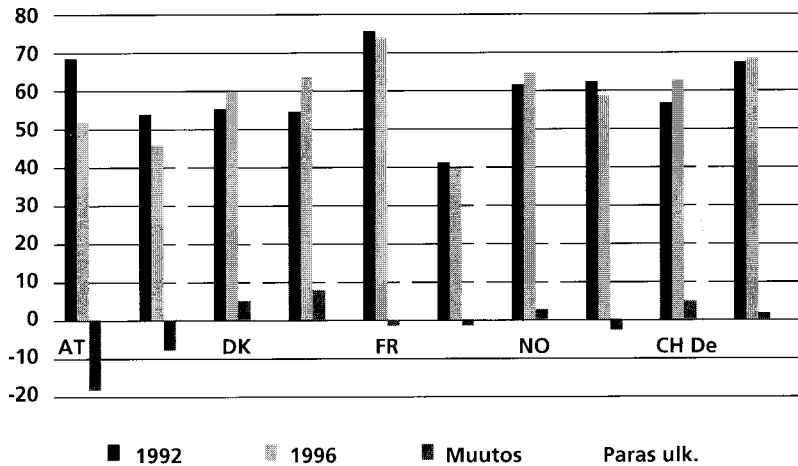
Hankaluutena pohdintoissa on, että digitaalitelevision myötä melkein mikä tahansa näyttää käyvän mahdolliseksi. Visionäärit eivät siis rajoitu puhumaan pel- kästään televisiosta niin kuin sen olemme käsittäneet edellisten neljän vuosikym- menen aikana, vaan innokkaimmat etenevät esitelmöimään televisionimikkeen alla audiovisuaalisen joukkoviestinnän lisäksi verkkoviestinnästä, tietopalveluista, datasiirrosta ja sähköisestä printtimediasta. Erityisesti viestintäteknologiasta in- nostuneessa Suomessa kaiken kattava viestintäkehitysvisionointi on yleinen harras- tus. Varmaa kuitenkin on, että viestintäpalveluiden käyttö on niin voimakkaasti kulttuurikäyttäytymistä, ettei teknologinen yhdentymismahdollisuus merkitse käyttöyhdentymistä. Ainakaan vielä pitkään aikaan. Siksi onkin syytä rajoittaa tarkastelemaan tulevaisuuden digitaalitelevioita laitteena tai palveluna, joka kasvaa globaalien teknologiakehityksen ja (pääosin kansallisen) kulttuurin väli- maastossa, osin niiden keskinäisesti jännitteisen puristuksen paineessa. Luultavas- ti siten on tulevaisuudenkin television omin luonne parhaiten ymmärrettävissä.

TV on kasvuala Suomessakin

Suomessa televisio on ollut kasvuala 90-luvulla sekä taloudellisesti että ajankäy- töllisesti. Suomalaiset ovat katsoneet televisiota sitä kauemmin, mitä runsaammin uusia ohjelmistoja heille on tarjottu. Silti suomalaiset 150 minuutin päivittäisellä annoksellaan katsovat televisiota lähes vähiten eurooppalaisista. Vain saksankie- liset sveitsiläiset ovat pidättyvämpiä television katselijoita kuin suomalaiset.

Pääkanavien (TV) tavoitavuuden kehitys 1992-1996

% väestöstä päivittäin



Lähivuosien kasvava kotimainen tarjonta (nelosverkko sekä uudet digitaali-palvelut) lisännee suomalaisten keskimääräistä päivittäistä television katseluaikaa seuraavan viiden vuoden aikana puolisen tuntia. Silloinkaan suomalaiset eivät vielä edustaisi eurooppalaisittain katselun kärkikaartia. Tämä katselulisäys koituu luultavasti kaiken lisäksi "perinteisen television katselun" kasvuksi. Siis sellaiseksi toiminnoksi, jota suomalaiset ovat olohuoneissaan harrastaneet pääasiassa iltaisin, nykyisin yhä enemmän myös muina vuorokauden aikoina. Television katselu perinteisessä muodossaan on tämän päivän Euroopassa kansallisen kulttuurin toteutumista arjessa enemmän kuin mikään muu päivittäinen toiminta ehkä ruokailua lukuunottamatta. Televisiokanavien kasvanut lukumäärä ja ohjelmavolyymi pystyy luonnollisesti paremmin ottamaan huomioon jokaisessa kansallisessa yleisössä rinnan elävät osayleisöt, jotka ovat televisiosuhteeltaan paljonkin toisistaan poikkeavia. Television markkinoitumisen ja televisiotarjonnan moninkertaistumisen ei kuitenkaan pidä hämärtää sitä tosiseikkaa, että eurooppalainen televisio on kiinni edelleen vahvasti kansallisissa kulttuureissa. Eikä ole toistaiseksi vakuuttavaa osoitusta siitä, että tässä mielessä perinteinen televisio olisi häviämässä. Päinvastoin, useassa Euroopan maassa, Suomi niiden joukossa, kansallisten pääkanavien katselun on kasvanut.

Eurooppalaisten digitaalitelevision kehittäjien onkin oikein ymmärrettävä tämä television ankkuroituminen kansallisiin (kylläkin yhä enenevästi eriytyviin) yleisöihin. Tämä kulttuurista identiteettiä ja katsojien minuudelle jatkuvuutta etsivä television käyttö ei hevin hävinne digitaalikaudellakaan. Television katselu nykyihmisen arkitoiminnoista laajimmin vastaa tänään tähän tarpeeseen. Se säilynee esimerkiksi suomalaisten televisiosuhteen jaluskivenä pitkälle ensi vuosituonnelle. Suurehkojen osayleisöjen kulttuuri-identiteettiin vastaava kanavaorientoitunut olohuonetelevision katselu muodostanee siten pitkälle tulevaisuuteen suomalaisen television kotimarkkinoiden kasvavan ydinalueen. Kanavasuntautunut televisionkatselu ymmärretään usein väärin yksisuuntaisen viestintämaailman (broadcasting) ylläpitämiseksi ja sille itselleen edulliseksi perusrakenteeksi. Sattuvammin osuvat kuitenkin ne analyysit, jotka näkevät "passiivisenkin" televisionkatselun aktiivisena identiteettinä.

Yhtä väärin olisi ymmärtää tulevaisuuden televisionkatselu vain kanavaorien-

toituneena olohuonekatseluna. Aivan varmasti aktiivinen ja valitsevasti vuorovai-
kutteinen katselu internetin ja olohuone television yhdentävässä digitaalitelevi-
siossa kasvaa. Tämä lienee merkittävin yksittäinen muutos, joka aikanaan vaikut-
taa suurtenkin yleisöjen televisiosuhteeseen. Nimenomaan vuorovaiikutteisilla
uusilla palveluilla digitaalitelevisiota tullaan markkinoimaan ja myymään kulutta-
jille. Sitä rakennetaan joka kodin ikkunana verkkomaailmaan. Joillekin osa-
yleisöille vuorovaiikutteisuudesta muodostuneen aikanaan luonteenomaisen televi-
sion käyttötapa – joskin varmasti vasta vuosien kuluttua. Luultavaa on myös, että
internetin tottuneimmatkaan käyttäjät eivät koko ajan odota vuorovaiikuttei-
suutta kaikilta viestimiltä. Toimitettujen, luotujen ja tarjottujen ohjelmistojen
lumo ei katoa. Vuorovaiikutteinen television katselu tulee niiden oheen. Muun
muassa BBC rakentaa tulevaisuusstrategiaansa oletukselle, että vuorovaiikuttei-
nen television katselu muodostaa vuonna 2005 noin kymmenen prosenttia televi-
sion käytöstä.

Millaisia ovat tulevat tv-rituaalit?

Luultavasti myös nykyisissä lastenhuoneissa elävä cd-rom -orientoitunut televi-
sionkäyttö tulee osaksi digitaalitelevision katselutapoja. Yksilöllinen elämys- ja
fantasiaorientoitunut televisiosuhde vahvistuu. Muutos on varmasti nopeampi
kuin sukupolvirotaatio. Ainakin digitaalisten kuvatallenteiden sekä erilaisten pal-
velupuhelimien kasvuluvut niin ennakoivat.

Suomalainen viestintätutkimus on viimeisen kymmenen vuoden aikana tutki-
nut television yleisöä ja televisio-ohjelmien käyttötapoja suhteellisen runsaasti eri
näkökulmista ja erilaisin teoreettisin ottein. Tämä on auttanut syvemmin ymmär-
tämään television arkipäivän roolin suomalaisessa kulttuurissa.

Silti monipuolistuvan television käyttöä digitaalikaudella on vaikea täsmälli-
sesti arvioida. Kuinka pysyviä television käyttötavat ovat silloin, kun tarjonta
muuttuu runsaasti? Millaiseksi muodostuu tulevaisuudessa television sosiaalinen
ja yksilöllinen käyttö? Mikä on television katselun ritualistiikka digitaalikaudella?
Esimerkiksi juuri vuorovaiikutteisen katselun peruselementit ovat vielä pitkälti
tuntemattomia, tai parhaimmillaan siirrännäisiä tietokoneen käyttöteorioista.
Nyt alkaneella digitaalitelevision siirtymäkaudella television käyttötapojen perin-
pohjainen ja monipuolinen tutkiminen ja seuraaminen on yksi kiinnostavimmista
haasteista ajassa elävälle viestintätutkimukselle.