

LECTIO PRAECURSORIA

Suomalaisen digitaalisen television aikakausi on huomattavasti oletettua monipuolisempi

Pauliina Tuomi

Televisio on osallistanut meitä monella tapaa sen alkuaajoista lähtien. Jo 50-luvun tietovisat ovat laittaneet yleisön kilvoittelemaan omasta tietämyksestään studiovieraita vastaan. Olemme saaneet seurata kotisohvalta puhelimitse pelatun peikon matkantekoa Toijalaan. Osa muistaa vielä, miten erilaisiin äänestyksiin osallistuttiin postikortein. Television katselu on aina ollut myös sosiaalista. Tv:n ääreen on kerääntynyt koko perheen voimin, tv-ohjelmista on juteltu seuraavana päivänä väli- tai ruokatunneilla ja prinsessa Dianan hautajaisseremonian aikana vuodatettu niin globaalit kuin kollektiivisetkin kyneleet.

Jotakin erilaista ja uutta kuitenkin saapui tv-vastaanottimiin 2000-luvun alussa. Tullessani kesällä 2004 Tiimarista kesätöistä lösähdin tuttuun tapaan sohvaan ja avasin television. Siellä hyperventiloiva, yli-innokas juontaja hikkui ja suorastaan patisti minua ottamaan osaa hänen luotsaamaansa jalkapallopeleihin. ”Nyt, heti! Osallistu, koita saada pallo mun taakse maaliin!” Hämmästyin. Ärsyynnyin. Närkästyin. Enkä varmasti pelaa, sehän maksaa sitä paitsi euron per viesti. Mistä tässä oikein oli kyse? Tätä lähdin selvittämään ensin pro-seminaarityössäni vuosina 2004–2005, sitten myöhemmin pro gradussani 2007 hieman eri lähtökohdasta, ja lopulta laajemmassa mittakaavassa väitöskirjan muodossa. Avoimen hämmästyksen myötä käynnistyi siis tapahtumasarja, jonka jäljiltä seison tässä tänään.

Voimmekin todeta, että tämä tutkimus ei ainoastaan kuvaa suomalaisen television kehityskaarta 10 vuoden ajalta. Se on myös allekirjoittaneen kehitys- ja kasvun matka tutkijaksi.

Töllö, telku, telsu – rakkaalla lapsella on monta nimeä. Televisiolla on jokaiselle oma merkityksensä. Television sanotaan kuitenkin läpikäyneen muutoksia 2000-luvulla, varsinkin digitaalisuuden näkökulmasta. Entä erityisesti yleisön aktivointia ja osallistamista ajatellen?

Nykypäivän yleisöön vetoavat televisioformaattit ovat jo pitkään olleet vuorovaikutteisia. Yleisö käyttää varsinkin sosiaalisen median verkkopalveluja, erityisesti Facebookia ja Twitteriä, katselukokemuksen osana. Sanotaan, että television ohjelmavirran ja digitaalisen median yhdistämisestä on tullut arkipäivää. Television voidaan sanoa muuttuneen aikataulutetun ohjelmavirran esittäjästä aina päällä olevaksi, osallistavaksi ja sosiaalseksi mediumiksi. Tunteamme televisio tuntuukin olevan muutoksen keskellä, ja epäilemättä näin onkin. Nämä ylläkuvatut tapaukset ovat kuitenkin osittain myös diskursseja, joita televisioon projisoidaan.

Alussa kuvailemani tv-mobiilipelin ja sen juontajan aktivointikeinot saivat mielenkiintoni heräämään siihen, miten televisio kutsuu yleisöä mukaan niin lähetyksen aikana, sitä ennen ja sen jälkeen. Debattia passiivisen ja aktiivisen yleisön määrittelyn ympärillä käyty Stuart Hallin (1973) sisäänkoodaus-uloskoodaus-mallista lähtien, ja se on jatkunut jo vuosikymmeniä muun muassa häneen kriittisesti suhtautuneiden teoreetikkojen toimesta (esim. Huimin 2012). Tässä työssä tämä kädenvääntö tiedostetaan, mutta samalla osittain sivuutetaan epäolennaisena. Lähtökohtana on ajatus siitä, että tv-sisällöt mahdollistavat yleisön osallistumisen eri tavoilla ja tasoilla, jolloin oletusarvona on se, että yleisö on aktiivista.

Väitökseni esittelee, miten televisio on aktivoitunut ja kutsunut ihmisiä ottamaan osaa tv-tarjontaan – niin teknologian, temaattisen sisällön kuin sosiaalisuudenkin kautta viimeisen 10 vuoden aikana. Suomalaisen tv:n lähihistoriaan kuuluu olennaisena osana interaktiivisen tv-viihteen aikakausi. Suomessa käsityksen interaktiivisesta tv:stä, iTV:stä, mullisti vuonna 2000 televisiosisältöihin kytketty kaksisuuntaisen ja paluukanavaisen vuorovaikutuksen mahdollistanut tekstiviestipohjainen interaktio. iTV-viihteellä oli kulta-aikansa vuonna 2005, jolloin peruskanavien tarjonnasta lähes puolet oli jollakin tasolla interaktiivista. Se piti sisällään tekstiviestipohjaiset tv-chatit, tv-mobiilipelit sekä interaktiiviset soittovisat. Negatiivinen maine ja ongelmalliset kohderyhmät veivät iTV viihteen kuitenkin tuhoon siten, että enää nähtävissä on muutamia chatteja sekä soittovisoja. Kattavaa akateemista tutkimusta ei tv:n viimeisten 10 vuoden ajalta kuitenkaan ole – tämä väitöstyö vastaa tähän tarpeeseen. Tutkimus keskittyy

kuitenkin myös tv:n nykytilaan. Nykypäivän interaktio tai pikemminkin osallistuminen näyttäytyy erilaisissa multiplatform-formaateissa, jotka perustuvat siihen, että mediatuote elää usealla eri alustalla (esimerkiksi internetissä, televisiossa ja matkapuhelimessa) samanaikaisesti (esim. Ytreberg 2009). Yhtä kaikki televisio ei enää ole pelkkä televisio, siitä on tullut osa mediarajat ylittävää kenttää. Tv-spektaakkelit kutsuvat yleisön ottamaan osaa tv-sisältöön, esimerkiksi äänestämällä Idolsissa ja Euroviisuissa tai osallistumalla maksutta sisältöihin internetissä ja sosiaalisessa mediassa. Luonnollisesti nämä monialustaiset tv-formaatit vaikuttavat perinteisemmän tv:n rooliin ja katselukokemukseen. Tästä johtuen aihealueen tutkimus on tärkeää ja on selvää, että tutkimusta kaivataan erityisesti nykypäivän yleisöjen vastaanoton ja osallistumisen näkökulmista. (Deuze 2006.) Koen, että tämä väitöstyö tarjoaakin tärkeän, aiemmin puuttuneen, palasen suomalaisen tv-tutkimuksen nykykentälle.

Vastatakseni esittämäni kysymykseen yleisön osallistamisen muodoista useilla eri alustoilla, myös aineisto tutkimukseen on kerättävä useista eri lähteistä. Televisiota ei enää voida nähdä yksioikoisesti vain sisältönä, teknologiana ja/tai fyysisenä objektina – yleensäkin yhtenä teknologiana eristyksissä muista. Myös Juha Herkman pohti jo vuoden 2008 artikkelissaan, voidaanko yhtä viestintävälinettä tutkimalla vastata konvergoituvan median esiin nostamiin kysymyksiin. Riittääkö se, kun esimerkiksi television sisältöjä seurataan tv-vastaanottimien lisäksi tietokoneiden ja kännyköiden näytöltä ja television ohjelmasisältö hajoaa digitaalisten monikanavaympäristöjen ja interaktiivisten käyttöliittymien viidakkoon? (Herkman 2008, 153.) Vastaus on yksinkertaisesti ei, sillä katselukokemus syntyy nykyisin niin laajalla kentällä ja koostuu useista eri segmenteistä, että kokonaisvaltaista kuvaa ei saada ilman monitahoista lähestymistapaa. Tutkimusaineisto on siis luonteeltaan monipuolista ja se koostuu iTV-formaattien nauhoituksista, internetsivumateriaalista sekä sosiaalisen median, Facebookin ja Twitterin, taltioinneista. Lisäaineistona käytetään keskustelupalstamateriaalia, internetkysely-dataa ja mediassa esillä olleita artikkeleita. Rungas aineisto on siis perusteltu ratkaisu nykypäivän televisiota tutkittaessa. On kuitenkin syytä korostaa, että mediasisältöjen runsaus ja helppo saatavuus voidaan nähdä niin siunauksena kuin kirouksenakin. Aineistoa on saatavilla laajalti, mutta samalla siihen liittyvät valinnat ja rajaukset nousevat tärkeämmäksi. Materiaalien tulee tuottaa järkevä ja tutkimuksen kannalta relevantti kokonaisuus sen sijaan, että materiaalin runsauden sarvesta vain kasataan yhteen kaikkea, mikä kulloinkin sattuu tutkijaa itseään kiinnostamaan.

Tutkimusote on laadullinen ja työssä on pääosin toteutettu sisällönanalyysia sekä havainnoivaa tutkimusta. Analyysi keskittyy osallistaviin elementteihin ja piirteisiin, jotka kannustavat osallistavuuteen niin tv-lähetyksissä kuin internet-

sivustoilla sekä sosiaalisessa mediassa. Television vuorovaikutteisuutta käsitellään sekä mediakonvergenssin että intermediaalisuuden teorioiden kautta. Mediakonvergenssin kautta työssä tutkitaan teknologioiden yhteenliittymiä ja niiden merkitystä nykypäivän televisiosisällön vuorovaikutteisuudelle. Intermediaalisuus ymmärretään tässä työssä teoriana, jonka avulla voidaan tutkia yhden teknologian sijaan kytköksiä useiden eri mediamuotojen välillä ja sen kautta määritelläänkin vuorovaikutteisen television eri piirteitä ja jatkumoit. Kantavana teemana tutkimuksessa toimii yleisön osallistuminen tv-sisältöihin, joka näkökulmana rajaa tutkimusotteen ennemminkin tv-sisältöihin kuin yleisöön itsessään. Tutkimuksessa selvitinkin ensisijaisesti, miten tv-sisällöt ovat kutsuneet yleisöä ottamaan osaa sen sijaan, että tarkastelisin sitä kuka ottaa osaa, milloin ja kuinka paljon. Yleisön näkemys tulee tutkimuksessa kuitenkin esiin keskustelupalstamateriaalin, nettikyselyjen ja twitter-sisältöjen kautta. Ne ovat mukana tukemassa saatuja tuloksia. Tästä huolimatta tutkimus ei niinkään ole osa traditionalisempaa viestinnän ja yleisöntutkimusta. Fokus on Henry Jenkinsinkin ajatukseen tukeutuen siinä, miten teknologia mahdollistaa eri osallistumisen muotoja aktiiviselle kuluttajalle (ks. Jenkins 2006).

Tulevaisuudessa on kuitenkin tarkoitus ottaa myös yleisötutkimuksellinen tutkimusote ja selvittää, miten osallistavuus toteutuu itse kuluttajan näkökulmasta. Tehtävänä tämä ei nykyisten tv-sisältöjen kulutustottumusten vuoksi ole välttämättä ole helppoa. Saadaksemme selville, miten yleisö sitoutuu ja osallistuu nykypäivän tv-tarjontaan tarvitaan monitieteinen tutkimusmalli monipuolisilla tutkimusmenetelmillä, joiden kautta tv-sisällön monialustaiseen kulutukseen liittyvät erilaiset aspektit tulevat näkyviksi (Simmons 2011). Samalla on kuitenkin otettava huomioon, että koska yleisö on hyvin fragmentoitunutta ja sen toimintatavat moninaisia, ei yleisötutkimus myöskään voi vetää kovin laajoja johtopäätöksiä yleisellä tasolla. Television kulutuskäytännöissä tapahtuneet muutokset voidaankin nähdä individualistisina, jolloin yleisötutkimuksesta saadut tulokset tulisi myös nähdä yksilöllisellä tasolla (emt. 102). Osittain tästä syystä tutkimus keskittyy tässä vaiheessa nimenomaan teknologian vuorovaikutteiseen tarjontaan, sillä yleisöjen kattava tutkimus tänä päivänä vaatii laajemman viitekehyksen kuin väitöstyö voi tarjota. Tämä on työnavaus tällä kentällä – nyt tiedämme, miten yleisöä osallistetaan, ja voimme tunnistaa tv-kanavien strategioita paremmin.

Työn päätuloksena esitetään, että suomalaisen digitaalisen television aika-kausi on huomattavasti monisyisempi ja monipuolisempi kuin on aiemmin ajateltu. Tutkimuksessa käsitelty 10 vuoden ajanjakso voidaan jakaa kolmeen osaan: 1) interaktiivisuuden, 2) osallistavuuden ja 3) sosiaalisen median vaiheisiin. Tulokset interaktiiviseen, sosiaaliseen ja osallistavaan televisioon vaihte-

levat ja on selvää, että aikakaudet limittyvät keskenään, mutta kukin vaihe pitää sisällään piirteitä, jotka ovat erityisiä juuri sille.

Interaktiivisuuden aikakautta määrittää tekstiviestipohjainen iTV-viihde. Osallistavuuden aikakaudella internet alkoi toimia yhä enemmän tv-lähetysten vastinparina tarjoamalla lisämateriaalia ja -informaatiota. Sosiaalisen median myötä muun muassa internetin ohjelmakohtaisten keskustelupalstojen luoma sosiaalisuus on siirtynyt Twitteriä hyödyntävien live-lähetysten ympärille. Ajankohtaisen materiaalin jako taas on siirtynyt Facebookin piiriin jättäen ohjelma-kohtaiset nettisivut lähinnä online-arkistoiksi. Televisiosisältöihin osallistuminen perustuu vahvasti niin sanottujen second screenien ja erillisten mobiililaitteiden hyödyntämiseen.

Väitöskirja suhtautuu kuitenkin television projisoituihin diskursseihin sekä muutoksen käsitteeseen kriittisesti. Nykypäivän television on usein katsottu, osittain utopistisestikin, kehittyvän yhä vuorovaikutteisempaan ja sosiaalistavampaan suuntaan. Interaktiivisen tv:n kokeiluja on kuitenkin nähty jo television alkuajoista asti ja sosiaalisen median mukaan tulo ei automaattisesti tee tv:n kulluttamisesta sosiaalisempaa. Suomalaisen tv:n lähihistoria ja digitaalisen television aikakausi sisältää huomattavasti monisyisempiä kehitysvaiheita kuin diskursseissa esitetään.

iTv:n kausi oli selkeä jatkumo sille vuorovaikutukselle, jota esimerkiksi Ruutuässä ja Hugo-peikko hyödynsivät. Kun reaaliaikainen tekstiviestipohjainen yhteys aukesi yleisön ja tv-lähetysten välille, se mahdollisti uudenlaisen osallistumismuodon – lähinnä pelillisyyden ja tekstuaalisten piirteiden kautta. Osallistavalla kaudella internet mahdollisti yleisölle syvemmän uppoutumisen tv-sisältöihin lähetyaikojen ulkopuolella lisämateriaalin avulla. Sosiaalisen median tulon myötä sekä interaktiivisen kauden reaaliaikaisuus että laajennettu katselukokemus yhdistyvät. Esimerkiksi Facebookia ja Twitteriä käytetään niin yleisön osallistamiseen suorien lähetysten ympärillä kuin lisämateriaalin jakoon. Voidaankin todeta, että jokainen näistä kausista lainaa jotakin toisiltaan ja siten muodostavat jatkumon. Sosiaalisuus on asia, joka kulkee vahvasti kunkin kauden ympärillä ja on olennainen osa tv:n katselua, kokemusta ja osallistumisen tunnetta.

Sittemmin on jo pitkään puhuttu television kuolemasta ja voidaankin todeta, että vuorovaikutteisuuden lisääminen television-ohjelmien ympärille on edesauttanut vahvistamaan television asemaa nykypäivän vuorovaikutteisen mediateknologian osana. Tästä monipuolisesta tarjonnasta huolimatta on selvää, että kaikki eivät halua olla aktiivisia eikä aina ole hyvä aika tai paikka osallistua. Television perimmäisen tarkoituksen ja roolin on säilyttävä. Lopputulemana voidaan todeta, että televisio on kehittynyt ja kehittyä koko ajan: jakelukanavat ja

-tavat muuttuvat. Loppupeleissä televisioisällön rooli tuntuu pysyvän samana. Sen tarkoitus on viihdyttää ja stimuloida katsojia – tapahtui se sitten sohvalla, internetissä, kahvipöytä- tai twitterkeskusteluissa.

Pauliina Tuomen digitaalisen kulttuurin alaan kuuluva väitöskirja *Inviting the Audience – Interactive, Participatory, and Social Television in Finland 2004–2014* tarkastettiin 6.6.2015 Turun yliopistossa. Vastaväittäjänä toimi Professor Artur Lugmayr Curtinin teknillisestä yliopistosta Australiasta ja kustoksena professori Jaakko Suominen Turun yliopistosta.

Kirjallisuus

- Deuze, Mark (2006). Collaboration, participation and the media. *New Media & Society* 8: 4, 691–698.
- Hall, Stuart (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Stencilled occasional papers, Media series. SP no. 7. Birmingham, England: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.
- Herkman, Juha (2008). Intermediaalisuus ja televisiotutkimuksen metodologia: haasteita, mahdollisuuksia, ongelmia. Teoksessa: Keinonen, Heidi; Ala-Forssi, Marko & Herkman, Juha (toim.) *Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa*. Tampere: Tampere University Press, 153–166.
- Huimin, Jin (2012). *Active Audience: A New Materialistic Interpretation of a Key Concept of Cultural Studies*. Bielefeld: Transcript.
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York & London: New York University Press, 308.
- Simmons, Nele. (2011). Television audience research in the age of convergence: challenges and difficulties. Teoksessa: *Proceedings of the 9th international interactive conference on Interactive television*. Lisbon, Portugal – June 29 – July 01, 2011, 101–104.
- Tuomi, Pauliina (2007). *Juontajuus 2000-luvun televisiojätteessä – Juontajan rooli interaktiivisissa tv-mobiilipeleissä ja soittovisoissa*. Pro gradu -tutkielma, Turun yliopisto.
- Tuomi, Pauliina (2015). *Inviting the Audience – Interactive, Participatory, and Social Television in Finland*. Doctoral thesis (article-based). Department of History, Culture and Arts Studies. Digital culture. University of Turku. Saatavilla: <http://www.doria.fi/handle/10024/104891> (luettu 21.7.2015).
- Ytreberg, Espen (2009). Extended liveness and eventfulness in multiplatform reality formats. *New Media & Society*, 11: 4, 467–485.