

PUOLI VUOSISATAA SUOMALAISTEN ELÄMÄSSÄ

TELEVISIO ON SOSIAALINEN JA YHTEISÖLLINEN MEDIA VIELÄ DIGIRUNSAUDEN AIKANA

Suomalainen televisio viettää viisikymmenvuotisjuhliiaan tänä vuonna. Pari vuotta teekkareiden TES-TV:n ensimmäisen julkisen lähetyksen jälkeen myös Yleisradion Suomen televisio aloitti yhdessä Mainos-TV:n kanssa lähetystoiminnan. Lähes samaan aikaan kun YLE:n televisio toiminta täytti elokuussa 50 vuotta, Suomessa koko maa siirtyi kerralla digiaikaan ensimmäisenä maana Euroopassa – lukuun ottamatta kaapelitalouksien puolen vuoden siirtymäaika. Juhlia vietettiin myllerryksessä, vaikka suomalainen televisio on elänyt murroksessa oikeastaan aina, lukuun ottamatta ehkä periodia 1970-luvun alusta 1980-luvun puoleenväliin.

Miten nämä myllerrykset ovat vaikuttaneet suomalaisten televisionkatsomis tapoihin? Miten televisio on liittynyt suomalaiseen sosiaaliseen kanssakäyntiin historiansa aikana, ja onko vaikutus ollut vain regressiivinen? Tarkastelen tässä katsauksessa suomalaista televisiota sosiaalihistoriallisesti. Kiinnostukseni kohteena ovat television sosiokulttuuriset merkitykset – tarkemmin televisio sosiaalisen kanssakäymiseen vaikuttavana tekijänä – sekä kysymykset television yhteisöllisyydestä.¹

Suomalaisten sosiaalinen kanssakäyminen – etenkin viikonloppuisin – on vähentynyt selvästi 1900-luvun lopulla. Samaan aikaan vapaa-aika on kuitenkin kasvanut tunnin viikossa (Niemi & Pääkkönen 2001, 36, 42). Televisiolla on tässä kehityksessä ollut eittämättä roolinsa, mutta luultavasti merkittävämpi rooli kehityksessä on ollut digitalisaatiolla. Tietokone ja internet pitävät ihmisiä enemmän kotona ja matkapuhelimet helpottavat tuntuvasti kommunikointia.

Monet rutiinomainaiset median käyttötavat ovat ongelmattomia. Ne ovat integraalinen osa tuttua ympäristöä ja käytäntöjä. Niihin liittyy perhe-, naapuri-, koulu- ja työsiteitä. Tietyt mediakäytön tavat ovat sidoksissa myös ihmisten identiteettiin. Yksilölliset valinnat² eivät välttämättä ole tietoisia, mutta joskus tietoiset mediavalinnat vahvistavat myös identifioitumista muiden kanssa. (McQuail 1997, 120.)

Empiiriset pääaineistot tutkimuksessani koostuvat kahdesta muistitietoa-aineistosta. Ensimmäinen kirjoitusaineisto on Museoviraston yhdessä Suomen Elokuva-arkiston kanssa elokuvan satavuotisjuhlien merkeissä järjestämä kysely *Elokuva ennen ja nyt* (EEN) vuodelta 1996. Osa kysymyksistä liittyy televisioon ja videoon eikä tätä puolta aineistosta ole ennen hyödynnetty. Otos 845 vastaajan aineistosta on 249 henkilöä. Kysely toteutettiin pääosin suurimmissa kau-

pungeissa, mutta mukana on myös pienempiä paikkakuntia eri puolilta Suomea. Suurin osa vastaajista (74 prosenttia) on ennen 1940 syntyneitä. Koska aineisto on kerätty kymmenen vuotta sitten, täydensin sitä keräämällä opiskelijoilta (opiskelija-aineisto) heidän mediamuistojaan Helsingin yliopistossa pitämälläni mediahistoria-luentosarjalla syksyllä 2005. Sitä ennen olin kokeillut kyselyä Oulun ammattikorkeakoulussa pitämälläni luentosarjalla viiden opiskelijan kanssa. Tämä opiskelijoilta keräämäni aineisto sisälsi yhteensä 87 vastaajaa. Metodologisesti yhdistelen kulttuurintutkimuksellista etnografista televisioyleisön tutkimusta ja muistitietohistoriaa (*oral history*).³

Olen jakanut suomalaisen television kaudet John Ellisin (2000) jaottelun mukaisesti niukkuuden (*era of scarcity*), valinnan (*era of availability*) ja runsauden (*era of plenty*) periodeihin. Aikarajaus ei ole kovin tarkka, mutta käytännössä niukkuuden aika tarkoittaa aikaväliä suomalaisen television alusta 1950-luvun lopulta 1980-luvun lopulle. Niukkuuden ja valinnan rajaksi voi määrittää vaikka vuoden 1987. Silloin muun muassa Kolmostelevisio aloitti lähetystoimintansa, Music TV alkoi näkyä Suomessa ja videoita oli joka kolmannessa kotitaloudessa. Toki tarjonta lisääntyi jo aiemmin 1980-luvulla, kun satelliittikanavat yleistyivät. Valinnan aika muuttuu runsaudeksi 2000-luvun television digitalisoinnissa.

Yhdysvaltalaisen mediaetnografin James Lullin (1990, 35–44) mukaan television sosiaalinen käyttö kotona voidaan jakaa rakenteelliseen (*structural*) ja suhteelliseen (*relational*). Ensiksi mainittu jakautuu ympäristölliseen (*environmental*) ja säätelevään (*regulative*) käyttöön. Ympäristöllinen käyttö pitää sisällään television roolin taustahälynä, osana seurallisuutta ja viihtymistä. Säätelevällä käytöllä tarkoitetaan ajan ja toiminnan rytmittämistä (esim. ruoka- ja nukkumaanmenoajat) sekä kommunikointia television ympärillä (erilaisia keskustelutapoja). Suhteellinen, rationaalinen käyttö, liittyy ennen kaikkea television käyttöön perheissä. Keskityn tässä lähinnä television yleiseen sosiaaliseen käyttöön, myös kodin ulkopuolella. Television rakenteellisen käytön kannalta tarkastelen sääteleviä toimintoja, kuten elämän rytmittämistä ja televisiosta keskustelemista.

POSTMODERNIN VISIO: KAIKILLE OMA KANAVA OMAAN AIKAAN?

Tutkimukseni kysymyksenasettelun kannattavana alustana on arkiteoreetikko Michel de Certeau'n (1988) idea ihmisistä, jotka toimivat arjessaan luovasti (*taktiikat*) muokkaamalla heille syötettyjä merkityksiä (*strategiat*). Lähestymistapani liittyy etenkin de Certeau'n (emt., 31) kiinnostukseen seuraavaan kysymykseen: kun television lähettämiä kuvia ja aikaa television ääressä on analysoitu, mitä kuluttaja muovaa näistä kuvista ja ajasta niiden äärellä? Omassa tutkimuksessani kysyn, miten suomalaiset ovat kokeneet television arjessaan, ja miten televisio on vaikuttanut heidän elämäänsä. Populaarikulttuurin ja kulutuksen tutkimuksessa de Certeau'n idea on hedelmällinen, koska taktiikoiden moninaisuus ja arvaamattomuus eivät noudata välttämättä tiettyä kaavaa. De Certeau'n analyysimalli tuo esiin kulutuksen kompleksisuuden.⁴

Äärimmäisissä postmoderneissa kuluttajanäkemyksissä on nähty kuluttajat suvereenina "shoppailijoina" ja "turisteina" markkinoilla tai "vastakulttuurin luojina".⁵ Usein "katsojan valta" on kuitenkin ollut "heikon valtaa" – ei välttä-

mättä valtaa muuttaa mediarakenteita, mutta ”neuvotella” näiden rakenteiden kanssa arjessa. Etenkin postmoderni tutkimus on korostanut ”aktiivista yleisöä”, ikään kuin vastauksena ja kritiikkinä niin sanotulle klassiselle Frankfurtin koulukunnan idealle uhrinkaltaisesta manipuloitavasta massasta, jota media hallitsee. Kumpikin ajattelu edustaa äärilaitaa, vaikka television katselu on paljon monimutkaisempi asia. Televisioyleisön tutkimuksessa täytyy ottaa huomioon myös televisio osana hyvin monimutkaisia kansallisia ja kansainvälisiä taloudellisia, poliittisia ja teknologisia muutoksia.

Segmentoinnin ja fragmentoitumisen lisääntymisen on oletettu hävittävän sosiaalisen kollektiivisuuden television katselussa. Esimerkkinä koko television kehitykselle on nähty amerikkalainen kaapelitelevisio, jossa sadoilla kanavilla on hyvin homogeeniset, mutta pienet yleisöt (*narrowcasting*). Enää ei siis olisi jaettuja kokemuksia ja yhteenkuuluvuuden tunnetta, josta etenkin kansallinen yleisradiotoiminta (*broadcasting*) on vastannut. Tällainen ajattelu oli yleistä vielä 1980-luvulla ja 1990-luvun alussa, jolloin kehitys yhdistettiin kapitalistiseen postmoderniin kulttuuriin (ks. esim. Ang 1996, 162–180; McQuail 1997, 133, 137–138; Morley 1992, 289).

Sosiologi J.P. Roosin (1989, 89) mukaan jo 1980-luvulla suomalaisesta televisionkatselusta oli yhä vaikeampaa löytää naiivia, välitöntä katselua, jossa yleisö seuraa kaikkea tarjontaa parhaimpana katseluaikana. Televisionkatselu oli valikoivaa, johon vaikuttivat kulttuuriset ja yhteiskunnalliset säännönmukaisuudet eli ajan termeillä ”elämänhallinta”. Toisaalta Roos (emt., 91) näki uustelevisioiden edistävän addiktiivisuutta, kun se runsaudessaan keskittyy muutamaisiin perusohjelmalajeihin sekä tarkkaan segmentoituihin pienyleisöihin.

Edellä mainittu ajattelu putkahtaa esiin usein 2000-luvullakin. Television nähdään muuttuvan yhä henkilökohtaisemmaksi viestintävälineeksi, se pirstoutuu, yleisöt sirpaloituvat ja kansallisesta yhteisestä kokemuksesta tulee yhä harvinaisempaa (ks. esim. Wiio 2003, 130). Tässä yhteydessä on usein viitattu historioitsija Benedict Andersonin (1983) kuvitteelliset yhteisöt -termiin (*imagined communities*), jonka hän lanseerasi tutkiessaan nationalismien alkuperää ja leviämistä. Ajatus sopii myös mediakulutuksen symboliseen funktioon. Media tavallaan tekee kansakunnan käsitteen fiktiiviseksi ja rituaalinomaiseksi. Tarkoittaisiko digiajan runsaus ja siihen liittyvä fragmentoitumisen mahdollisuus sitä, että televisio menettää tämän roolin kansakuntaisuuden tuottajana?

TELEVISIO MUUTTI KANSSAKÄYMISTÄ

Televisiolla on ollut ajoittain jopa ratkaiseva merkitys ihmisten väliseen kanssakäymiseen. Se vaikutti paitsi perheiden sisäiseen elämään, myös naapuruussuhteisiin, yhdistystoimintaan sekä koulujen ja työpaikkojen keskusteluihin. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon, ettei televisio ollut ainoa mullistaja modernisaation ja rakennemuutoksen todellisuudessa 1960-luvulla. Sosiaalisen kanssakäymisen muutokseen vaikuttivat myös yleinen vapaa-ajan kaupallistuminen ja viihdeteollisuuden ekspansio, jossa televisiolla oli toki tärkeä rooli.

Television tulo osui samaan aikaan, kun maaseutu tyhjentyi ja ihmiset muuttivat työn perässä etelän kasvukeskuksiin ja Ruotsiin. Kuten folkloristi Hilikka Helstin (1988, 63–67, 86–105) tutkimuksesta käy ilmi, televisio tarjosi kompensatiota syrjäisten muuttotappiopaikkakuntien ongelmiin. Vaikka ohjelmat

olivat usein tehty kaupunkilaisen elämäntavan mukaan ja kaukana maaseudun arkielämän kokemisesta, tarjosivat ne viihdyttävää pakoa omasta negatiivisesta murroksen todellisuudesta.⁶

Television nopean leviämisen myötä maaseutujen seuraelämä muuttui varsin nopeasti ja radikaalisti. Ennen televisiota sosiaalinen kanssakäyminen oli paljolti kutsumatonta kyläilyä naapurissa ja yhdistystoimintaa. Jälkimmäiseen se vaikutti lamaanuttavasti. Esimerkiksi säästöpankkien tupailat maaseudulla muuttuivat toiminnanjohtajien työn kannalta turhauttaviksi, kun isännät ja emännät siirtyivät toiseen huoneeseen television äärelle (Kuusterä 1995, 508). Kutsumattomat vierailut, naapureiden väliset juttelutuokiot ja suomalaiseen kanssakäymiseen oleellisesti kuuluva kahvittelu muuttui. Tämä käy ilmi esimerkiksi seuraavasta tutkimukseni kyselyvastauksesta:

Ja kaikki kahvikutsut kyläilemiset, ihmisten kesken muuttuivat, se televisio oli keskipiste, ei voinut kahvipöydässä istua rauhassa ja puhua ja ehkä vähän juoruakin, ei koska istumapaikat piti järjestää niin että jokainen näki sen television. (MV:K41/200.)⁷

Kyläilyperinne koki kuitenkin nopean nousukauden television ensimmäisinä vuosina, kun vielä harvoilla oli tv-vastaanotin. Television ohjelmia keräännyttiin katsomaan sellaisiin talouksiin, joissa tuo apparaatti oli. Olennaisena osana yhteiseen television katseluun liittyi keskustelu ja kahvittelu. Tutkimukseni EEN-aineistossa on kaiken kaikkiaan yli 220 mainintaa siitä, kuinka televisio vaikutti kyläilyyn. Etenkin maaseudulla sosiaalisen vuorovaikutuksen kulttuuri oli muutenkin avoimempi kuin 2000-luvun yksityisyyttä korostavassa elämässä, jonka yksi aiheuttaja televisio eittämättä on. Televisionkatseluun ei alkuaikoina tarvittu välttämättä edes isäntäväen paikallaoloa:

Televisionme oli kylällä ensimmäisiä ja sen kyllä huomasi. Koulun jälkeen kylän nuorisokokoukset kokoontui katsomaan Rin Tin Tinä ym. lasten ohjelmia. Iltaisin saattoi olla naapureita 20–30 henkeä katsomassa ”ihmetoosaa”. Väkeä oli kuin elokuvissa. Olimme joskus mieheni kanssa pois kotoa, eikä innokkaat katsoja huomanneet lainkaan. Kun tulimme kotiin ihmettelivät, että missä te olette olleet? (MV:K41/369)

Varsinkin maatalojen emännille televisioillat aiheuttivat ylimääräistä työtä, koska isäntäväen odotettiin vanhan kyläilyperinteen mukaisesti kestitsevän vieraita. Tämä ei tosin ollut pelkästään suomalainen ilmiö, sillä se on todettu myös Amerikassa television levitessä 1950-luvun taitteessa (Tichi 1991, 24).

Myös perinteinen työväenkulttuuri koki murroksen 1960-luvulla, kun siihen liittyneet sosiaaliset rakenteet ja elämäntavat muuttuivat. Seuraavien parin vuosikymmenen aikaan suomalaiset työläiset muuttuivat palkansaajiksi. (Kalela 1988, 8–10.) Myös kaupunkimaiseen työväen elämäntyyliin kuului sosiaalinen yhdessäolo, joka tosin asuntojen pienuuden vuoksi tapahtui julkisissa tiloissa: yleisissä saunoissa, pyykkituissa, kaduilla, pihilla ja työväen- ja nuorisoseurojen tiloissa. Työväenliikkeeseen osallistuminen oli aiemmin ollut tärkeä osa etenkin pienten työläispaikkakuntien työyhteisöjen elämää, mikä kaupungistumisen ja lähiöitymisen myötä alkoi näivettyä.

Työväestön yksityisyys on suhteellisen uusi ilmiö, ja perhekeskeinen elämäntapa on Suomessa alkanut yleistyä vasta 1950-luvulla (Roos 1986, 39; Alasuutari & Siltari 1983, 5). Moderni työväestökin alkoi Suomessa 1960-luvulla päästä yksityisyyden piiriin. Helsinkiläinen suuriin ikäluokkiin kuuluva ja teknillisen koulutuksen saanut kyselyn vastaaja muisteli:

Talossamme kaikki kommunistiperheet saivat hankittua television ensimmäiseksi. Pääsin joskus heidän luokseen katsomaan ”Näkymätöntä miestä”. (MV:K41/645.)

Vaikka televisio eittämättä oli suurin vaikuttaja kyläilyperinteen näivettyä, vaikutuksensa oli myös muuttoliikkeellä, joka ajoi perheitä uusille paikkakunnille. Televisio koettiin myös yhteisölliseksi. Tämä ”vieraantunut yhteisöllisyys” oli eräänlaista kompensatiota kommunikoinnille kasvoista kasvoihin (Alasuutari & Siltari 1983, 29, 35). Kaupungistuminen ja työssäkäynnin muuttuminen pakottivat ihmiset etsimään malleja uudentilaisille työ-, perhe-, sukulais- ja naapurussuhteille. Näitä saatiin myös televisiosta.

ELÄMÄN RYTMITTÄJÄ

Kyllä televisio rajoitti kyläilyaikoja ja elämän rytmiä aika paljon. Aina katsottiin, että mitä televisiosta tulee ja joudutettiin muita töitä, saadaksemme istua rauhassa ja katsella televisiota. Ei paljon muihin huveihin menty, ei tehnyt mielikään. (MV:K41/586.)

Televisio lähetysten säännöllinen seuraaminen on vaikuttanut ihmisten päiväjärjestykseen. Televisio on tärkeä arjen aikatauluttaja ja rytmittäjä, joka vaikuttaa vahvasti myös sosiaaliseen kanssakäyntiin. Viestimet luovat tässä mielessä myös yhteisöllisyyttä: ihmiset tekevät asioita samassa rytmissä kuin muut, myös toisiaan tuntemattomat ihmiset. Tämä luo tietynlaista turvallisuuden tunnetta.

Sen lisäksi, että radio ja televisio ovat vaikuttaneet päivä- ja viikkorytmiin, ne ovat myös luoneet uudenlaisen kalenterivuoden käsitteen, ohjelmavuoden, joka organisoii ja koordinoi sosiaalista elämää ja luo odotuksia kohti tulevaa (Scannel 1996, 16, 153–156). Viestintä kokonaisuudessaan on vaikuttanut ihmisten aikakäsitykseen ja -perspektiiviin, ajan merkityksen kasvuun, arjen temporaalisuuteen sekä elämänrytmin nopeutumiseen (Kangasharju 1996, 56).

Kaiken kaikkiaan EEN-aineistossa televisio vaikutti elämänrytmiin yli puolella niistä vastaajista, jotka olivat ottaneet kysymykseen kantaa (kyllä 61 vastaajaa, ei 43 vastaajaa). Elämänrytmi oli siirtynyt myöhäisemmäksi, vaikka tätä oli tapahtunut jo radion kohdalla (Saraneva 1982, 78). Lisäksi television katselu vei paljon aikaa sekä vaikutti muiden toimien ajoitukseen (esim. ruokailuajat, saunassa käynti, jopa lypsäminen). Opiskelija-aineistossa vaikutus on ollut vielä kokonaisvaltaisempi, sillä televisio on kulkenut mukana elämässä koko ajan.

Televisio tarjonnasta *Kymmenen uutisilla* oli merkittävä vaikutus nukkumaanmenoaikoihin. Kun *Kymmenen uutiset* aloittivat 1981, ne siirsivät ajankäyttötutkimusten mukaan suomalaisten keskimääräistä nukkumaanmenoai-

kaa puoli tuntia myöhäisemmäksi (Niemi & Pääkkönen 1989, 57). Erään katsojan motiivi MTV:n uutisten seuraamiseen ilmeni haluna ottaa osaa ”kuviteltuun yhteisöön”:

Kun kymmenen uutiset tulivat televisioon, pyrimme niitä katsomaan, mutta aina väsytti. Sitten satuin kerran kuulemaan, että niiden aikaan (klo 22.00) puoli Suomea jo nukkuu, lopetimme seuraamisen ja rupesimme ajoissa nukkumaan. Nykyisin usein katsomme ne. (MV:K41/196.)

Tärkein arkea rytmittävä yksittäinen ohjelma ensimmäisen parinkymmenen vuoden aikana television yleistettyä oli *Peyton Place*. Helstin (1988, 98) mukaan samaa vaikutusta ihmisten viikkorytmiin televisiolla ei enää alkuaikojen jälkeen ollut. *Kauniilla ja rohkeilla* on tosin ollut samantyylinen vaikutus 1990-luvulla.⁸

Opiskelijoiden muistoissa televisio on ollut tärkeä aikatauluttaja jo lapsuudesta lähtien. Etenkin lastenohjelmat liittyvät oleellisesti siihen, mitä päivä- ja viikkorutiineista muistetaan.

Televisio rytmitti jo lapsena aikaa ja ajankäyttöä. Arjen ja viikonloppun ero korostui juuri lauantain lastenohjelmien myötä: olihan aivan eri asia istua peiton alla syömässä karkkia ja katsella piirrettyjä, kuin tulla retuutetuksi päiväkotiin tai kouluun. Arkipäivinä lastenohjelmat erottivat päivä ja illan: pikku kakkosen jälkeen mentiin iltapalalle ja nukkumaan. (O14N79.⁹)

Edellä mainitut rituaalit eivät ole kadonneet 2000-luvullakaan, vaikka ohjelmien katsomista on entistä helpompi siirtää esimerkiksi tallentavalla digiboksilla. Teknologian kehittyminen helpottaa television elämää rytmittävän vaikutuksen kontrollointia. Lisäksi runsauden ajan tarjonta pakottaa tekemään valintoja, priorisoimaan. Lisääntyvät kanavat ja uudet tekniset mahdollisuudet muokkaavat katselua, mutta eivät muuta ihmisten käyttäytymistä (McQuail 1997, 143).

Suomalaisten tapa seurata samoja ohjelmia samanaikaisesti ei ole jäänyt Heikki Kahilan, *Peyton Placen*, Lasse Virénin, Spede Pasasen ja Riitta Väisäsen aikaan. Tietyt viihdeohjelmat halutaan kokea silloin kuin muutkin – puhumattakaan uutisista, urheilusta tai *Tasavallan presidentin itsenäisyyspäivän vastaanoton* tyyppisistä kansallisista rituaaliohjelmista. Toki samanlaisiin katsojalukuihin kuin kahden kanavan yhtenäiskulttuurin aikaan ei enää ylletä, mutta kollektiivisuus on säilynyt. Silti esimerkiksi tosi-tv-ohjelma *Maajussille morsiamen* keräämää noin puolentoista miljoonan katsojan määrä syksyllä 2006 olisi ollut hyvä luku vielä 1980-luvun alussakin.

TELEVISIOPUHE

Jo television käyttötarkoitustutkimuksissa kiinnitettiin huomiota siihen, kuinka yleistä televisio-ohjelmista puhuminen on – oli kyse sitten lähiöaamiaisesta, työpaikan kahvitausta tai koulunpihasta. Esimerkiksi tradition myöhäisempänä avaintekstinä pidetyssä McQuailin, Blumlerin ja Brownin (1972, 158) tutkimuksessa kuvaillaan, kuinka televisioyleisön jäsenet saavat tyydytystä (*gratification*)

puhuessaan eräästä television tietokilpailusta. Ohjelmista puhuminen tulee esiin myös tutkimusaineistossani:

Kyllä TV-ohjelmista keskusteltiin. Työpaikalla ja tuttavapiirissä. Kun TV:ssä alkoi olla lauantai-iltaisin keskustelu- ja väittelytilaisuuksia, niistä keskusteltiin ja esitettiin mielipiteitä. Näytelmistä myös keskusteltiin. Makukysymykset olivat vaihtelevia. Poliittikaan suhtauduttiin puoluekantojen mukaisesti. Omia ymmärrettiin, ja vastustajia mollattiin. (MV:K41/406.)

Televisio ja ohjelmavalinnat eivät määritä ihmistä samalla tavalla kuin yläasteella. Eräänlaisena ilmiönä voisi ikäisteni keskuudessa tosin pitää reality-sarjoja, esimerkiksi *Big Brotheria* ja *Idolsia*, joita ainakin omassa tuttavapiirissä seuraamme ja analysoimme yhdessä säännöllisesti. (O25N84.)

Televisio-ohjelmasta puhuminen on olennaista, jotta ohjelmasta tulisi suosituttu ja osa yleisen diskurssin kulttuurista pääomaa (Hobson 1989, 167). Kuten 1960-luvulla televisiotoimittajana aloittanut Markku Veijalainen (*60-luvun kuvakirja* 2007) totesi (viitaten Reporadion ”informatiivisen viihteen” lippulaisvan *Jatkoajan* menestykseen ja onnistumiseen): ”Me aina unelmoitiin sellaisesta ohjelmasta, että voi kun me saataisiin sellainen ohjelma, josta seuraavana päivänä kahvipöydässä keskustellaan.”

Myös juoruilu kuuluu oleellisesti televisio-ohjelmista puhumiseen – television oraaliseen kulttuuriin. (Fiske 1987, 77–80; Gray 1992, 214) Etenkin saippuaopperoihin liittyy ohjelmasta keskustelu kodin ulkopuolella, niin tekstuaalisesti kuin kontekstuaalisesti (Hobson 1990). Sosiolingvistit ovat kutsuneet juoruilua jopa puheen feminiiniseksi genreksi – avaimeksi naisten alakulttuuriin (Moore 1993, 40).

Tv-vastaanottimien yleistyessä sosiaalinen elämä alkoi keskittyä yhä enemmän television ympärillä perheen piiriin. Lähiympäristön seuraaminen ja siitä puhuminen onkin korvaantunut osittain televisiosta ja muista viestimistä tulleilla puheenaiheilla. (Helsti 1988, 58–62, 80–82.) Televisiosta alkoi 1960-luvun myötä Suomessakin tulla myös tässä mielessä ”sähköinen tulisija” (vrt. Tichi 1991).

Televisiopuheen tärkeyden todistavat viimeaikaiset suomalaiset tutkimukset. Kultu-tutkimukseen¹⁰ (Leppänen, Marttila & Pihlajamäki 2000, 30) haastatellut kuluttajat kaipasivat television yhteisyyden tunnetta. Snellin, Lahelman ja Toppisen (2003, 67) mukaan asia- ja ajankohtaisohjelmien yksi kiinnostavuuskriteeri on, herättävätkö niiden aiheet keskustelua esimerkiksi seuraavana päivänä työpaikalla.

EEN-aineistossa vain 17 vastaajaa ilmoitti, etteivät käyneet keskusteluja tv-ohjelmista. Voi jopa puhua sosiaalisesta paineesta: jos et tiennyt jostain ohjelmasta, olit ulkona ystävä-, työ- tai naapuruspiiristä. Televisio-ohjelmista puhuminen vaikutti myös siten, että kavereiden vaikutuksesta alettiin seurata jotakin tiettyä sarjaa. Nuorten elämässä televisio-ohjelmat olivat erittäin tärkeä puheenaihe kaveripiireissä. Joitakin ohjelmia oli ”pakko” katsoa pysyäkseen mukana ja voidakseen ottaa osaa keskusteluun. Ohjelmien kautta luotiin omaa ryhmäidentiteettiä. Monien televisionkatselu tosin väheni teini-iän jälkeen, kun

opiskelut alkoivat. Televisio-ohjelmista puhuminen oli ollut myös osa yleistä teini-iän yhteenkuuluvuutta:

Hauska seikka verrattuna ohjelmakäyttätymiseeni nykyään on se, että nuorempana ei todella seurattu muuta kuin ns. porukan hyväksymiä ohjelmia. Tänä päivänä väitetään niin lehtien kuin tv-ohjelmienkin seuraamisen osalta kaikkea muuta kuin sitä asian todellista laitaa. Jos kukaan ei nyt ”katso” *Big Brotheria*, niin ennen sitä ei todella olisi katsottu. Ehkä sitä vain nuorempana oltiin jo inflaation kärsineellä termillä kuvaten aidompia. (O79M83.)

Poikien jääminen kiinni ”tyttöjen ohjelmien” katsomisesta saattoi aiheuttaa nolouden tunteita. Toisaalta myös tosi-tv-genreen suhtautuminen on hyvin kaksijakoista. Ohjelman seuraaminen on saattanut aiheuttaa myös huonoa omatuntoa, tai ohjelman katselua ei välttämättä ole uskallettu myöntää.

Oleellinen osa esimerkiksi *Big Brotherin* katsomiskulttuuria on keskustelu, jota käydään ohjelman kotisivujen keskustelupalstalla. Internet on tuonut televisio-ohjelmista puhumiseen, tai juoruiluun, uuden ulottuvuuden. Eikä internet ole merkinnyt vain yleisöjen fragmentoitumista pieniin ryhmiin. Mobiili- ja elokuvabisneksessä toiminut markkinointipäällikkö Jani Halme totesi seuraavaa syyskuussa 2006 lehtijutussa (Metsämäki 2006): ”IRC-Galleriassa käy päivittäin yli puolet 15–17-vuotiaista suomalaisista nuorista. Minulle on ihan turha tulla jupisemaan, että nuoriso on pirstaloitunut.”

Tosin jo ennen internetiä televisio-ohjelmien fanittaminen¹¹ on ollut helpompaa kuin television alkuaikoina, koska nykyään ohjelmista kirjoitetaan enemmän:

Minulla ei ole erityistä mielikuvaa keskusteluista, joita televisio-ohjelmista käytiin koulussa ja kavereiden kanssa. Tiettyjä ohjelmia kuitenkin seurasi melkein kaikki. Ala- ja ylä-asteella yleisiä suosikkiohjelmia ikäisteni keskuudessa olivat ainakin amerikkalaiset *Beverly Hills 90210* ja *Melrose Place*, joiden tähdistä kaikilla oli omat suosikkinsa ja inhokkinsa. Myös *Twin Peaksista* keskustelin paljon niiden kavereiden kanssa, jotka ohjelmaa seurasi. Hankimme myös käsiimme kotimaisia ja ulkomaisia lehtiä, joissa sarjasta kirjoitettiin. (O16N81.)

Mediakulttuurin televisioituminen ja konvergenssi (ks. Herkman 2005) on lisännyt tv:n yhteisöllisyyttä. Nykyään on vaikeaa olla törmäämättä tv-julkiksiin (ns. tabloidisaatio), vaikka ei seuraisi televisiota. Kuten eräs opiskelija kuvaa satiirisesti digi-tv:n (toistaiseksi haudattuja) mahdollisuuksia:

Digitelevisionhan lupaa lisääntyvää interaktiivisuutta, mutta mitä se käytännössä tarkoittaa. Pahimmassa tapauksessa katsojat siis tekevät ohjelmat ja alkaa kotivideoiden uusi kultakausi? Tuleeko meistä kaikista käsikirjoittaja/ohjaaja/leikkaaja, jotka esittelevät keittiötään Vittu-hei-mä-oon-julkkis! -lehden maanantailiitteessä. Käsite tekijästä muuttuu ja ohjelmakrediiteissä mainitaan kaikki äänensä antaneet. Tiedä häntä, mutta Amerikassa on kuulemma kaikki tosi-tv:tä (aamun Hesari, 29.12.05). (O52M81.)

Television ja sen julkisuuden avulla mallinnetaan omaa identiteettiä. Mediavälitteinen kulutus- ja kuvakulttuuri (ks. Jansson 2002) antaa monenlaisia malleja itsensä toteuttamiseen ja näkemiseen suhteessa muihin. Totta on, että television tyyppisen median käyttöön on valinnan ja runsauden aikana pesiytynyt paljon postmoderniin yhdistettyjä piirteitä. Useat niistä liittyvät aikamme kuvakulttuuriin: kuka minä olen, missä minä näyn ja miltä minä näytän. Television ansiosta identiteetin muokkaaminen kuvien kautta on noussut kulttuurimme keskiöön, mutta miten se ilmenee television katsomistavoissa, on monimutkainen kysymys.

MONIMUOTOINEN, KEHITTYVÄ TV-YHTEISÖLLISYYS

Psykologi Hannu Haikonen (2006) kirjoitti syyskuussa 2006 *Helsingin Sanomien* yleisönosastopalstalla sarkastisesti: ”Varmasti jossain on julkaistu tutkimus, jonka mukaan televisionkatselu lisää sosiaalisuutta ja yhteisöllisyyttä!” Hänen kirjoituksensa kritisoi televisiota tyylillä, joka muistuttaa 1950-luvun ylempien sosiaaliryhmien televisiovastaisuutta. Haikonen pitää televisiota addiktoivana sekä luovuuden, virikkeellisuuden, älyllisyyden, persoonallisen, sosiaalisen ja yhteisöllisyyden vastakohtana. Jos huomiot suomalaisten television katselun kehityksestä eivät suoranaisesti väitä television edistäneen sosiaalisuutta, kertovat ne kuitenkin sen, ettei television sosiaalisuus ole television kehityksessä ainaakaan vähentynyt – ehkäpä osittain jopa päinvastoin.

Television tyyppinen media, jota käytetään ennen kaikkea kotona, voidaan nähdä siltana yksityisen ja julkisen välillä. Median käyttö on normaalin sosiaalisen käyttäytymisen muoto ja hyväksyttävä todellisen kanssakäymisen korvike. Toisaalta media on laajasti käsitettynä myös sosiaalistumisen käynnistäjä – tapahtuma sosiaaliselle oppimiselle ja keino ottaa osaa laajemmin yhteiskuntaan. Konkreettisimmin tämä ilmenee ihmisten tarpeena jakaa mediakokemuksiaan muiden kanssa. Erityisesti mediaan liittyvä puhe on hyödyllinen keino päästä kontaktiin vieraiden kanssa olematta tunkeileva. Vaikka mediat, etenkin televisio, ovat saattaneet ”tappaa” tiettyjä sosiaalisen kanssakäymisen muotoja, ei ole kuitenkaan olemassa selkeää todistetta, että televisio olisi ainoastaan ollut regressiivinen sosiaalisuuden suhteen. Potentiaalisuus sosiaalisen kanssakäymisen kasvuun median avulla on yhtä suuri kuin sen vähenemiseen. (McQuail 1997, 90–91, 98–99.) Tätä tukevat myös havainnot suomalaisten televisionkatsomisen historiasta.

Yhteiskatselun laantuminen televisioiden yleistyttyä ei ole kuitenkaan merkinnyt sitä, etteikö television ääreen nykyäänkin kokoonnuttaisi yhdessä – myös perheen ulkopuolella. Monet ritualistiset ohjelmat, kuten missikilpailut ja kuninkaallisten häät, ovat olleet tärkeitä jo television ensiaskelista lähtien (ks. esim. Dayan & Katz 1992). 1990- ja 2000-luvun nuorille on syntynyt tiettyjen televisio-ohjelmien viikkorituaali, joka on myös hyvin sosiaalinen tapahtuma. Kun opiskelijat muistelevat kouluaikojaan varsinkin monet amerikkalaiset sarjat, kuten *Melrose Place*, *Beverly Hills 90210*, *Frendit*, *Ally McBeal* ja *Sinkkuelämää*, näyttävät tärkeää osaa sosiaalisessa kanssakäymisessä. Itse asiassa vain harvat mainitsevat katsovansa televisiota nykyäänkään yksin, sillä seurana on yleensä vähintään poika- tai tyttökaveri. Television yhteiskatsominen opiskelijoiden mediamuistoissa liittyy etenkin perheeseen lapsuudessa sekä kaveripiiriin myöhemmin videoiden yhteydessä.

Jälkeenpäin ajatellen television katselu oli yllättävän sosiaalista toimintaa etenkin ala-asteikäisenä: jos ei ollut televisiosta jotain ohjelmaa katsonut, oli ulkona keskusteluista. Ala-asteen aikana suuri juttu oli myös *Jyrki*-musiikkiohjelma, jota kuvattiin Helsingin keskustassa. Joskus menimme seisomaan ikkunan taakse ja myöhemmin katsoimme nauhalta, kuinka olimme televisiossa. Yhä edelleen keskustelen paljon kavereideni ja perheeni kanssa television ohjelmista, etenkin tosi-tv:stä. Ei varmaan päiväkään kulu, etten kävisi keskustelua joko *Idolsista* tai *Big Brotherista*. Etenkin jälkimmäinen ohjelma kaikessa tylsyydessäänkin aiheuttaa suuria intohimoja: sitä joko vihataan tai rakastetaan. Itse olin kyseiseen sarjaan koukussa, ja se on oikeastaan ensimmäinen sarja, jota seurattessa katsomiskokemusta mielenkiintoisempia olivat ohjelman internet-keskustelut. Ohjelman katsominen oli jopa turhauttavaa, kun oli lukenut tapahtumista jo päivää aiemmin internetistä. (O78N85.)

Mielenkiintoista on kuitenkin, että television sosiaalinen katselu on jatkunut myös aikuisiällä. 2000-luvulla etenkin tosi-tv-ohjelmat ovat juuri tällainen ohjelmagenre, jota katsotaan yhdessä. Tosi-tv-ohjelman monimediaalinen (ks. Hautakangas 2006; Rasimus 2006) kanssakäyminen ulottuu vielä uudelle tasolle virtuaaliseen yhteisöön. *Big Brotheria* on pidetty käännekohtana yleisön määritelmälle. Ohjelma on osoittanut, ettei massamediaailmiöitä voi selittää tutkimalla pelkästään yleisöjä, sillä ihmiset voivat ottaa osaa mediatapahtumiin eri tavoin. Tämä tarkoittaa useiden medioiden saman- tai eriaikaista käyttöä sekä ihmisten kiinnostuksen hyödyntämistä kaupallisesti.¹² (Ross & Nightingale 2003, 3–5.)

Massamedioiden käyttösäännöt eivät kuitenkaan ole yksinkertaisia. Niitä leimaavat interaktiivisuus, konsensushakuisuus ja valinnat, joita tietyt erityiset ryhmän tai yhteiskunnan rajat muokkaavat. Ne eivät toteudu ihmisen käyttäytymisen todennäköisyyslakien mukaan. (Lull 1990, 78.) Vaikka television katsominen on usein passiivista, ohjelmien puhuttelutapa ei määrää kuinka aktiivista tai passiivista katsominen on. Televisio saattaa myös jäädä toissijaiseksi sosiaalisessa kanssakäymisessä. Se on päällä, mutta enemmän taustahälynä, kun tärkeämpää on yhdessäolo. Televisioon liittykin oleellisesti juuri Lullin (1990) mainitsema rakenteellisen katselun muoto, ympäristöllisyys.

Mediaetnografiset tutkimukset ovatkin osoittaneet, että kotien mediankäytösäännöt ovat monimutkaisia, usein ääneen lausumattomia sääntöjä, jotka vaihtelevat perheestä toiseen (ks. esim. Morley 1986). Vaikutusta on myös iällä ja sukupuolella. Yksilöllisen viihde- tai informaatiomerkityksen ja -tyytytyksen lisäksi televisio-ohjelmien seuraamisen motiiveina voivat olla esimerkiksi halu näyttää hyvältä kavereiden tai vastakkaisen sukupuolen silmissä (identiteetin luominen), ulkopuolisuuden kokemisen välttäminen (ryhmäidentiteetti) tai pelkästään median yhteisöllisyyttä luovan vaikutuksen hakeminen (osana kuviteltua yhteisöä). Mediakonvergenssi on tuonut katseluun yhä enemmän verkostoitumista ja virtuaalivuorovaikutusta. Kaiken kaikkiaan sosiaalisuus on edelleenkin tärkeä tekijä television katselussa (ks. seuraava taulukko).

Televisio sosiaalisen kanssakäymisen kehittyminen

NIUKKUUDEN AIKA 1956–1987	VALINNAN AIKA 1987–2001	RUNSAUDEN AIKA 2001–
<ul style="list-style-type: none"> - Yhteiskatselu - Kyläilykulttuurin muutos - Vaikutus muihin huveihin - Arjen rytmittäjä - Tv-puhe/juoruilu 	<ul style="list-style-type: none"> - Yhteiskatselu (myös video) - Tv taustahälynä - Arjen rytmittäjä - Ajansiirto videoilla - Tv-puhe/juoruilu 	<ul style="list-style-type: none"> - Yhteiskatselu (myös DVD) - Tv taustahälynä - Arjen rytmin priorisointi - Ajansiirto lataamalla - Tv-puhe/juoruilu (myös internetissä)

TRADITIOT JA SOSIAALISUUS PYSYVÄT SEKÄ MUUNTUVAT

Televisio valinnan ja runsauden ajasta on esitetty, että televisio ei enää olisi yhteisöllinen media vaan osa post-fordistista, segmentoitunutta markkina- ja kulutusmaailmaa, jossa identiteettejä vaihdetaan kuin kanavia. Opiskelijoiden kertomukset kertovat kuitenkin toista. Tärkeä viimevuosien televisioilmiö, joka on selkeästi jopa lisännyt television sosiaalista luonnetta, on tosi-tv. Esimerkiksi sisällöltään tosi-tv:n voi nähdä postmodernina, sillä se Aslaman (2002) mukaan ”vastaa epävarmuuden, individualismin ja konstruoitujen totuuksien aikakauden erityispiirteisiin”.

Jälkimoderni mediayhteiskunta tuottaa uusheimoja, joissa yhteisöllisyyttä tuottavat ideologioiden sijaan esimerkiksi mediakuvat ja -ilmiöt. Ne luovat uudenlaista, yhteenkuuluvaisuuden tunnetta. Täytyy kuitenkin muistaa, etteivät kansallisvaltiot ja voimakkaat kollektiiviset identiteetit ole kadonneet. Niiden ylläpitäjänä ja vahvistajana medialla on tärkeä rooli. (Maffesoli 1995; McQuail 1997, 147.)

Vaikka televisio vaikutti sosiaaliseen kanssakäymiseen alkuaikoina radikaalistikin, säilyivät monet vanhat suomalaiset traditiot. Televisioon liittyvät rutiininomaiset piirteet muokkautuvat kulttuurispesifeihin ja vanhoihin suomalaisiin traditioihin. Tässä mielessä television voisikin sanoa olevan transmoderni (vrt. Hartley 1999): sen käytössä ilmenee sekä uusia, että televisiota vanhempia tapoja. Leimallisin suomalainen vanha ja vieläkin hyvin elävä traditio on television katsominen saunan jälkeen. Esimerkiksi Englannissa samanlainen traditio on television katsominen iltateen jälkeen (O’Sullivan 1991, 171). Viestintää voidaan käyttää myös traditioiden laajentamiseen ja lujittamiseen – ei vain haastamaan ja horjuttamaan arvoja ja uskomuksia (Thompson 1995, 183, 192, 195.)¹³

Monet mediarutiinit synnyttävät jatkuvuutta ja tarjoavat turvallisuutta (Noppiari 2003, 56). Tästä Suomi on hyvä esimerkki. Vahva yleisradioyhtiö ja poikkeuksellisen monipuoliset täyden palvelun kaupalliset yhtiöt ovat pystyneet keräämään suomalaisia samanaikaisesti television ääreen vielä runsauden aikanakin. Ulkomaiset satelliitista ja kaapelista tulevat televisiokanavat ja uudet televiisioteknologiset muutokset, kuten video ja digi-tv, ovat saaneet kansalliset yhtiöt reagoimaan nopeasti muutoksiin. Suomalainen televisiojärjestelmä, jossa on eurooppalaisittain vahvat kaupalliset perinteet, on osoittautunut menestyk-

seksi. Lisäksi suomalaiset pitävät suomalaisista ohjelmista. On epätodennäköistä, että digitalisaatio muuttaisi tilannetta ratkaisevasti, vaikka se näyttäisi vihdoin juurruttavan esimerkiksi maksu-tv-idea suomalaiseseen televisioon.¹⁴

Televisiota halutaan katsoa paitsi osana kuviteltua yhteisöä myös fyysisesti samassa tilassa jakaen kokemuksia ja tunteita kasvoista kasvoihin. Television fragmentoituminen ei toteudu television sosiaalisessa käytössä, eikä sen kansakuntaisen yhteisöllisyyden katoamisessa (ks. esim. Pajala 2006).

Tulevaisuudessa tiettyjä televisio-ohjelmia tilataan tai ladataan digitaalisesti yhä enemmän – laillisesti tai laittomasti – katsottavaksi sopivaan tilanteeseen, mutta todennäköisesti tämä ei lopeta tarvetta kokea televisiota suorina lähettyksinä tai muuten samaan aikaan muiden kanssa. Suurin osa ihmisistä haluaa digitaalisessakin ajassa televisiolta valmiita ohjelmistoja (Wiio 2003, 130).

Viitteet

- 1 Tämä artikkeli perustuu laajempaan teokseeni (Kortti 2007a), jossa tarkastelen analyttisesti myös televisiota kulutustuotteena ja maailmankuvan muokkaajana. Kirjani pitää sisällään lisäksi suomalaisen television institutionaalisen historian yleisesityksen tekemällä synteisiä tähän asti kirjoitettua suomalaisen television tutkimuksesta ja suhteuttamalla sen kansainväliseen televisiohistoriaan sekä suomalaisen yhteiskunnan kehitykseen.
- 2 Cecilia Tichin (1991, 63) mukaan televisionkatsomisen yksilöllisyyden korostaminen liittyi Yhdysvalloissa amerikkalaiseen, valistusperäiseen individualismiin ja demokratian arvoihin. Yksilöllinen itsensä korostaminen ei kuitenkaan sopinut perheen, kumppanin tai ryhmän toimintaideaan. Näin amerikkalainen individualismi oli ristiriidassa sähköisen tulisijan (*electronic hearth*) metaforan kanssa, joka hallitsi 1950-luvun amerikkalaista televisiopuhetta.
- 3 Tarkemmin tutkimuksen metodologiasta Kortti & Mähönen (tulossa).
- 4 Etenkin (populaari)kulttuurintutkijat innostuivat de Certeau'n ajattelusta 1980-luvulla. Median, kuten television, käytön lisäksi hänen teoriaansa sovellettiin innokkaasti muihin arjen kulutustoimintoihin (Moores 1993, 129–134).
- 5 Äärimmillen de Certeau sovelsi John Fiske (1987; 1989a; 1989b), joka näki, että ihmiset vastustavat kaikkea mitä systeemi tarjoaa ja tekevät sillä mitä haluavat: ovat ihanteellisia arjen sankareita.
- 6 Toisaalta Juha Kuisma (1990, 35) on nähnyt, että televisio edesauttoi maaltamuuttoa ja oli sitä kautta keskeinen tekijä maaseudun murroksessa. Televisio herätti tarpeita, joiden tyydyttäminen oli useimmiten maaseudulla mahdotonta. Joukkoviestinnän antama kuvakin maaseudusta oli usein väärä.
- 7 Lyhenne tulee sanoista Museovirasto/Kysely 41/vastaajan diaarinumero.
- 8 Tarkemmin tiettyjen ohjelmien vaikutuksesta sosiaaliseen kanssakäymiseen ks. Kortti 2007b.
- 9 Lyhenne muodostuu seuraavasti: O=opiskelija, vastaajan järjestysnumero, sukupuoli (N=nainen, M=mies), syntymävuosi.
- 10 Kultu eli Kuluttajatutkimukset-hanke oli käynnissä vuonna 1996 Tampereen yliopistossa ja Tampereen teknillisessä korkeakoulussa. Tekesin rahoittamassa projektissa tutkittiin digitaalista mediaa.
- 11 Televisio-ohjelmien fanien tutkimus on mediakulttuurintutkimuksessa luonut oman tutkimussuuntauksen, fanitutkimuksen, jota on tehty jonkin verran viime aikoina myös Suomessa (ks. esim. Ross & Nightingale 2003, 120–145; Nikunen 2005).
- 12 *Big Brother* on ollut esimerkiksi yksi ohjelma, joka on ollut tarkkailun kohteena viime aikojen tuotesijoitteluun liittyvissä keskusteluissa (Kortti 2006).
- 13 Hyvä esimerkki tästä Suomessa on kaupungistumiseen ja maaltapakoon liittyvä lähiöistyminen. Maaseudun traditioita ei suinkaan hylätty kerralla täysin uudenlaiseen

asuinpaikkaan siirryttäessä vaan vanhat maaseudulta peräisin olevat tavat muotoiltiin uuteen asuinympäristöön ja sosiaaliseen ilmapiiriin sopiviksi (ks. Kortteinen 1982). Täytyy myös muistaa, kuten historioitsija Eric Hobsbawm (Hobsbawm & Ranger 1983) on huomionnut, että jotkut traditiot, joiden on oletettu periytyvän vuosisatojen takaa, ovat itse asiassa suhteellisen uusia, usein peräisin 1800-luvulta.

- 14 Vaikka – tässäkin – suomalaiset olivat aikanaan etujoukoissa. HTTV:n (Helsinki Televisio Oy) 1978 aloittama Viihdekanava oli ensimmäisiä maksu-tv-kanavia Euroopassa. Kehitystä on jarruttanut ennen kaikkea täyden palvelun kanavien monipuolisuus ja laadukkuus. Digitalisointi tosin näyttäisiin olevan vihdoin muuttamassa ainakin hiukan tilannetta. Ainakin ”maksutelevisioveteraani” Jarkko Nordlundin (ent. Canal+’n johtaja, nyk. Viasatin toimitusjohtaja) mukaan suomalaiset omivat maksu-tv:n ruotsalaisten ja brittien tapaan (Paalosalo 2006).

Kirjallisuus

- Alasuutari, Pertti & Jorma Siltari (1983) *Työväestö ja televisio*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja, sarja A 48.
- Alle 15-vuotiaat katsoivat aiempaa enemmän televisiota. Finnpanel Oy:n tiedote. (2007) http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedotteet/tv_080107.html
- Anderson, Benedict (1983) *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Ang, Ien (1996) *Living room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London and New York: Routledge.
- Aslama, Minna (2002) Tosi-tv:n todellinen maailma. *Journalismikritiikin vuosikirja*. Tiedotustutkimus 1:2002, 162–170.
- de Certeau, Michel (1988) *The Practice of Everyday Life*. Los Angeles: University of California Press.
- Dayan, Daniel & Elihu Katz (1992) *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Ellis, John (2000) *Seeing Things. Television in the Age of Uncertainty*. London: I. B. Tauris.
- Fiske, John (1987) *Television Culture*. London: Routledge.
- Fiske, John (1989a) *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, John (1989b) *Reading the Popular*. London: Routledge.
- Fiske, John (1992) *Moments of Television: Neither the Text Nor the Audience*. Teoksessa Seiter, Ellen & Borchers, Hans & Kreutzner, Gabriele & Warth, Eva-Maria (toim.) *Remote Control. Television, Audiences & Cultural Power*. Routledge. London; Mumford.
- Gray, Ann (1992) *Video Playtime. The Gendering of a Leisure Technology*. London: Routledge/Comedia.
- Gunter, Barrie & Jill L. McAleer (1990) *Children and Television. The One Eyed Monster?* London and New York: Routledge.
- Haikonen, Hannu (2006) Television katselun haitoista pitäisi varoittaa myös aikuisia. *Helsingin Sanomat* 12.9.2006, C4.
- Hartley, John (1999) *Uses of Television*. London and New York: Routledge.
- Hautakangas, Mikko (2006) Aktivoitu yleisö Suomen Big Brotherin internet-keskustelupalstalla. *Tiedotustutkimus* 4/2006, 24–40.
- Helsti, Hilikka (1988) Kulttuurin muutos ja televisio. Television ensimmäiset vuosikymmenet suomalaisten kokemina. *Suomalais-ugrilaisen kansatieteen Pro gradu -työ* lokakuussa 1988. Sarja B 9/1988. Helsinki: Oy Yleisradio Ab.
- Herkman, Juha (2005) *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto*. Median markkinointuminen ja televisioituminen. Tampere: Vastapaino.
- Hobsbawm, Eric & Terece Ranger (toim.) (1983) *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobson, Dorothy (1989) *Soap Operas at Work*. Teoksessa Seiter, Ellen & Borchers, Hans & Kreutzner, Gabriele & Warth, Eva-Maria (toim.) *Remote Control. Television, Audiences & Cultural Power*. Routledge. London; Mumford.
- Hobson, Dorothy (1990) *Women Audience and the Workplace*. Teoksessa Brown, Mary Ellen (toim.) *Television and Women’s Culture. The Politics of the Popular*. London: Sage.

- Jansson, André (2002) *The Mediatization of Consumption. Towards an Analytical Framework of Image Culture*. *Journal of Consumer Culture*. 2:1, 5–31. London, Thousand Oaks CA & New Delhi: SAGE.
- Kalela, Jorma (1988) *Työväen perinteisen elämäntavan mureneminen ja joukkoviestintä*. Sarja B 7/1988. Helsinki: Oy Yleisradio Ab. Suunnittelu- ja tutkimusosasto.
- Kangasharju, Sanna (1996) *Viestinnän vaikutus ajan käsittämiseen*. *Tiedotustutkimus* 1:1996, 54–64.
- Kortteinen, Matti (1982) *Lähiö: tutkimus elämäntapojen muutoksesta*. Helsinki: Otava.
- Kortti, Jukka (2006) *Tarkkana brändien kanssa – taas. Lisääntyvä tuotesijoittelu osana postmodernia markkinoituvaa mediaa*. *Tiedotustutkimus* 2:2006, 91–103.
- Kortti, Jukka (2007a) *Näköradiosta digiboksiin. Suomalaisen television sosiokulttuurinen historia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kortti, Jukka (2007b) *Peyton Placesta Big Brotheriin. Kaupallinen televisio hallitsee yhteisiä televisiomuistoja*. Teoksessa Wiio, Juhani (toim.) *Television viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan* Helsinki: SKS.
- Kortti, Jukka & Tuuli Anna Mähönen (tulossa). *Media Ethnography, Oral History and Finnish Third Generation Media History*.
- Kuisma, Juha (1990) *Maaseudun elämäntavan muutos ja sen suhde joukkoviestintään*. Helsinki: Oy Yleisradio Ab. Suunnittelu- ja tutkimusosasto. Sarja B/1989.
- Kuusterä, Antti (1995) *Aate ja raha. Säästöpankit suomalaisessa yhteiskunnassa 1822–1994*. Helsinki: Otava.
- Leppänen, Sanna & Mikko Marttila & Timo Pihlajamäki (2000). *Tulevaisuuden kanavat ja palvelut*. Teoksessa *Kohti yksilöllistä mediamaisemaa 2000: Kuluttajatutkimukset-hanke. Teknologiatutkimus 98/2000*. Helsinki: Tekes.
- Lull, James (1990) *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge.
- Maffesoli, Michel (1995). *Maailman mieli. Yhteisöllisen tyylin muodoista*. Suom. Mika Määttänen. Helsinki: Gaudeamus.
- Mannheim, Karl (1972 [1952]) *The Problem of Generations'* Teoksessa Altbach, Philip G. & Laufer, Robert S. (toim.) *The New Pilgrims. Youth Protest in Transition*. New York: David McKay Company, Inc.
- McQuail, Denis (1997) *Audience Analysis*. Thousand Oaks: Sage.
- McQuail, Denis & Jay G. Blumler & J.R. Brown (1972) *The Television Audience: A Revised Perspective*. Teoksessa McQuail, Denis (toim.) *Sociology of Mass Communications*. Suffolk: Penguin Books.
- Metsämäki, Mikko (2006) *Mellakka jatkuu. Markkinointi ja Mainonta* 26/2006, 20.
- Moores, Shaun (1993) *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*. London: Sage.
- Morley, David (1986) *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, David (1992) *Television, Audiences & Cultural Studies*. London: Routledge.
- Niemi, Iris & Hannu Pääkkönen (1989) *Ajankäytön muutokset 1980-luvulla*. Helsinki: Tilastokeskus, Tutkimuksia 153.
- Niemi, Iris & Hannu Pääkkönen (2001) *Ajankäytön muutokset 1990-luvulla*. Helsinki: Tilastokeskus. *Kulttuuri ja viestintä* 2001:6.
- Nikunen, Kaarina (2005) *Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituuhannen taitteen Suomessa*. Tampere: Tampere University Press.
- Noppiari, Elina (2003) *Frenki monimediaalivassa viestintäympäristössä*. Tampereen yliopisto, Journalismin tutkimusyksikkö.
- O'Sullivan, Tim (1991) *Television Memories and Cultures of Viewing, 1950–65*. Teoksessa John Corner (toim.): *Popular Television in Britain: Studies in Cultural History*. Lontoo: BFI.
- Paalosalo, Mari (2006) *Maksa tai ikävysty* *Bisnes.fi* 10/2006, 39–42.
- Pajala, Mari (2006) *Erot järjestykseen. Eurovision laulukilpailu, kansallisuus ja televisiohistoria*. *Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja* 88. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Rasimus, Mari (2006) *Big Brother saapui Suomeen ja johti monimediaalisuuden jäljille*. *Tiedotustutkimus* 4/2006, 58–70.
- Roos, J.P. (1989) *Televisio – arkielämän hallitsija, uhka ja erottelija*. Teoksessa Heikkinen Kalle (toim.) *Elämää kuvavirrassa*. Helsinki: Oy Yleisradio Ab & Tammi.

- Ross, Karen & Virginia Nightingale (2003):** *Media and Audiences. New Perspectives.* Berkshire: Open University Press.
- Salasuo, Mikko (2006)** *Atomisoitunut sukupolvi. Pääkaupunkiseudun nuorisokulttuurinen maisema ja nuorisotyön haasteita 2000-luvun alussa.* Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus. Tutkimuksia 2006:6.
- Saraneva, Usko (1982)** "Kun radio tuli meille" Yleisradion kuuntelijakunnan muodostuminen vuosina 1920–1960. Helsinki: Oy Yleisradio Ab. Suunnittelu- ja tutkimusosasto. Sarja B 8/1982.
- Scannel, Paddy (1996)** *Radio, Television & Modern Life. A Phenomenological Approach.* Oxford: Blackwell Publishers.
- Sihvonen, Lauri (2006)** Digiviidakko nielaisi katsojat. *Markkinointi & Mainonta* 36/2006, 18–20.
- Snell, Susanna & Anna Lahelma & Pilvi Toppinen (2003)** *Parempia ohjelmia. TV-ohjelmatestien satoa 2001–2003.* Helsinki: YLE Yleisötutkimus.
- Tichi, Cecelia (1991)** *Electronic Hearth: Creating an American Television Culture.* New York: Oxford University Press.
- Thompson John B. (1995)** *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media.* Cambridge: Polity Press.
- Wiio, Juhani (2003)** *Telesio Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo (toim.) Suomen Mediamaisema.* Helsinki: WSOY.
- 60-luvun kuvakirja, osa 5: Rohkeaa puhetta, 2007. Ohjaus: Ari Matikainen. Käsikirjoitus: Elina Heino & Ari Matikainen. Tuottaja: Liisa Akimof. YLE Teemalle tuottanut Production House 2007.