

# Interaktiivisuus mediautopiana ja televisiojournalismin mahdollisuutena

*"Ajatteles, että se tulisi käytäntöön kaikkialla (...) Siten pääsisivät nuo lukemattomat ihmisajatukset, jotka nyt ovat hajalle lyödyt ja kaikkea yhteyttä vailla, vähitellen yhtymään, ikäänkuin sulautumaan toisiinsa. Etkö luule, että se veisi ihmiskuntaa eteenpäin – kohti sen eheytymistä ja kokonaisuutta? Kaikki erimielisyydet ja eripuraisuudet vähitellen häviäisivät."*

(Arvid Järnefeltin Isänmaa-romaani vuodelta 1893; kohtauksen puheenaiheena telefoni.)

Interaktiivisuus (vuorovaikutteisuus) on yksi niistä "uusmedian" voimasanoista, joiden avulla on pyritty perustelemaan uusien viestimien erinomaisuutta vanhoihin viestimiin verrattuna. Vuorovaikutteisuus on säännönmukaisesti mukana niissä listoissa, joissa uuden ja vanhan median tyypillisiä piirteitä jäsennetään vastakohtaisten ominaisuuksien luetteloksi (esim. Hintikka 1996; vähemmän vastakohtaisesti McQuail 1994, 21-22 ja 292).

Artikkelin mukaan epämääräiseksi todettua rajaa interaktiivisten ja ei-interaktiivisten viestimien välille on hyödytöntä etsiä, varsinkin vanhan ja uuden median väliseltä rajalta. Syynä on paitsi se, että vanha ja uusi media erottuvat toisistaan heikosti, myös se, että interaktiivisuus on itsessään käsitteenä monitulkintainen ja ristiriitainen. Mediatutkimuksen olisi artikkelin mukaan syytä palata interaktiivisuuden "kantasanaan" interaktio ja inhimillisen vuorovaikutuksen sosiologiseen käsitystapaan, ja tutkia sen kautta vuorovaikutuksen eri muotoja erilaisissa mediaviestien tuotannon ja vastaanoton konteksteissa. Interaktiivisuuden käsitettä tulisi käyttää kantasanan mukaisesti kuvaamaan vuorovaikutteisia mediatilanteita mieluummin kuin erottamaan erilaisia mediateknologioita sen mukaan, sisältyykö niihin reaaliaikainen paluuviestien kanava vai ei.

Mutta kuten Johan Fornäs osuvasti huomauttaa, raja vuorovaikutteisen ja vuorovaikutuksettoman median välillä on "pahamaineisen epämääräinen" (Fornäs 1999, 38). Näyttää selvältä, että tuon rajan etsiminen ei ole järkevää ainakaan vanhan ja uuden median väliseltä rajalta.

Vanha ja uusi media ovat historiallisesti määrittäviä ja liukuvia nimityksiä, joiden rajalinja on entisestään hämärtyneet yhtäältä teknisen ja taloudellisen konvergenssin vuoksi ja toisaalta rikkaalle mediakulttuurille ominaisen intermediaalisuuden eli viestintävälineiden rajat ylittävän sisältöjen vuorovaikutuksen vuoksi (intermediaalisuudesta ks. Lehtonen 1999).

## Interaktiivisuus utopiana

Uudet (media)innovaatiot ovat säännönmukaisesti herättäneet positiivisia utopioita – yhtä hyvin kuin fobioitakin – keksintöjen uusista mahdollisuuksista. Uto-

piat ovat yleensä liittyneet rauhanomaiseen globaaliin yhteyteen, kaikkien tasa-arvoisiin osallistumismahdollisuuksiin, yhteenkuuluvuuteen ja demokratiaan. Elo-kuvasta toivottiin vuosisadan alussa Ricciotto Canudon sanoin "visuaalista espe-rantoa", joka yhdistää maailman ja tekee globaalin yhteisymmärryksen mahdolli-seksi. Television uskottiin tekevän diktatuurit mahdottomiksi. Gregory Ulmer vi-sioi "teleteoriassaan" videoteknologian yhdistävän julkisen ja yksityisen sfäärin sekä liittävän tunteen ja järjen takaisin yhteen. (Hamelink 1995; Andrew, 1976; Salmi 1995, 152; Ulmer 1989.)

Ylioptimistisista odotuksista huolimatta mediautopioita voidaan pitää muuna-kin kuin toiveajatteluna. Karl Mannheimin ajattelussa utopioiden konkreettisuu-desta utopiat nähdään välttämättömänä sosiaalisen muutoksen voimana (Huja-nen 1996). Uudet viestimet ovat reaalisesti muuttaneet maailmaa, joskin luulta-vasti aina hieman eri tavalla ja vähemmän radikaalisti kuin on ennustettu.

Olennaista on kysyä, mihin mediautopia liittyy muutoksen mahdollisuuden: mediateknologiaan vai median käyttötapoihin? Esimerkiksi Bertolt Brechtin 1920-luvun lopulla ja 1930-luvun alussa muutamassa kirjoituksessa kehittämä "radio-utopia" (Brecht 1977), johon myös mediainteraktion visioissa usein viitataan, oli visio radioteknologian uusista radikaaleista käyttömahdollisuuksista, ei teknolo-gian välttämättömästi realisoituvasta lupauksesta. Brecht piti radiosysteemiä ihanteellisena kommunikaation kanavana, mutta vain mikäli se ei ainoastaan lä-hettäisi viestejä, vaan myös vastaanottaisi niitä, ja tekisi kuulijoista myös puhujia. Hän kuitenkin tiesi utopiansa kytkeytyvän kulttuurin poliittisiin ja sosiaalisiin mahdollisuuksiin toteamalla, että mikäli julkisuus ei synnytä keskustelun raaka-ai-neita, ei kenelläkään välttämättä ole mitään sanottavaa, vaikka olisi mahdollista sanoa kaikki kaikille (emt., 129). Brecht piti visiotaan mahdottomana 1930-luvun Saksassa, mahdollisena jossain toisaalla.

Nykyisiin interaktiivisuuden utopioihin näyttää, toisin kuin Brechtillä, liittyvän teknologinen determinismi, joissa mediateknologioita sinänsä voidaan pitää pas-sivoivina tai aktivoivina, yksi- tai kaksisuuntaisina, vuorovaikutteisina tai vuoro-vaikutuksettomina.

Vaikka interaktiivisuuden käsitettä on uusmedian yhteydessä käytetty runsaas-ti ja sumeilematta, on tyypillistä, että käsitteen ulottuvuudet jätetään määrittele-mättä tai jäsentämättä esiin kulloinkin puheena olevassa kontekstissa. Interaktii-visiudesta näyttää tulleen sana, johon kiteytyy tyhjä uusmediahype. Se ei kuiten-kaan ole riittävä syy kääntää käsitteelle selkäänsä. Sen sijaan tuntuu tarpeellisel-ta ainakin hetkeksi irrottautua ominaisuuden nimeksi abstrahoituneesta *interak-tiivisuuden* käsitteestä, joka viittaa vuorovaikutukseen *viestintävälineiden omi-*

naisuutena, ja palata taaksepäin kantasanaan '*interaktio*', jolla voi kuvata toiminnallista *viestintätilanteen* vuorovaikutuksen prosessia.<sup>1</sup>

## Interaktiivisuuden käsitteestä mediainteraktion analyysiin

Vuorovaikutuksen käsite on laaja ja kontekstisidonnainen. Tähtitieteessä voimme puhua taivaankappaleiden välisestä vuorovaikutuksesta ja lääketieteessä kahden eri lääkeaineen interaktiosta ihmisen kehossa. Viestintä- ja mediatutkimuksessa on kuitenkin syytä rajoittaa näkökulmaa ja keskittyä *inhimillisen vuorovaikutuksen* pohtimiseen. Viestinnän kontekstissa vuorovaikutus tarkoittaa vastavuoroista tilannetta, jossa vähintään kaksi ihmistä viestii toisilleen, mutta kuten viestintätutkimuksen sanakirja pätevästi määrittelee, kuvaan kuuluu myös vuorovaikutus *ryhmien välillä*:

Interaction: The reciprocal action and communication, verbal or non-verbal, between two or more individuals, or two or more social groups" (Watson & Hill 1987)

Tämä vuorovaikutuksen käsitystapa on perustaltaan sosiologinen (tai sosiaalipsykologinen) ja sillä on pitkä historia esimerkiksi G.H. Meadin ja John Dewey'n ajattelussa sekä keskinäisviestinnän ("human communication") tutkimuksen perinteessä. Dewey ja Mead liittyivät Chigagon koulukunnan ja symbolisen interaktionismin traditioon ja heidän oppi-isänään puolestaan voidaan pitää Georg Simmeliä. Yksinkertaistaen voi kaikkien edellä mainittujen näkemyksenä pitää sitä, että ihmisten välinen vuorovaikutus on yhteiskunnan koko toiminnan perusta. (Pietilä 1997, 117-127 ja 281-287; Simmel 1971, 23; Charon 1992)

Inhimillisen kommunikaation perspektiivin rinnalle näyttää mediatutkimuksessa ja etenkin uusmediaa koskevassa populaarissa keskustelussa kuitenkin nousseen toisenlainen interaktion käsite, joka on kehittynyt tietojenkäsittelytieteen perinteestä. Tietokoneohjelmien ja käyttöliittymien suunnittelussa interaktio ja interaktiivisuus on käsitteenä rajattu kuvaamaan käyttäjän ja tietokoneen välistä vuorovaikutusta, jonka on nähty olevan analoginen ihmisten väliselle viestinnälle (Jensen 1999, 168; Laurel 1993, 20; 151-2). Näyttää ilmeiseltä että juuri tämä ohjelmavälisten ja käyttöliittymien suunnittelun perspektiivistä syntynyt interaktiivisuuden käsite on ollut omiaan sekoittamaan käsityksiä siitä, mikä on interaktiota mediaviestinnässä.

Jens Jensen tekee erinomaisessa artikkelissaan (1999) selkeyttävän katsauksen interaktiivisuuden käsitehistoriaan. Hänen mukaansa tietojenkäsittelytieteissä ("informatics") interaktion käsite on rajattu ihmisen ja tietokoneen vuorovaikutukseen ("HCI – human-computer interaction"), mutta siitä on jätetty ulkopuolelle ihmisten välisen tietokoneavusteisen kommunikaation perspektiivi ("CMC – computer mediated communication") (emt., 168).

Tämän suuntainen käsitys interaktiivisuudesta hallitsee implisiittisesti etenkin multimediasuunnittelun oppaita. Esimerkiksi kirja "Interactivity by Desing" (Kristof & Satran 1995), sisältää avausluvun otsikoltaan "What is interactivity", jossa avainkäsitteen yleistä määritelmää ei kuitenkaan esitetä, vaan kirja lähtee liikkeelle suoraan siitä oletuksesta, että interaktiivisuudessa on kysymys *tietokoneella käytettävään* sovelluksiin suunniteltavista ominaisuuksista (emt., 1).

Tästä näkökulmasta syntyneissä interaktiivisuuden määritelmässä tietokoneesta on siis tullut interaktion välttämätön joskaan ei riittävä ehto. Tämän suuntainen interaktiivisuuden käsittämistapa tuntuu levinneen median ominaisuuksia koskevaan julkiseen keskusteluun ja mielikuviin: lähdetään implisiittisesti siitä,

että interaktiivisuus liittyy vain tietokoneistettuun viestintään tai nappuloiden paineluun. Jos kuitenkin irrottaudutaan kapeasta tietokonekeskeisestä HCI-perspektiivistä ja pysytään viestintätutkimuksen kannalta järkevämmässä inhimillisen vuorovaikutuksen lähtökohdassa, käy selväksi, että interaktiivisuutta voi toki esiintyä muuallakin kuin tietokoneruudulla. Kuten esimerkiksi Roger Silverstone (1999, 11) on huomauttanut, keskustelu kasvotusten on reaaliaikaista ja interaktiivista, eikä siihen tarvita hiirtä.

Mediaviestinnän interaktiivisuus piilee pikemminkin median ja käyttäjien välisessä suhteessa kuin mediateknologiassa; voidaan lähteä siitä, että eri mediumit sisältävät erilaisia interaktiivisen käytön *potentiaaleja* (Fornäs 1999, 38; McQuail 1994, 22), mutta vuorovaikutus on aina vähintään kahden kauppa. Mikään väline/kanava (medium) ei siis voi luoda vuorovaikutusta tai olla vuorovaikutteinen ilman vastaanottajan/käyttäjän tukea – se voi vain sisältönsä ja rakenteensa avulla sallia tai houkuttaa erilaisiin vuorovaikutuksen muotoihin. Ihmisten välinen sosiaalinen kohtaaminen ja vuorovaikutus on potentiaalisesti läsnä myös mediatioissa ja -tilanteissa, mutta aina vain *mahdollisuutena*. Vuorovaikutteiseksi suunniteltu karaokevideokin voidaan katsoa yksin alusta loppuun "passiivisesti", ilman aktiivista sosiaalista osallistumista, ja toisaalta kirjan kanssa voi hyvin käydä dialogia esimerkiksi omien reunamerkintöjen avulla (Fornäs 1999, 38).

Viestintätilanteen interaktiivisuus on aina ilmeisintä keskinäisviestinnän piirissä. Mediavälitteisyys (esimerkiksi puhelin) tuo keskinäisviestinnän interaktiivisuuden rajoitteita ja uusia piirteitä, mutta tilanteen lähtökohdat ja periaatteet eivät juuri muutu. Mediavälitteisessä ryhmä- ja joukkoviestinnässä interaktion rajoitteet ja rakenteet sen sijaan monimutkaistuvat olennaisesti.

## Mediainteraktio joukkoviestinnässä

*"Tutkimusten mukaan yli puolet kaikesta puhelinviestinnästä on yksisuuntaista, eli riittää kun saa toimitettua viestinsä perille vastaajaan."*

– Ericssonin PuhePosti -järjestelmän mainos.

Keskinäisviestimiäkin voidaan käyttää yksisuuntaisesti käskyjen jakamiseen, mutta pääsääntöisesti keskinäisviestimien käyttäjien viestintäsuhde on kaksisuuntainen. Keskinäisviestimillä on näin ollen aina "suurta interaktion potentiaalia". Mutta miten vuorovaikutusta voi jäsentää joukkoviestinnän kontekstissa?

Kysymys olisi ongelmaton, mikäli uskottaisiin näkemykseen joukkoviestinnästä yksisuuntaisena kommunikaationa lähettäjältä vastaanottajalle. Mikäli tämä olisi totta, ei interaktiota tietenkään tarvitsisi tutkia joukkoviestinnän kontekstissa lainkaan. Näkemys yksisuuntaisesta joukkoviestinnästä ei kuitenkaan ole kestävä. Esimerkiksi analogisen vapaasti leviävä aaltoja hyödyntävän television signaalin lähetysjärjestelmä on tuki yksisuuntainen, mutta silti television sisältötuotanto on aina rakentunut jollakin tavalla vastavuoroisuuden ja (yleisö)vuorovaikutuksen periaatteille; vuorovaikutus on vain hyödyntänyt "paluukanavana" muuta kuin tv-teknologiaa. Kuten usein on jo todettu, joukkoviestintää ei kannata hahmottaa vain informaation jakeluksi vaan se on myös yhteisyyden tuottamista, jakamista ja vuorovaikutusta (Carey 1975).

Joukkoviestinnän vuorovaikutus ei kuitenkaan yleensä ole yksilöllistettyä, vaan ryhmien tasolla pysyvää yleisövuorovaikutusta. Esimerkiksi television yleisövuorovaikutuksen muodot ovat kuitenkin olleet monella tavalla välittyneitä ja hitaita (puhelinkontaktiohjelmia lukuunottamatta), ja yleisön palautetta medialle on välittynyt etenkin erilaisten julkisen keskustelun muotojen ja institutionalisoitujen

rakenteiden kautta (lehtien yleisönosastot, tv-kritiikki, poliittinen debatti kansalaisjärjestöjen kampanjat ja katsojamittaukset). Yksilöllistettyjä vuorovaikutusmuotoja ovat olleet esimerkiksi katsojien mahdollisuus päästä mukaan ohjelmaan, studioyleisöt sekä suorat lähetykset yleisötilaisuuksista. Nämä kuitenkin osallistavat aina vain osan tv-yleisöstä.

Digitaalijan verkkoviestimien vuorovaikutus vastaanottajien kanssa on sen sijaan ollut tyypillisesti nopeaa (ns. reaaliaikaista) ja yksilöllistettyä eli käyttäjäkohtaista. Internetin maine vuorovaikutteisena mediana on syntynyt ajalla, jolloin verkkojen verkko oli pienryhmien medium (sähköposti, uutisryhmät, irc-kanavat), eivätkä uusien ja suosituimpien verkkosivujen toimintamallit Real Audio -lähetyksineen (ks. [www.realaudio.com](http://www.realaudio.com)) ole enää kaukana niistä joukkoviestinnän malleista, joissa yleisön rooli rajoittuu valintaan ja palautteen antamiseen. Internetiä voidaan siis pitää mediumina "hybridimuotona", jolla ei ole selvää "luonnetta"; Internetissä henkilökohtainen viestintä, ryhmäviestintä ja joukkoviestintä elävät rinnakkain ja osittain lomittain, ja alueiden ja kansallisvaltioiden rajat merkitsevät vähemmän kuin (ala)kulttuurien väliset rajat (Fornäs 1999, 39).

Joukkoviestinnän kontekstissa interaktion muodot ovat välttämättä olennaisesti keskinäisviestinnän malleja mutkikkaampia. Suuressa ryhmässä reaaliaikainen vuorovaikutus kaikkien kesken käy vaikeaksi ilman mediavälitystäkin, jolloin apuun kaivataan sääntöjä, rooleja ja rakenteita (puheenjohtajuus, puheenvuoropyynnöt jne). Kuten Fornäs huomauttaa, inhimillinen vuorovaikutus viestinnässä on yleensä välittyntä myös muuten kuin mediateknologian vuoksi, esimerkiksi kielen ja sosio-kulttuuristen koodien kautta (Fornäs 1999,41).

## Aktiivinen mediatekstin tulkinta interaktiona

Pelkkää mediatekstin lukutapahtumaakin on pidetty vuorovaikutuksena tekstin ja vastaanottajan välillä. Tämän väitteen nosti selvänä esiin reseptioestetiikan perushahmoihin kuuluva kirjallisuudentutkija Wolfgang Iser vuonna 1980 julkaisutussa esseessään "Interaction Between Text and Reader" (Iser 1989). Samalla vuosikymmenellä elokuva- ja tv-tutkimuksessa kehittyi vastaava näkemys tekstin ja katsojan "neuvottelusta" ja sosiaalisesti muodostuvista merkityksistä (esim. Morley 1986; Gledhill 1988). Neuvottelevan vastaanoton perspektiivi nousi esiin osittain vasta-argumenttina 1970-luvun psyko-semioottisen elokuvatutkimuksen näkemykselle, jonka mukaan perinteisen elokuvan "puhuttelutapa" (ns. "realistinen diskurssi") asemoi katsojaan tiettyyn passiiviseen asemaan (psyko-semiotiikasta ks. esim. MacCabe 1974, 10, 24; "katsovan subjektin" ongelmasta laajemmin ks. Hietala 1990). Jo ennen edellä mainittuja (1956) luonnostelivat Horton ja Wohl oman näkemyksensä erityisesti television kyvystä luoda "parasosiaalista vuorovaikutusta" katsojien kanssa (Horton & Wohl 1997; teorian suomalainen sovellus Iso-talus 1996).<sup>3</sup>

Pelkkää aktiivista mediatekstin lukua ja tulkintaa voidaankin pitää interaktion eräänlaisena nollatasona, mutta ei vielä kovin intensiivisenä vuorovaikutuksena. Kuten Horton ja Wohlkin korostivat, parasosiaalinen mediasuhde on kuitenkin "simuloitu" eikä se vielä ole aitoa dialogia (emt., 19). Olennaista on kuitenkin huomata, että viestin tulkinta on myös mediainteraktion perusedellytys, ja se taas on suhteessa mediaviestin sisältöön ja puhuttelun retoriikkaan, joka jo tendenssinomaisesti rajaa sitä, ketä viesti kiinnostaa, ja joka voi myös haastaa tulkitsijaa (vastaanottajaa) dialogiin tai jäädä yksisuuntaisen lausunnon tasolle. Mediävälitteistä vuorovaikutusta ja sen eri muotoja ohjaa siis itse asiassa mediumin (väli-

neen) teknisten ominaispiirteiden ohella myös mediasisältö ja sen "puhuttelutapa". Joukkoviestinnän yleisövuorovaikutuksen pohtimisessa etusijalle voi siis Risto Kuneliusen tapaan nostaa pohdinnan sisältöjen rakentamisen prosesseista ja lajityyppikonventioista (Kunelius 1999) sen sijaan että keskittyy eri mediumien teknisten ominaisuuksien "interaktiivisen potentiaalin" eroihin.

Seuraavassa en pyri kuvaamaan kattavasti tai edes systemaattisesti joukkoviestinnässä käyttökelpoisia yleisö- tai käyttäjävuorovaikutuksen muotoja tai "interaktion lajityyppejä". Nostan kuitenkin esimerkinomaisesti esiin muutamia perusjäsenyyksiä vuorovaikutuksesta digitaalisen television ja erityisesti journalististen ohjelmatyyppien kontekstissa.

## **Interaktiivisuuden mahdollisuudet digitaalisen television journalismissa**

Käsite digitaalinen televisio tarkoittaa järjestelmää, jossa tv-ohjelmien koko jakeluketju eli lähetyjärjestelmä ja tv-vastaanoton laitteisto on digitalisoitu. Digitaalinen televisio voi toteutua kolmea eri jakelutietä pitkin: antennivälitteisesti, kaapelivälitteisesti tai satelliittitelevisiona.<sup>4</sup> Nykyiset televisiot saadaan digitaalisen signaalin vastaanottoon sopiviksi kun televisioon kytketään lisälaitte ("set-top box"), joka on itse asiassa pieni tietokone. Vain kaapelivälitteisessä järjestelmässä voidaan katsojien viestien lähettämistä varten rakentaa ns. paluukanava samaan kanavaan kuin lähetyssignaali. Taivaalla lentäviä radioaaltoja käyttävät, antenni- tai satelliittivälitteiset järjestelmät tarvitsevat paluukanavakseen esimerkiksi puhelinlinjan, johon set-top box myös kytketään.

Periaatteessa voidaan spekuloida myös Internet-televisiolla, mutta hyvään kulaatuun pystyvien järjestelmien kehittymistä hidastaa laajakaistaisten kotiyhteyksien kalleus sekä Internetin verkkolinjojen taipumus ruuhkautua, mikä sopii erittäin huonosti yhteen videokuvan vaatiman tasaisen ja häiriöttömän bittivirran syötön kanssa. Kysymys "netti-televisiosta" nostaa kuitenkin laajemman kysymyksen siitä, mikä itse asiassa on televisio. Kysymys ei ole aivan yksinkertainen. Hannu Erikäinen on painottanut, että broadcasting-järjestelmä oli vain yksi television mahdollisista kehityssuunnista, joka vakiintui "modernisaation ilmentymänä" taloudellisen ja poliittisen tehokkuutensa vuoksi (Erikäinen 1992a). Hän on myös dokumentoinut niitä "vastatelevision utopioita", joita on kehitetty mediatiteen piirissä ja kokeiluissa, joissa halpaa videoteknologiaa on käytetty yhteisöllisten narrowcasting-ohjelmistojen luomiseen valtavirran televisiokanavien ulkopuolella (Erikäinen 1992b ja 1993).

Itse rajoitun seuraavassa pohtimaan televisiota nimenomaan siltä pohjalta kuin tunnemme sen vakiintuneelle kanavamallille pohjautuvana joukkoviestimenä. Erilaiset "keskinäistelevision" tai "narrowcastingin" muodot kuten videokonferenssit ovat siis seuraavassa näkökulmani ulkopuolella. Kuitenkin myös yleisövuorovaikutuksen kannalta on kiinnostavaa, että digitaalisen television kautta lisääntyvä kanavatilatarjoaa periaatteessa entistä enemmän tilaa yhteisöllisille, paikallisille tai muuten marginaalisille ohjelmakokeiluille myös broadcasting-järjestelmän piirissä. Määrän lisääntyminen voi siis periaatteessa muuttua laaduksi ainakin monipuolisuuden (diversiteetin) mielessä, joka on esimerkiksi Hellmanin tarkastelussa tv-ohjelmiston keskeinen laatumittari (Hellman 1999). Joukkoviestinmalliinkin rajattuna televisiolla on kuitenkin varsin monimuotoinen ja "polyseminen" olemus; niin tuottajat kuin katsojat voivat käyttää televisiota hyvin monilla eri tavoilla (vrt. Erikäinen 1991, 18).

Interaktiivisuus on yksi kolmesta digitaalisen television "lisäarvolupauksesta".

Yleensä vuorovaikutteisuutta tärkeämpinä etuina mainitaan lisääntyvä ohjelma-aika (kanavatila) sekä esteettinen laatu eli entistä parempi kuvan ja äänen laatu ja yhteensopivuus normaalin valkokangaselokuvan kanssa (16:9-kuvasuhde). Vuorovaikutteiset palvelut tuodaan yleensä esiin edellä mainittujen jälkeen (esim. Silvo 1997, 88).<sup>5</sup>

"Interaktiiviset palvelut" viittaa kuitenkin jo eri suuntaan kuin vuorovaikutus eri ohjelmatyypeissä. Palveluilla viitataan digitaalisen television mahdollisuuteen tarjota erilaisia televisio-ohjelmista erillisiä oheispalveluita kuten entistä tehokkaampia ja värikkäämpiä teksti-tv:n informaatiopalveluita, kaukosäätimen avulla käytettäviä pankkipalveluita sekä television kehittymistä Internet-selaimiksi. Kuvaavaa on, että puhuessaan Politics & Internet -konferenssissa digitaalisen radion ja television uusista mahdollisuuksista Yleisradion pääjohtaja Arne Wessbergkin viittasi interaktiivisuuteen vain multimedian yhteydessä: "Viewers are being offered new kinds of multimedia products in which interactivity plays a key role" (Wessberg 1999). Samoin MTV3:n mediaseminaarissa viime syyskuussa interaktiivisuus (tai vuorovaikutus) mainittiin eri puheissa vain pankkipalveluihin, peleihin sekä elektronisen ohjelma-oppaan ja teksti-tv:n valikkotoimintoihin liittyen (Mediaseminaari 1999).

Itse televisiotoimintaa ajatellen interaktiiviset palvelut pitäisi kuitenkin mieltää enintään uuden tv-järjestelmän strategisiksi lisäpalveluiksi. Tv-laitteen oheistoimintoja tärkeämpää tv-yhtiöiden kannalta on se, miten uudella teknologialla voidaan lisätä ohjelmatoiminnan vuorovaikutteisuutta. Journalististen ohjelmatyypien kontekstissa olisi digitaalisen television vuorovaikutteisuuden visioinnissa keskeisintä pohtia television nykyisiä yleisövuorovaikutuksen muotoja, ja sitä miten niitä voi kehittää entistä hallitumman paluukanavan (kaukosäätimellä käytettävän puhelinlinjan) kautta. Mikäli halutaan lisätä yleisöjen laajaa ja aktiivista vuorovaikutusta television kanssa, pitää tv-tuottajien (kanavajohtajien) itse alkaa tukea sellaisia ohjelmatoiminnan muotoja, joilla pyritään yleisön kanssa keskustelemaan julkisuuden muodostamiseen. Lisääntyvän kanavatilankäyttö pienyleisöjen ohjelmiin ja foorumi-mallisiin ohjelmatyyppeihin on tässä mielessä kiinnostava mahdollisuus.

Televisiojournalismi on jo analogisella kaudella oppinut rakentamaan yleisövuorovaikutusta entistä monipuolisemmin eri ohjelmakonsepteissa. Esim. TV-1:n *Tervo ja Päivärinta* seuloa katsojien GSM-puhelimella lähettämiä kommentteja näkyviin ruudun alareunaan. Risto Johnsonin toimittama *A2000+* hyödyntää monipuolisesti erilaisia mediayhteyksiä sekä katsojiin että asiantuntijoihin, joskin vuorovaikutteiset yhteydet ovat enimmäkseen ennalta järjestettyjä, ja spontaani katsojien osallistuminen on mahdollista lähinnä ohjelman Internet-foorumilla. Perinteisemmät yleisövuorovaikutuksen muodot toimivat mainiosti *Luontoillassa*, jossa asiantuntijat vastaavat katsojien kysymyksiin, joita otetaan vastaan niin kirjeitse, puhelimitse kuin elävältä yleisöltäkin.

Pelkällä vuorovaikutteisuudella tv-ohjelma ei tokikaan muutu kiinnostavaksi. Sisällön kiinnostavuus säilyy keskeisenä haasteena myös yleisövuorovaikutuksen rakentamisessa. Television voi kuitenkin vaikea olla kiinnostava: television jokapäiväinen, ja "virtamainen" luonne osana arkipäivän kotirutiineja ja perheen sosiaalista yhdessäoloa toimivat keskittyntä katselua vastaan. Kustannuksiltaan halpana ja tarjonnaltaan runsaana arkimediana televisioon ei tulevaisuudessaakaan helposti liity keskeytymätöntä intensiivistä katselua ja halua "käyttää" televisiota aktiivisesti, vaan suhde tarjontaan on löyhä, jopa välinpitämätön. Lawrence Grossberg onkin saanut aiheen puhua television "yhden tekevästä" luonteesta (1995, 89-90; vrt. Ellis 1992, 135-137), joka vain korostuu tarjonnan jatkuvasti runsastuessa. Suoran lähetyksen välitön läsnäolon tuntu kuitenkin säily-

nee piirteenä, jossa televisio on vahvimmillaan ja kiinnostavimmillaan vuorovaikutusta hakevien ohjelmien kannalta.

## Vuorovaikutuksen lajeja ja laatuja

Televisio-ohjelman vuorovaikutusta katsojien kanssa voidaan hahmottaa erikseen määrän ja laadun ulottuvuuksille. Interaktion määrää yksittäisen katsojan tasolla voidaan mitata esimerkiksi vuorovaikutuksen ajallisella kestolla, valintamahdollisuuksien määrällä (vähintäänän kyllä/ei -valinta) ja niillä vaikutuksilla, mitä valinnoilla on ohjelman kululle. Laatumuuttajat ovat kuitenkin paljon monimutkaisempia; seuraavassa eräitä keskeisiä:

- Onko vuorovaikutus automatisoitua vai inhimillistä?
- Onko vuorovaikutus reaaliaikaista vai sisältääkö se ajallisen viiveen?
- Onko vuorovaikutus yhden katsojan (perheen) ja mediumin (ohjelman) välistä vai myös katsojien tai katsojaryhmien välistä (ryhmävuorovaikutusta)?
- Onko pääsy vuorovaikutukseen rajattu etukäteen (katsojien edustaja valittu etukäteen) vai onko spontaani osallistuminen ("open access") mahdollista?

Seuraavassa näistä neljästä laatumuuttajasta on taulukoitu näkyviin erilaisia ohjelmatoiminnan vuorovaikutteisuuden malleja. Hahmotus ei suinkaan ole kattava, vaan esimerkinomainen.

TAULUKKO: Esimerkkejä tv-ohjelman yleisövuorovaikutuksen eri muodoista.

	KATSOJAVUOROVAIKUTUS	RYHMÄVUOROVAIKUTUS
<b>ERIAIKAINEN AUTOMAATTINEN VUOROVAIKUTUS</b>	Ostoskanavat, tilattavat lisätietopaketit. Oheistuotteiden myynti (ml. datapalvelut). Automatisoidut palautejärjestelmät. Katsojalukumittaus.	Ohjelman moderoimattomat palautepalstat teksti-tv:ssä tai Internetissä. Jälkikäteen tehtävät yleisöäänestykset, joiden tulokset julkistetaan ohjelman katsojille.
<b>ERIAIKAINEN INHIMILLINEN VUOROVAIKUTUS</b>	Katsojan toiveiden, kysymysten ja ehdotusten vastaanotto eri palautekanavien kautta ennen ohjelmaa. Ohjelmapalaute ohjelman jälkeen.	Ohjelmaan liittyvät moderoidut keskusteluryhmät, ideahautomot ja palautekeskustelut.
<b>REAALIAIKAINEN EDUSTUKSELLINEN VUOROVAIKUTUS</b>	Katsojista valittavat studiovieraat. Teleyhteyksiä käyttävät peli- tai muut ohjelmat, joihin valitaan osallistujat ennalta.	Ennalta valittu studioyleisö. Yleisötilaisuus suoran lähetyksen lähestyspaikkana. Ryhmät tai "kerhot", jotka osallistuvat tv-ohjelmaan ja vaikuttavat sen kulkuun. Ryhminä pelattavat tietokonepelit.
<b>REAALIAIKAINEN SPONTAANI (AVOIN) VUOROVAIKUTUS</b>	Eri palautekanavien kautta suoraan lähetykseen poimittavat katsojien tekstiviestit, puhelut tai videoyhteydet.	Julkisessa tilassa pidettävän yleisötapahtuman tai -keskustelun suora lähetyks. Suoran lähetyksen telemaattiset ryhmäkeskustelut ja ruudussa näkyvät keskusteluryhmät. Juonnetut ryhmäpelit. (Tämä lohko edustaa yleensä kalleinta ja monimutkaisinta interaktiota.)



Laatu-ulottuvuuksia voidaan hahmottaa vielä enemmänkin. Esimerkiksi vuorovaikutuksessa käytettävä aistiulottuvuus (tekstiä, puhetta, videokuvaa, läsnäolo suoraan kameran edessä,...) vaikuttaa sekä ohjelman estetiikkaan että osallistujien sosiaalisiin rooleihin ja "äänivallan" rajoitteisiin. Vuorovaikutuksen tyyliä voi olla leikkilinen ja sosiaalinen tai "vakava", ratkaisukeskeinen ja argumentoivaan keskusteluun pyrkivä. Vuorovaikutteisuus voi myös näkyä enemmän tai vähemmän itse tv-ohjelmassa, tai elää vahvemmin sen ulkopuolella (esimerkiksi ohjelman Internet-foorumilla). Vuorovaikutuksen laatu-ulottuvuuksiin kuuluu myös kysymys vuorovaikutuksen *taloudellisista ominaisuuksista* eli siitä, miten ja kenen rahoilla yhteydenpidon kanavat kustannetaan ja mikä on vuorovaikutuksen hinta vastaanottajalle/käyttäjille.

Mediainteraktion tilannesidonnaisia laatu-ulottuvuuksia on niin monia, että tuntuu mahdottomalta hahmottaa niitä kattavaksi taulukoksi tai nelikentäksi, koska taulukon tulisi olla moniulotteinen. Jensen on kyllä yrittänyt hahmottaa riittävän erottelukykyistä 3-ulotteista mallia (1999, 163, 184-5), mutta sen ongelmana on sitoutuminen kapeaan ja informaatiopalveluiden perspektiivistä nousevaan vuorovaikutusmuotojen erittelyyn ja media-erotteluun. Yksinkertaisemman taulukon on laatinut Van Tassel (1996, 87-86), joka jaottelee interaktiiviselle televisiolle mahdolliset vuorovaikutusmuodot neljäksi pääsuunnaksi:

- kaupankäynti ("transactions")
- virtuaalinen simulaatio ("simulation"; esim. pelisovellukset)
- vertailu ("comparision", esim. yleisöäänestys, jossa yksilö voi verrata näkemyksiään muiden näkemyksiin)
- kirjeenvaihto ("correspondence"; lähinnä tv-käyttäjien välinen vuorovaikutus ja keskustelu)

Van Tasselin ryhmittely on kovin karkea, mutta hän oivaltaa sen, miten eri vuorovaikutusmuotoihin liittyy myös potentiaalisia ongelmia, kuten keskusteluun ("correspondence") kuuluva "häiriköinti", aivan kuten ihmisten väliseen keskinäisviestintään (emt., 96, 99). Televisiossa, kuten kaikessa joukkoviestinnässä, yleisövuorovaikutus voikin toteutua aina vain jollain lailla strukturoituna ja rajoitettuna, ja joidenkin ongelmien uhalla. Välitön kaikkien puhe kaikkien kanssa ei ole mahdollista suurten joukkojen välisessä viestinnässä. Studioon erikseen valittu "yleisön edustaja" esiintyy jatkossakin tärkeämmässä sosiaalisessa roolissa tilanteessa kuin kotoa ohjelmaan osallistuva katsoja (vaikka käytössä olisikin kuvayhteys) eikä jokaista katsojaa voi ottaa studioon.

Kaikkein haastavimmat vuorovaikutuksen muodot televisiojournalismissa liittyvät keskusteleviin toimintamuotoihin, joissa katsojien vuorovaikutus ohjelman kanssa on kestävä (sarjamaista), kehittyvää ja monipuolista. Sillä, onko katsojien palautekanava yhden mediajärjestelmän sisällä vai sen ulkopuolella (kirjepostin, faxin tai puhelimien varassa) ei ole kovin suurta merkitystä. Ei ole myöskään syytä ajatella että reaaliaikainen interaktio olisi aina parempaan kuin viiveellä toteutuva keskustelu (esim. ohjelman Internet- tai teksti-tv-sivulla). Reaaliaikaiseen mediaviestintään liittyy sivusta seurattunakin ennakoimattoman tilanteen intensiteettiä, mutta viiveellä toteutuvaan keskusteluun sisältyy kommenttien kypsymisen ja kehittymisen mahdollisuus. Televisiojournalismin yleisövuorovaikutuksessa olennaisinta on kuitenkin jatkossakin television kyky puhutella yleisöä aktiivisina kansalaisina ja käydä julkista moniäänistä keskustelua eri ohjelmamuotojen sisällä.

Toinen kysymys on, onko entistä monipuolisemmin vuorovaikutteisten ohjelmatyyppien kehittämiseen taloudellisia mahdollisuuksia. Vaikka lähetysjärjestelmän digitalisoiminen tarjoaa potentiaalisia säästöjä, tulee murrosvaiheesta hankala varsinkin kaudella, jolloin myös analoginen televisiojärjestelmä on pidettävä

yllä. Lisääntyvä ohjelmatarjonta lisää kustannuksia ja uhkaa myös kaupallisten tuotantoyhtiöiden taloutta, koska lisääntyvä tarjonta pienentää yleisöjä ja nostaa näin tv-mainostajien kontaktihintaa. Seurauksena voi olla noidankehä, jossa pienenevät mainostulot vähentävät tuotantorahoja, jolloin ohjelmien laatu laskee, jolloin yleisömäärät pienenevät entisestään ja mainostajien kiinnostus laskee... (Picard 1999, 10-13).

## Ehdotuksia

Kuten edellä on tullut ilmi, interaktiivisuuden käsitettä pitäisi käyttää täsmällisemmin kuin on totuttu; se on käsitteenä niin avoin, että se tulisi käyttökontekstissaan mieluummin täsmentää kertomalla, missä mielessä interaktiivisuudesta puhuu, ja keiden välisestä vuorovaikutuksesta on kysymys. Erityisen tärkeää tämä on joukkoviestinnän kontekstissa, jossa mahdolliset vuorovaikutuksen muodot ovat monimutkaisempia kuin mediavälitteinen keskinäisviestintä tai tietojenkäsittelytieteiden käsittelemä ihmisen ja tietokoneen välinen vuorovaikutus, joka simuloi keskinäisviestintää. Ihmisen ja tietokoneen (teknisen tai ohjelmallisen käyttöliittymän) välinen vuorovaikutus (HCI) tulisi nähdä interaktion erityistapauksena. Tämä erikoistapaus ansaitsee mielenkiintoa, mutta sen ei pidä antaa omia käsitettä niin, että interaktiivisuuden luullaan edellyttävän tietokoneisiin kytkeytymistä.

Kannattaisi ehkä välttää puhumista viestintävälineiden interaktiivisuudesta teknologisina ominaisuuksina, koska teknologia sisältää parhaimmillaankin vain *interaktiivisen käytön potentiaalia* (mahdollisuutta). Sen sijaan interaktiivisuus sopii hyvin kuvaamaan sellaisia mediatiloja ja -tilanteita, joihin on vakiintunut hyvin laajasti vuorovaikutuksellinen kommunikoimisen muoto. Jatkossa olisi tarpeen miettiä tarkemmin, miten joukkoviestinnän yleisövuorovaikutuksen eri muotoja voi hahmottaa suhteessa keskinäis- ja ryhmäviestinnän vuorovaikutusmalleihin, jotka ovat dominoineet interaktiivisuuden käsitteen käyttöä.

Vuorovaikutuksen käsitettä kannattaa jatkossa pohtia paitsi suhteessa mediateknologisiin erotteluihin myös erilaisten mediaviestien sisältötyyppien ja -rakenneiden ominaisuuksiin ja "puhuttelutapohin". Joukkoviestimien sisältöihin voi rakentaa interaktiivisuuden potentiaalia sekä retorisesti (tekstuaalisesti) että hyödyntämällä erilaisia palaute-yhteyksiä tai paluukanavia. Olennaista ja kiinnostavaa ei aina ole interaktion määrä (esim. viestien lukumäärä tai laajuus bitteinä mitattuna) vaan interaktion laatu, rakenne, tavoite ja tulos.

Sen pitäisi olla selvä, että television muuttaminen peli- tai tietokoneeksi ei sinänsä synnytä aktiivista katsojaa eikä toteuta "vuorovaikutteista televisiota". Näin siitä huolimatta että jo vuonna 1973 Tekniikan Maailmassa väitettiin, että pelikonsoli "muuttaa televisionkatselun pelkämästä töllöttämisestä tai pöllöttämisestä osallistuvaksi" (sit Suominen 1999, 18.).

## Viitteet

- 1 Rinnastan interaktion ja vuorovaikutuksen käsitteet toisiinsa synonyymeinä viestintätilanteessa. Niiden välille voidaan silti löytää sävyeroa. Suomalainen käsite on nerokas siinä, että se tuo esiin ajallisen vuorottelun keskinäisessä viestinnässä, mikä tuo hyvin esiin ihmisten välisen kommunikaation dialogisuuden: vuorovaikutus on vaarassa katketa, mikäli osapuolet puhuvat toistensa päälle, täysin reaaliaikaisesti. Lainasana interaktio korostaa vuorovaikutusta enemmän molempien osapuolien aktiivisuutta kun taas vuorovaikutuksen käsite korostaa osapuolten välistä valtasuhdetta (vaikutusvaltaa). Vuorovaikutus voi hyvinkin olla esimerkiksi journalistin yleisösuhteen tarkasteluun jämäkämpi käsite kuin vierasperäinen interaktion käsite.

- 2 Tarkkaan ottaen "vuorovaikutteinen viestintäteknologia" tarkoittaa siis vain sellaista järjestelmää, jossa kone viestii automaattisesti toisen koneen kanssa, ilman ihmisten valinnan mahdollisuutta. Esimerkiksi digitaalisen tietoliikenteen ja tiedonhallinnan ohjauksjärjestelmät voivat olla tässä mielessä vuorovaikutteisia; ihmistä niissä tarvitaan periaatteessa vain käynnistykseen ja virhetilanteiden korjaukseen. Joulun 1999 lelutarjontaan kuuluneet "interaktiiviset teletapit" viestivät mainoksen mukaan nekin keskenään - tiedä sitten tarvitaanko lasta leikkiin mukaan ollenkaan...
- 3 Kysymys mediatekstin puhuttelun voimasta ja katsojan "neuvotteluvaltuuksista" nousi 1980-luvulla kiinnostavasti esiin myös kotimaisissa puhevuoroissa (Pietilä 1985; Silvo 1986). Pietilä korosti puheaktiteoriaa soveltamalla, että viestinnän sosiaalisia vaikutuksia voidaan lukea teksteistä itsestään niiden puhuttelua tutkimalla. Vastineessaan Silvo puolestaan korosti joukkoviestinnän vastaanoton sosiaalisuutta (vastaanotajien keskinäistä sosiaalisuutta) ja myös itse puheaktien mahdollisuutta mediatekstissä sisältää monia sisäkkäisiä ja jopa keskenään ristiriitaisia puhuttelujä.
- 4 Eurooppalaisten yleisradioyhtiöiden kehittämät standardit digitaaliselle televisiolle ovat saaneet katonimen Digital Video Broadcasting (DVB). Sen mukaisesti antennivälitteistä systeemiä nimitetään akronyymillä DVB-T (terrestrial) vastaavasti kaapelisysteemiä lyhenteellä DVB-C ja satelliittisysteemiä lyhenteellä DVB-S. Yhdysvalloissa on yleisradiotoimintaan kehitetty oma standardi (ATSC). Kuten arvata saattaa DVB- ja ATSC-leirit kiistelevät jatkuvasti paremmuudesta. Lisäksi satelliittikanavat käyttävät monia erilaisia digitaalisen lähetysten standardeja.
- 5 Yhdysvalloissa kuvan ja äänen laatua korostetaan digitaalisen järjestelmän etuna vahvemmin kuin Euroopassa, jossa taas lisäkanavia ja -palveluita pidetään tärkeämpinä etuina. USAssa eivät lisäkanavat niinkään kiinnosta, luultavasti siksi että vahva satelliitti-kaapeli -järjestelmä tarjoaa jo ennestään valtaenemmistölle satoja temaattisia kanavia. Koko suur-Euroopan noin 250 miljoonasta kotitaloudesta 33% on monikanavakotitalouksia (kaapeli- tai satelliittipalveluiden piirissä), kun vastaava luku USA:ssa on noin 75% (Silvo 1998).

## Internet-lähteet

Real Audio -sivusto: [www.realaudio.com](http://www.realaudio.com)

## Muut kuin kirjallisuudet

Mediaseminaari (1999)

MTV3:n mediaseminaari Helsingissä 29.9.99; suora televisiolähetys MTV3-kanavalla.

Picard, Robert (1999)

Audience Fragmentation and Structural Limits on Media Innovation and Diversity. Paper presented at the 2nd Expert Meeting on Media and Open Societies, Amsterdam, 21-23.10.99.

Wessberg, Arne (1999)

Equality, Identity and Community in the Information Society: Public Service Broadcasting in Our Digital Times. Avajaispuhe Politics & Internet -konferenssissa 6.1.1999.

## Kirjallisuus

Andrew, Dudley (1976)

The Major Film Theories: an Introduction. New York: Oxford Univ. Press 1976.

Brecht, Bertolt (1977)

Radiotheorie 1927 bis 1932, teoksessa *Gesammelte Werke Band 8, Schriften zur Literatur und Kunst I*, Frankfurt am Main 1977, sivut 129-134. Osa julkaistu suomeksi, *Kanti 4/1988*, sivut 36-39. Osa myös englanniksi teoksessa John G. Hanhardt (ed.), *Videoculture: A Critical Investigation*. New York: Pegrine Smith Books et al., 1986, sivut 53-55.

Carey, James (1975)

A Cultural Approach to Communication. *Communication 2/1975*. Suomeksi "Viestintä kulttuurisesta näkökulmasta", *Tiedotustutkimus 2/1994*, sivut 81-97.

Charon J M (1992)

Symbolic Interactionism: an Introduction, an Interpretation, an Integration (4. painos). Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Eerikäinen, Hannu (1991)

Mitä televisio on? Kohti kulttuurista televisiotutkimusta. Teoksessa Mikko Lehtonen (toim.), *Tutkimuksen tila ja tulevaisuus*. Tampereen yliopisto, yleinen kirjallisuustiede, julkaisuja 24, sivut 15-39.

Eerikäinen, Hannu (1992a)

Broadcasting- järjestelmä, mediateknologian muutos ja vastatelevision utopia. Osa 1. Lähikuva 1/1992, sivut 18-27.

Eerikäinen, Hannu (1992b)

Broadcasting- järjestelmä, mediateknologian muutos ja vastatelevision utopia. Osa 2. Lähikuva 2/1992, sivut 36-50.

Eerikäinen, Hannu (1993)

Videoon poliittinen utopia: gerilla-tv ja sen perilliset. Teoksessa Minna Tarkka (toim.), *Video, taide, media*. Jyväskylä: Kustannus Oy Taide, sivut 172-192.

Ellis, John (1992)

Visible Fictions. Cinema, Television, Video. Revised edition. Routledge: London; ensijulkaisu 1982.

Fornäs, Johan (1999)

Digitaaliset rajaseudut. Identiteetti ja vuorovaikutteisuus kulttuurissa, mediassa ja viestinnässä. Teoksessa Aki

- Järvinen & Ilkka Mäyrä (toim.) Johdatus digitaaliseen kulttuuriin. Tampere: Vastapaino / Tampereen AMK, Taide ja viestintä 1999, sivut 29-50. Artikkelin ensijulkaisu Nordicom Review 19:1 (1998).
- Gledhill, Christine (1988)  
"Pleasurable Negotiations". Teoksessa Deidre E. Pribram (ed.) Female Spectators – Looking at Film and Television. London: Verso, sivut 64-89.
- Grossberg, Lawrence (1995)  
Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa. Tampere: Vastapaino 1995.
- Hamelink Cees (1995)  
The Democratic Ideal and its enemies. Teoksessa Philip Lee (ed.), The Democratization of Communication, Cardiff University of Wales Press, sivut 15-37.
- Hellman, Heikki (1999)  
From Companions to Competitors: The Changing Broadcasting Markets and Television Programming in Finland. Tampere: University of Tampere, 1999 (väitöskirja).
- Hietala, Veijo (1990)  
Situating the Subject in Film Theory: Meaning and Spectatorship in Cinema. Väitöskirja. Turun yliopisto, yleisen kirjallisuuden laitos, Turun yliopiston julkaisuja, sarja B: 194, 1990.
- Hintikka, Kari (1996)  
Uusi media – viestintäkanava ja elinympäristö". Teoksessa Johdatus uuteen mediaan, toim. Minna Tarkka, Kari Hintikka ja Asko Mäkelä, Helsinki: Edita 1996, sivut 2-18.
- Horton, Donald & Wohl Richard (1997)  
Massekommunikation og parasocialt interaktion: En indlaeg om intimitet på afstand. MediaKultur nro 27. (Alkuteos "Mass Communication and Parasocial Interaction. Observations on Intimacy at a Distance", Psychiatry 19, 1956).
- Hujanen, Taisto (1996)  
Democratization of communication as a utopia. The experience from the Finnish radio reform in the 1980's". Gazette 57, Kluwer Academic Publishers, Netherlands, sivut 181-195.
- Iser, Wolfgang (1989)  
Interaction between text and reader. Teoksessa Communication Studies. An introductory reader, ed by John Corner & Heremy Hawthorn. London: Edward Arnold.
- Isotalus, Pekka (1996)  
Toimittaja kuvaruudussa : televisioesiintymisen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylän yliopisto (väitöskirja).
- Jensen, Jens (1999)  
"Interactivity – Tracking a New Concept in Media and Communications Studies. Teoksessa Paul A Mayer (ed.) Computer Media and Communication: A Reader. Oxford University Press 1999. Alunperin julkaistu tanskaksi Mediekultur nro 26, April 1997, sivut 40-55.
- Kristof, Ray & Satran, Amy (1995)  
Interactivity by Design. Creating & Communicating with New Media. California: Adobe Press.
- Kunelius Risto (1999)  
Journalismi keskustelun tiellä. Tiedotustutkimus 3/1999, sivut 42-59.
- Laurel, Brenda (1993)  
Computers as Theatre. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company (ensijulkaisu 1991).
- Lehtonen, Mikko (1999)  
Ei kenenkään mailla – teesejä intermediaalisuudesta. Tiedotustutkimus 2/1999, sivut 4-21.
- MacCabe, Colin (1974)  
Realism and Cinema: Notes on some Brechtian theses. Screen, vol. 15, no 2, sivut 7-27.
- McQuial, Denis (1994)  
Mass Communication Theory: An Introduction. London: Sage (3. painos).
- Morley David (1986)  
Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London: Routledge 1986.
- Pietilä, Kauko (1985)  
Joukkotiedotuksen sosiologiaa pelastamassa. Tiedotustutkimus 2/1985, sivut 1-12.
- Salmi, Hannu (1995)  
Populaarifiktio ja sarjamoiton kiertokulku. Teoksessa Hannu Salmi ja Kari Kallioniemi, Porvariskodista maailmankylään: populaarikulttuurin historiaa. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus A:40, sivut 150-179.
- Silverstone, Roger (1999)  
"What's New about New Media?" New Media & Society 1:1 (1999), sivut 10-12.
- Simmel, Georg (1971)  
On Individuality and Social Forms: selected writings. Chicago: University of Chicago Press.
- Silvo, Ismo (1986)  
Puheaktit ja joukkoviestintä. Tiedotustutkimus 1/1986, sivut 3-11.
- Silvo, Ismo (1997)  
Tulevaisuuden televisio kotimarkkinoilla. Tiedotustutkimus 2/1997, sivut 86-89.
- Silvo, Ismo (1998)  
Eurooppalainen televisio. tk-lehti (YLEn tekniikan tiedotuslehti), nro 62, lokakuu 1998; luettavissa myös Internetissä, os. <http://www.yle.fi/tekniikka/tk62/europa.htm>.
- Suominen, Jaakko (1999)  
Säpinää sohva-perunoille? Televisio ja tietotekniikka liittoutuvat tehokkuuden ja vuorovaikutteisuuden alttarilla. Peili 3/1999, sivut 18-19 ja 29.
- Ulmer, Gregory (1989)  
Teletheory, Grammatology in the age of video. New York & London: Routledge, 1989.
- Watson & Hill (1984)  
A Dictionary of Communication and Media Studies. Edward Arnold.