

”LISÄÄ VAIHTOEHTOJA KATSOJILLE KOKO MAASSA”

MARKKINOITUMINEN, UUSI TOIMILUPAPOLITIikka JA DIGITAALISEN TELEVISION OHJELMISTO

Television digitalisointi vietiin Suomessa läpi ennätysellisen nopeasti. Ensimmäisistä digilähetyksistä elokuussa 2001 analogisten lähetysten lopettamiseen helmikuussa 2008 ehti kulua vain kuusi ja puoli vuotta.¹ Ilman tuntuvia tappioita digi-tv:n Suomen-valloitus ei kuitenkaan sujunut. Se ei koonnut hurraavia kansanjoukkoja reittinsä varrelle, pikemminkin päinvastoin. Yleisö koki joutuneensa uuden televisiotekniikan koekaniiniksi.² Digitelevision mainetta on koko ajan mustannut myös hankkeeseen liitetty ”pakkodigitalisoinnin” leima, joka vaikutti siihen, että kymmenettuhannet suomalaiset sanoivat viime vuonna irti televisioilmoituksensa. Seppo Kangaspunta (2008) onkin tiivistänyt yleisön tunnot osuvasti tutkimuksensa otsikkoon: ”Keskeneräistä pakolla”.

Myös akateemisissa arvioissa Suomen siirtymistä digitaaliseen televisioon on arvosteltu ankarasti. Kun kritiikin yksi linja on ihmetelty, miksi pienen maan piti pyrkiä digitalisoinnin etulinjaan (ks. Sisättö 2002), toisen näkemyksen mukaan ratkaisu oli jo toteutuessaan vanhanaikainen (ks. Järvinen 2007). Arvosteltu on sitäkin, kuinka hanketta markkinoitiin ylimitoitetuilla tietoyhteiskuntatavoitteilla ja katteettomilla vuorovaikutusutopioidella (ks. Kangaspunta 2006; Näränen 2006) ja kuinka teknokraattinen retoriikka hallitsi digitelevision lanseerausta (Näränen & Sihvonen 2001). Myös analogisten lähetysten lopettamisaikataulua epäiltiin epärealistiseksi (ks. esim. Brown 2003). Edelleen on kritisoitu sitä, kuinka valtiovalta jätti hankkeen etenemisen markkinoiden harteille tulematta vastaan sen enempiä yleisöä kuin tv-yhtiöitäkään (ks. Aslama 2003; Brown 2003). Digitalisoinnin onkin väitetty edistäneen yleisradiotoiminnan markkinoitumista (ks. Jääsaari 2007).

Kritiikissä on kuitenkin käsitelty huomiota herättävän vähän digi-tv:n ohjelmistoa, vaikka nimenomaan ohjelmavaihtoehtojen lisääminen katsojille nostettiin ensimmäiselle sijalle siinä vaiheessa, kun valtioneuvosto iltakoulussaan 8.5.1996 teki periaatepäätöksen televisiotoiminnan digitalisoinnista. Hallitus nojasi tuolloin liikenneministeriön asettaman digitalisointityöryhmän raporttiin, jonka mukaan digitalisoinnin oli määrä (1) tarjota lisää ohjelmavaihtoehtoja koko väestölle, (2) vahvistaa suomalaisia viestintärakenteita, (3) säilyttää keskeinen viestintäpoliittinen päätöksenteko kotimaassa, (4) tehostaa radio- ja tv-kanavien käyttöä ja (5) säästää tv-kanavien jakelukustannuksissa. Lisäksi hanketta perusteltiin televisiokuvan ja -äänen laadun parantamisella sekä mah-

dollisuudella välittää tietoyhteiskuntapalveluita television kautta. (Palonen & Kosonen 1996, 1 ja 22.)

Tässä katsauksessa tarkastelen sitä, miten pyrkimys lisätä ohjelmavaihtoehtoja ja monipuolistaa ohjelmatarjontaa on toteutunut digitelevision sisäänajovaiheessa. Käyn läpi, (1) millaisia ohjelmistoon ja kanavavalikoimaan liittyviä tavoitteita digitalisoinnille asetettiin, (2) miten tavoitteet otettiin huomioon toimilupia myönnettäessä ja (3) monipuolistuiko ohjelmatarjonta uusien kanavien myötä. Tarkastelua läpäisevänä näkökulmana on televisiotoiminnan markkinoituminen. Erityisesti tutkin, miten toimiluparatkaisut perusteltiin ja miten ne, samoin kuin toteutunut ohjelmatarjonta, ilmentävät markkinoitumista.

Analyysi perustuu sekä primaari- että sekundaariaineistoihin. Digitalisoinnille asetettuja tavoitteita ja tehtyjä toimiluparatkaisuja tarkastelen pääosin alkuperäisten asiakirjojen perusteella, ohjelmistoa taas jatkoanalysoimalla liikenne- ja viestintäministeriön tilaamien *Suomalainen tv-tarjonta* -selvitysten aineistoa (ks. esim. Aslama & Lehtinen 2007).³

VIESTINTÄPOLITIIKAN UUSI OPPI

Suomen sähköistä viestintää suojeltiin 1990-luvulle asti. Yleisradion yksinoikeus radiolähetyksiin kesti vuoteen 1986 ja televisiotoimintaan vuoteen 1993 saakka. Kuten Hannu Nieminen ja Mervi Pantti (2004, 22) huomauttavat, yleisradiotoiminnan lähtökohtana oli yleispalveluvelvoite, jonka mukaan kaikilla kansalaisilla oli oikeus samoihin palveluihin samalla hinnalla asuinpaikasta riippumatta. Sähköinen viestintä oli protektoraatti, jossa vallinneelle monopolille oli sekä tekniset, kulttuuriset että kaupalliset perusteet.

1990-luvulle tultaessa perusteista ei ollut enää paljon jäljellä. Tekninen syy, radiotaajuuksien rajallisuus, oli käynyt kaapeli- ja satelliittijakelun ansiosta suhteelliseksi. Alalle pyrkineet viestintäyritykset olivat kyseenalaistaneet kaupallisen perusteen, markkinoiden ja rahan rajallisuuden. Myös kulttuurinen peruste, kansallisen kulttuurin puolustaminen, oli muuttumassa ontoksi, koska yleisöllä oli jo pääsy mitä moninaisimpien viestimien äärelle. Uudessa tilanteessa sähköisen viestinnän sääntelyä lievennettiin ja myös kaupalliset toimijat pääsivät markkinoille alkaen kasvattaa vaikutusvaltaansa.

Eikä ilmiö tietenkään ollut vain suomalainen. Kaikkialla Euroopassa viestimistä on enenevässä määrin tullut ensisijaisesti liikeyrityksiä, yleisöstä kuluttajia ja viestintäteknologiastakin lähinnä keino siivittää taloudellista kasvua (vrt. Rolland 2008, 127–128). Tätä ilmiötä kutsun *markkinoitumiseksi*. Graham Murdockin (2004, 30) analyysia soveltaen markkinoitumisen voi katsoa edenneen ainakin neljällä rintamalla. Ensinnäkin liiketaloudellisin periaattein toimivat yritykset ovat tunkeutuneet aiemmin suojelluille alueille, kuten yleisradiotoimintaan. Toiseksi sääntelyn perustavat arvot ja käsitteet ovat vaihtuneet siten, että kansalaisuuden, yhteisen hyvän ja julkisen palvelun sijaan nyt korostetaan kuluttajien etua, avoimia markkinoita ja vapaata kilpailua. Kolmanneksi myös julkisia organisaatioita on alettu arvioida markkinoiden toimivuuden näkökulmasta. Neljänneksi tapahtuneet muutokset oikeutetaan yleisellä konsumerismin ideologialla, joka pitää jokaista yksilöä markkinoilla toimivana suvereenina kuluttajana.

Kuten Murdock toteaa, markkinointuminen on jättänyt jälkensä myös viestinnän sääntelyyn. Nieminen ja Pantti (emt., 22–23) kutsuvat muutosta siirtymäksi *kulttuuris-moraalisesta sääntelystä* kohti median *taloudellis-kaupallista sääntelyä*. Samankaltaiseen kehitykseen ovat kiinnittäneet huomiota myös Jan van Cuilenburg ja Denis McQuail (2003), joiden mukaan teknisiin, taloudellisiin ja konsumeristisiin arvoihin perustuva viestintäpolitiikan paradigma on useissa maissa korvaamassa median demokraattisia tehtäviä ja poliittista vastuuta korostaneen viestintäpolitiikan paradigman.

Suomalaisen yleisradiopolitiikan pitkää linjaa on luonnehdittu *rakennepoliittiseksi*. Esimerkiksi toimilupia myönnettäessä ohjelmiston sisällölle asetetut vaatimukset ovat jääneet toissijaisiksi, kun päähuomion on saanut toimialan ja markkinoiden vakaa rakenne sekä toiminnan kannattavuus. Käytännössä tämä tarkoitti pitkään Yleisradion ja sen apuyhtiönä toimineen Mainos-TV:n (sittemmin MTV) monopolia ja suojelemista kilpailulta. Toimilupapolitiikan toinen hallitseva piirre on ollut *pragmatismi*, jolla on yritetty yhdistää julkiset ja yksityiset intressit taloudellisesti kannattavaksi ja molempia hyödyttäväksi kokonaisuudeksi. Käytännössä se on ilmennyt Yleisradion ja kaupallisten toimijoiden likeisenä yhteistyönä. Kolmatta piirrettä voisi kutsua *kulttuuriseksi protektionismiksi*, joka on ilmennyt kotimaisten toimijoiden etujen vaalimisena maan rajojen ulkopuolelta tulevia uhkia vastaan. (Aslama ym. 2004b ja 2005; Hellman 1999; Jääsaari 2007.)

Television osalta uudesta linjauksesta vastasi paljolti ”yhden miehen työryhmänä” yleisradiotoiminnan strategiaa valmistellut Jouni Mykkänen.⁴ Liikenneministeriölle tekemässään selvityksessä hän etsi uutta ”viestintäpoliittista tasapainoa”, jossa ”yhtäältä pidetään huolta julkisen palvelun Yleisradio-yhtiön selviytymisestä omista lakisääteisistä tehtävistään ja toisaalta sallitaan kaupalliselle puolelle uusia toimilupia” (Mykkänen 1995, 17). Sääntelyn kehitystä selvitysmies hahmotteli näin:

Valtiovallan rooli sääntelijänä, regulaattorina, muuttaa muotoaan. Kontrolliluonteisen tehtävän sijaan tulee yhä enemmän positiivinen regulaatio, myönteinen vaikuttaminen ohjelmien tuotantokenteisiin. Valtiovalta huolehtii yleisten journalististen ja taiteellisten arvopäämäärien mukaisen ohjelmatuotannon ja jakelun edellytyksistä. (Emt., 17.)

Mykkäsen mukaan sääntely tulee viestintäpalveluiden moninaistuessa ja markkinoiden laajetessa ”painottumaan ennen muuta monopolien torjunnaksi”, jossa ”normaali kilpailulainsäädäntö muodostuu keskeiseksi elementiksi”. Selvitysmies suosittelikin, että Suomen vapauttaessa viestintäpolitiikkaansa ”yksityiskohtaisten ohjelmallisten ehtojen määrittelyyn ei tule toimilupien myöntämisen yhteydessä mennä”, vaan olennaisemmaksi muodostuu ”arvio toimiluvan hakijasta”, ts. tämän valmiudet pitkäjänteiseen toimintaan. Tavoitteeksi Mykkänen asetti myös sen, että toimilupapolitiikan avulla voitaisiin ”luoda erilaisia vaihtoehtoja”, millä hän viittasi nimenomaan ohjelmasisältöihin ja kanavakonsepteihin. (Emt., 29, 35–36; ks. myös Jääsaari 2007, 75–76.)

Asteittain hahmottunut paradigma kirjattiin kahteen lakiin ja niiden valmisteluasiakirjoihin: lakiin televisio- ja radiotoiminnasta (744/1998) ja viestintämarkkinalakiin (393/2003). Toimiluvat myöntää valtioneuvosto liikenne- ja

viestintäministeriön esityksestä,⁵ ja lain mukaan sen on pyrittävä ensisijaisesti ”edistämään sananvapautta ja turvaamaan ohjelmistotarjonnan monipuolisuus sekä yleisön erityisryhmien tarpeet”.⁶ Käytännössä päätökset tehdään kuitenkin ”kauneuskilpailun” perusteella, jossa – Mykkäsen linjauksen mukaisesti – ratkaisevaa ei ole hakijan ohjelmatarjonta vaan tämän uskottavuus (Aslama ym. 2005; Jääsaari 2007; vrt. Paukku 2005). Toimilupaviranomaisen on ennen muuta otettava huomioon se, ”ettei viestintä keskity tavalla, joka olisi omiaan vaarantamaan sananvapautta”, sekä se, että toimilupa voidaan myöntää vain ”yleiset vakavaraisuusehdot täyttävälle hakijalle”, jolla on ”riittävät taloudelliset voimavarat säännölliseen, toimiluvan mukaiseen toimintaan” (Valtiopäivät 1998, 31–32).

Uusi paradigma ei merkinnyt luopumista rakenteellisesta lähestymistavasta, taloudellisesta pragmatismista eikä kulttuurisesta protektionismista, vaan pikemminkin vain lisäsi niihin markkinoitumisen mukanaan tuomat reunaehdot. Toimilupapolitiikka korostaa edelleen rakenteellista kuria ja hakijoiden kykyä pitkäjänteiseen toimintaan mutta pyrkii samalla toimialan hallittuun liberalisointiin ja kilpailun maltilliseen lisäämiseen, joilla halutaan turvata niin julkisen kuin yksityisenkin puolen edut sekä toimialan taloudellinen menestys ja pysyminen kotimaisissa käsissä.

Suomalaisen viestintäpolitiikan pysyvyyttä ja muutoksia tutkinut Jääsaari (2007, 172–175) näkeekin viimeaikaisessa kehityksessä paljon jatkuvuutta suhteessa aiempaan mutta myös ratkaisevia, kenties paradigmaattisia, muutoksia:

- 1) Sääntelyn tasolla Suomessa tapahtui *voimasuhteiden muutos yksityisten etujen suuntaan*. Kaupallisten televisiokanavien itsenäisyyttä vahvistettiin muun muassa lieventämällä sääntelyä ja toimilupapolitiikkaa sekä luopumalla toimilupamaksusta.
- 2) Viestintäpoliittisen ajattelun tasolla ratkaisut perustuvat yhä useammin *markkinoiden sääntöihin ja vaatimuksiin*. Viestintäpolitiikka tähtää tietoisesti kilpailun lisäämiseen ja kuluttajan valinnanmahdollisuuksien lisäämiseen. Samalla julkisen palvelun tehtävät on yhä selvemmin jätetty Yleisradion yksinoikeudeksi.⁷
- 3) *Valtiovallan ei enää odoteta juurikaan ohjaavan markkinoiden toimintaa*, vaan poistavan esteitä niiden tieltä. Yleisradiotoiminnan ei enää edellytetä lähettävän ohjelmia yhteisön kaltaiselle kansalliselle yleisölle, vaan tarjoavan erilaisten palvelujen valikoiman yksilöistä koostuville kuluttajille tai kuluttajasegmenteille.

Jääsaari (mt., 114) väittääkin, että television digitalisointi palveli Suomen uutta viestintäpoliittista paradigmaa keinona luoda maahan tehokkaasti toimivat viestintämarkkinat. Hän näkee kehityksen paitsi heijastavan markkinoitumista myös kytkeytyvän koko Suomen politiikkaan ja hallintoon vähitellen juurrutettuun uusliberalismiin. Koska Jääsaari kuitenkin tarkastelee digitalisointia vain viestintäpolitiikan hyvin yleisellä tasolla, jää moni kysymys vastaamatta. Millaaisia ”markkinaperusteita” toimiluvista päätettäessä on käytetty? Miten markkinoituminen näkyy television nykyisessä tarjonnassa? Millaista on markkinoituneen digitelevision tarjoama monipuolisuus?

MONIPUOLISUUDEN MERKITYKSET

Monipuolisuudella voidaan tarkoittaa joko viestinnän *kanavien* (lähteiden) tai *sisällön* moninaisuutta (esim. Freedman 2005; Hellman 2001; Napoli 1999). Usein nämä kaksi ulottuvuutta sekoittuvat paitsi arkipuheessa myös viestintäpolitiikassa, jossa monipuolisuudesta on tullut itseisarvoinen jos kohta monimerkityksinen käsite.

Markkinalähtöisessä ajattelussa television monipuolisuus liitetään tyypillisesti valinnanmahdollisuuksien määrään. Mitä enemmän valinnanvaraa (kanavia, ohjelmia) ja mitä erilaisempia tuotteita (kanavatyyppejä, ohjelmatyyppejä) valikoimassa on, sen suurempi monipuolisuus kuluttajalla on käytössään. Markkinamallissa monipuolisuus ei viittaa niinkään siihen, miten eri vaihtoehdot eroavat toisistaan, vaan pikemminkin pelkkään valikoiman laajuuteen – määrä ratkaisee, ei laatu. Monipuolisuus palvelee konsumeristista ihannetta ja toteutuu sitä paremmin, mitä useamman kohderyhmän, markkinasegmentin, kysyntä pystytään tyydyttämään. (Freedman 2005, 17–19; Hellman 2001, 182–183; Karppinen 2005, 33.)

Julkisen palvelun perinteessä monipuolisuus sen sijaan ei perustu vain yleisryhmien kysynnän tyydyttämiseen, vaan on pikemminkin normatiivinen laadun mittari, tietoinen kulttuurinen ja viestintäpoliittinen tavoite, joka pyrkii pluralismiin usealla eri tasolla: ensiksi kysymys on eri väestöryhmien tarpeiden ja näkemysten tasapuolisesta heijastamisesta, toiseksi niiden tasapuolisesta pääsystä esille viestimissä ja kolmanneksi myös ohjelmasisältöjen laajasta valikoimasta. Pelkästään ohjelmasisältöjen monipuolisuutta on julkisen palvelun mallissa kuitenkin tarkasteltava useammasta eri näkökulmasta, esimerkiksi kielellisestä, sosiaalisesta, poliittisesta ja maantieteellisestä. Myös ohjelmatyyppi-valikoima on yksi, mutta vain yksi, monipuolisuuden ulottuvuuksista. (Hellman 2001, 183; Karppinen 2005, 33; vrt. McQuail 1992, 132–145.)

Television markkinoitumisen myötä markkinapuhe näyttää kaapanneen monipuolisuuden omiin tarkoituksiinsa. Monipuolisuus käsitetään yhä yleisemmin kanavien, tuotteiden ja palveluiden mahdollisimman laajaksi kirjoksi.⁸ Viestintäpolitiikan – ja sitä kautta paitsi kaupallisten myös julkisten yleisradioyhtiöiden – avainkäsitteeksi on noussut *valikoima* ja sen tavoitteeksi mahdollisimman monien kanava- ja ohjelmistovaihtoehtojen kilpailu katsojien suosiosta. Sellaiset käsitteet kuin ”palvelu”, ”sisältö” ja ”kuluttaja” ovat enenevästi korvanneet ”kanavan”, ”ohjelman” ja ”kansalaisen” (Jääsaari 2007, 107). Samalla kanavien moninaisuus ja sisällön monipuolisuus, kaksi eri tavoitetta, ovat ikään kuin konvergoituneet ja edellisen oletetaan automaattisesti tarkoittavan myös jälkimmäistä (Freedman 2005, 19). Vaikka valikoiman kasvattaminen ei välttämättä tuo tarjolle halutuimpia vaihtoehtoja, vaan päinvastoin voi lisätä valitsemisen tuskaa, suuri valikoima tuntuu tyydyttävän markkina-ajattelun mukaista televisionkatsojaa. Mitä laajempi valikoima, sen todennäköisempää, että tarjolla on myös jotain sellaista, josta suvereeni kuluttaja löytää haluamansa. (Dowding 1992, 305.)

Kun jäljempänä analysoin digi-tv:n toimilupapäätöksiä, tarkastelen niitä siitä näkökulmasta, miten tällainen markkinalähtöinen tapa ymmärtää monipuolisuus on ilmennyt ratkaisuihin.

OHJELMISTOA KOSKEVAT TAVOITTEET

Vaikka olen edellä väittänyt, ettei ohjelmasisällöillä ole ratkaisevaa merkitystä toimilupia myönnettäessä, ihan kokonaan sisältöjä ei tietenkään ole sivuutettu. Kun nykyistä lakia televisio- ja radiotoiminnasta säädettiin, lain perusteluissa esitettiin, että toimilupaprosessissa olisi aina arvioitava ”olemassa oleva ohjelmistojen tarjonta ja *toimilupien myöntämisen seurauksena syntyvä kokonaisuus*”. Laki-esityksen mukaan toimilupaviranomaisen tulisi kuitenkin kiinnittää huomiota vain ”*ohjelmistotarjonnan yleisiin linjoihin* puuttumatta yksityiskohtaisemmin radiotoiminnan harjoittajan oikeuteen päättää ohjelmistonsa sisällöstä”. (Valtiopäivät 1998, 31–32; kursivointi HH.)

Käytännössä toimilupaharkinta tapahtuu kaksivaiheisesti. Ensimmäisessä vaiheessa punnitaan hakijoiden taloudelliset voimavarat ja edellytykset säännölliseen toimintaan, kuten televisio- ja radiotoimintaa koskevan lain 10 §:n 2 momentti edellyttää. Jo tässä vaiheessa arvioidaan hakijan ohjelmistosuunnitelmien uskottavuutta suhteessa resursseihin. Ne hakijat, jotka läpäisevät taloudellisen ja toiminnallisen uskottavuustestin, pääsevät toiseen vaiheeseen, jolloin kriteereinä ovat lain 10 §:n 1 momentin määäämät (1) sananvapauden edistäminen, (2) ohjelmistotarjonnan monipuolisuus ja (3) erityisryhmien tarpeiden turvaaminen.

Esimerkiksi myöntäessään toimilupia joulukuussa 2006 valtioneuvosto linjasi tarkoittavansa sananvapauden edistämällä sitä, ettei viestintä keskittyisi ja että toimialalle pääsisi ”toisistaan riippumattomia hakijoita”. Erityisryhmillä puolestaan tarkoitettiin ”vähemmistöjä, joiden etu ei välttämättä tule turvatuksi pelkän kilpailun avulla”. Monipuolisuuden valtioneuvosto määritteli seuraavasti:

Ohjelmistotarjonnan monipuolisuus muodostuu ensinnäkin siitä, että tarjolla on *mahdollisimman monta sisällöltään erilaista ja eri kohderyhmiä palvelevaa televisio-ohjelmistoa*. Verrattaessa lähtökohtaisesti samantyyppistä ohjelmistoa tarjoavien hakemuksia keskenään tulee puolestaan arvioitavaksi kunkin hakijan ohjelmiston sisältöjen monipuolisuus. (Valtioneuvosto 2006, 7; kursivointi HH.)

Monipuolisuus siis tarkoittaa suomalaisessa toimilupapolitiikassa *sisällöltään ja kohderyhmiltään erilaisia yleisradiopalveluita* – mutta myös vaihtoehtojen mahdollisimman suurta määrää.

Jo valtioneuvoston vuoden 1996 periaatepäätöstä valmistellut digitalisointityöryhmä perusteli maanpäällisen televisioverkon digitalisointia sillä, että sen avulla ”katsojille voidaan tarjota *lisää vaihtoehtoja* koko maassa” (Palonen & Kosonen 1996, 22; kursivointi HH). Kyse oli siis siitä, että asutuskeskusten ulkopuolellakin yleisölle voitaisiin tarjota samankaltainen kanavakirjo kuin kaapelitelevision hallitsemisissa asutuskeskuksissa. Osaltaan taustalla oli protektionistinen pyrkimys estää Suomen digitalisointi satelliittikanavien kautta (Brown 2003, 13). Seuraavana vuonna työskennellyt alan toimijoiden yhteinen digi-tv-työryhmä puolestaan muistutti, että ”katsojien ja kuluttajien – –[1]aitehankintojen kiihottajana uudet televisiokanavat ovat merkittävä osatekijä” (Palonen ym. 1998, 24).⁹ Näin kuluttajien valinnanmahdollisuuksien lisääminen muodostui alusta alkaen digitalisoinnin yhdeksi johtoajatukseksi.

ENSIMMÄISET TOIMILUVAT

Keväällä 1999 liikenneministeriöllä oli käsissään kaikkiaan 37 toimilupahakemusta, joista 17 koski valtakunnallista ja loput alueellista digitaalista televisiotoimintaa.¹⁰ Paavo Lipposen toisen hallituksen viestintäpoliittinen ministeriryhmä linjasi silloin toimilupapolitiikan tavoitteeksi edistää digitalisoinnilla ”televisiopalveluiden keskinäistä kilpailua sekä tarjonnan monipuolisuutta ottaen huomioon myös kieliryhmien ja eri vähemmistöryhmien tarpeet”. Samalla ministeriryhmä ennakoivat tulevaa ratkaisuaan viestittämällä, että kun Yleisradiolle varataan sen tarvitsema kapasiteetti, kanavanippuihin jäisi tilaa olemassa olevien kanavien lisäksi ”yhdele eurooppalaiselle toimijalle sekä yhdelle tai kahdelle muulle kotimaiselle toimijalle tai toimijaryhmälle”.¹¹ Hallitus halusi siis lisätä toimialan kilpailua mutta maltillisesti. Erityistä huolta ministeriryhmä kiinnitti siihen, että mukaan mahtuisi myös yksi urheilukanava, jotta ”suomalaisen televisioyleisön mahdollisuuksia vastaanottaa vapaasti sitä kiinnostavaa urheiluohjelmistoa ei heikennetä”. (Ero 1999, 13; ks. myös Miettinen 2007, 46; Jääsaari 2007, 84–85.)

Hallitus piti lupauksensa myöntäessään kesäkuussa 1999, juuri juhannuksen alla, ensimmäiset kahdeksan lupaa digitaaliseen televisiotoimintaan rakennepoliittisena päämääränään kokonaisuus, ”jossa yritykset ovat riittävän vahvoja ja kilpailevat keskenään niin, että jokaisella on mahdollisuus menestyä”. Digitaalisina välitettäviä ”yleiskanaviaan” varten toimiluvan saivat MTV Oy (MTV3) ja Ruutunelonen Oy (Nelonen). Lain edellyttämää monipuolisuusvaatimusta tyydyttääkseen valtioneuvosto myönsi lisäksi luvat kolmelle ”erikoiskanavalle”, Helsinki Media Company Oy:n elokuvakanavalle, WSOY:n koulutuskanavalle ja Suomen Urheilutelevisio Oy:n urheilukanavalle. Koska valtioneuvoston linjauksen mukaan joukkoon tarvittiin yksi eurooppalainen ja yksi kokonaan uusi toimija, Deuterium Oy (sittemmin Canal+ Finland Oy) sai luvan ”laatuviihdekanavalleen” ja Wellnet Oy ”hyvän olon palveluverkolleen”. Kahdeksas toimilupa meni City-tv-ryhmän yhtiöille alueelliseen televisiotoimintaan. (Ero 1999, 20–21.)

Vaikka hylättyjä hakemuksia oli peräti 18, yhtäkään ei suoranaisesti torjuttu ohjelmistoon liittyvien puutteiden vuoksi. Kuten laki vaatii, ratkaisu tehtiin arvioimalla ensin hakijoiden vakavaraisuutta ja kykyä säännölliseen televisiotoimintaan sekä vasta toiseksi ohjelmapoliittisten näkökohtien perusteella. Esimerkiksi MTV Oy:n ja Ruutunelonen Oy:n myönteisiä toimilupapäätöksiä perusteltiin sillä, että ”Suomessa nykyisin toimivat televisiotoiminnanharjoittajat ovat yleisesti ottaen kyenneet tarjoamaan katsojille laadukkaita ja toimintavarmoja televiisio palveluita, jotka menestyvät myös kansainvälisessä vertailussa”. Eurooppalaisista toimijoista puolestaan Canal+ ohitti ruotsalaisen Modern Times Groupin (MTG) hakemuksen siksi, että sillä oli digitaalisesta televisiotoiminnasta hankittua kokemusta. Kokemus ratkaisi myös alueellisen toimiluvan MTV-vetoiselle City-tv-ryhmälle. Toisaalta asiaa valmistellut liikenneministeriön muistio joutui kahdessa kohdassa myöntämään, että ”toimiluvan ehdot täyttäviä hakijoita [on] enemmän kuin lupia voidaan myöntää”. Vain elokuvakanavaa ja koulutuskanavaa koskeva päätös oli yksiselitteinen, koska hakijoita oli molempiin vain yksi. (Ero 1999, 16–22.)

Sisältöön vedottiin suoraan vain kahdessa tapauksessa. Ensiksi kotimainen urheilukanavakandidaatti ohitti kilpailevan Eurosportin hakemuksen, koska

ministeriö katsoi suomalaisyhtiön tarjoavan ”katsojille monipuolisemman ohjelmiston” ja koska Eurosport jo muutenkin oli laajasti saatavilla kaapeliverkoissa. Toiseksi etsittäessä uusia kotimaisia toimijoita toimialalle varteenotettavia ehdokkaita oli useita,¹² mutta ”ottaen erityisesti huomioon sisältötarjonnan kiinnostavuuden” ministeriö päätyi esityksessään Wellnetin kannalle. (Ero 1999, 20–21.) Wellnet olikin jännittävä valinta, sillä sen alkuperäinen suunnitelma perustui neljän rinnakkaisen maksullisen palvelukanavan konseptille: terveyskanava olisi tarjonnut terveyteen ja hyvinvointiin liittyviä ohjelmia ja palveluita, kotikanava asumiseen, rakentamiseen ja sisustamiseen liittyviä, rahakanava sijoittamiseen, hintavertailuihin ja verotukseen liittyviä sekä vapaa-aikakanava matkustamiseen ja harrastuksiin liittyviä (Kangaspunta 2006, 295–315).

Yleisradio oli vapautettu lupaprosessista, koska se toimii erillisen lain perusteella. Valtioneuvosto oli keväisellä päätöksellään varannut sille yhden kolmesta kanavanipusta, ja Yleisradion hallintoneuvosto oli vahvistanut yhtiön pitkään hahmotteleman kanavapakettinkin jo edellisen vuoden marraskuussa. Sen digitalisointiin tarjoama kokonaisuus vastasi hyvin käsitystä julkisen palvelun yleisradioyhtiön pääreivieristä (Aslama ym. 2004a; Hujanen 2004). Uutiskanava oli saanut nimekseen YLE24 ja ruotsinkielisestä kanavasta tullut odotetusti YLE FST. Sen sijaan kulttuurin, opetuksen ja tieteen erikoiskanava, joka sittemmin täsmentyi YLE Teemaksi, kantoi vielä työnimeä KOT. (Ero 1999, 18; ks. myös Miettinen 2006, 7–8.)

Kuten Allan Brown (2003, 29–30) on huomauttanut, toimilupapäätös suosi paitsi Yleisradiota (jonka toimintaedellytysten turvaamiseen koko digitalisointihanke oli osaltaan tähdännyt) myös olemassa olevia kaupallisia toimijoita, Alma Median omistamaa MTV:tä ja Sanoma WSOY-konserniin kuulunutta Ruutunelosta. Ensinnäkään toimilupia ei myönnetty vahvoille kansainvälisille kilpailijoille, kuten MTG:lle, vaan niiden pääsy Suomen markkinoille estettiin. Toiseksi uusia toimilupia myönnettiin ylipäänsä vain ”erikoiskanaville”, ei yleiskanaville. Lisäksi viisi kuudesta uudesta kaupallisesta toimiluvasta nojasi maksubisnessä, mikä myös oli omiaan hillitsemään mainosrahoista käytävää kilpailua. (Ks. myös Aslama ym. 2005, 382.)

Entä miten monipuolisuusvaatimus täytettiin päätöksessä? Ainakin viestintäpolitiikan uuden paradigman mukainen käsitys monipuolisuudesta kuluttajille tarjottujen vaihtoehtojen määrän funktiona näytti toteutuvan. Ensimmäinen toimilupapäätös olisi kolminkertaistanut yleisön saatavilla olevien tv-kanavien määrän – jos kohta kolmannes tarjonnasta olisi ollut maksullista, tilauspohjaista. Neljän perinteisen yleiskanavan rinnalle suomalaisten oli määrä saada (1) kolme uutta julkisen palvelun kanavaa, joista kaksi oli temaattista ja yksi selvä erityisryhmä- tai vähemmistökanava, (2) yksi uusi mainoksilla rahoitettu alueellinen kanava sekä (3) neljä osittain tai kokonaan maksullista teemakanavaa, joista kaksi oli konseptiltaan jokseenkin kokeilevia ja sisällöltään kaupallisesta valtavirrasta poikkeavia ”yhteisökanavia”. Kaapeli- ja satelliittiverkossa koeteltujen temaattisten palveluiden kaltaisia kanavia joukkoon mahtui vain kolme: elokuvakanava, viihdekanava ja urheilukanava.

Kun tiedetään, että kilpailu samasta rahoituslähteestä voi kiristyessään johtaa ohjelmiston yhdenmukaistumiseen (van der Wurff & van Cuilenburg 2001; Aslama ym. 2004b ja 2005), toimilupaviranomainen näytti tässä vaiheessa pyrkivän hillitsemään haitallista kilpailua ja edistämään kanavien toisiaan täydentävää rinnakkaiseloja, mikä olisi ollut omiaan myös tukemaan ohjelmatarjon-

nan monipuolisuutta. Ensimmäisessä toimiluparatkaisussa oli nähtävissä paitsi taloudellis-kaupallisen sääntelyn vielä myös kulttuuris-moraalisen sääntelyn aineksia (vrt. Nieminen & Pantti 2004).

DIGILÄHETYSTEN ENSIMMÄINEN LAAJENNUS

Kova todellisuus tuli hyvien suunnitelmien tielle nopeasti. Koska digikanavien katseluun vaadittavia sovittimia ei ollut saatavilla, ei niillä ollut yleisöä eikä markkinoita. Alkuräjähdyks jäi suutariksi.

Peräti neljä toimiluvan saaneista kanavista – Helsinki Media Companyn elokuvakanava, Canal+:n viihdekanava, WSOY:n koulukanava ja Wellmedian Wellnet – jäi käynnistämättä,¹³ sillä teknisiä mahdollisuuksia kaupalliseen maksutelevisiotoimintaan ei yksinkertaisesti ollut. Niinpä suomalaiset saivat 27. elokuuta 2001 ihmeteltäväkseen vain Yleisradion kolme uutta kanavaa sekä mainosrahoituksella yrittäneet Urheilukanavan ja Alma Median SubTV:n. Viimeksi mainitut hakivat elinmahdollisuuksia lisäksi analogisesta kaapelilevityksestä. Elokuvakanavan ja Canal+:n kanavatunnukset sentään näkyivät ruudussa koko syksyn, mutta kun ne eivät saaneet toivomaansa lykkäystä toiminnan käynnistämiseen, ne peruuttivat toimilupansa tammikuussa 2002. Wellnetin esittely pyöri ruudussa runsaan vuoden, kunnes ministeriö vasta helmikuussa 2003 katsoi yhtiön toimiluvan rauenneeksi. (Miettinen 2006, 14–15.)

SubTV:n synty on sellaisenaan kiinnostava luku suomalaista toimilupapolitiikkaa. MTV oli perustanut kaapelijakeluun tarkoitettun nuorekkaan TVTV!-kanavan vuonna 2000. Digitaalista ohjelmatoimintaa käynnistettäessä toimiluvan saaneet alueelliset City-tv-yhtiöt päätettiin yhdistää, ja kun pääomistaja MTV liitti kesäkuussa 2001, vain kaksi kuukautta ennen digistarttia, mukaan vielä TVTV!:n, syntyi SubTV (sittemmin Subtv, Sub), kaupunkilainen sarjafilmejä, elokuvia ja viihdettä lähettävä nuorisokanava, jolla ei enää ollutkaan mitään alueellisia lähtökohtia. Kuten Brown (2005, 237) huomauttaa, kanava oli ”olennaisesti toinen kuin alkuperäinen konsepti, jonka perusteella toimilupa oli myönnetty”. Siitä huolimatta valtioneuvosto muutti SubTV:n toimiluvan valtakunnalliseksi joulukuussa 2001. Kun digitelevision haluttiin lisää ohjelmatarjontaa vaikka väkisin, tietoisien segmenttihakuinen formaattikanava, joka kuitenkin oli löytänyt yleisönsä, kelpasi hyvin korvaamaan alueellisia palveluita (ks. myös Nieminen & Pantti 2004, 90–92).

Kun alun perin 13 kanavan kokonaisuudeksi kaavailtu digitaalinen televisio olikin supistunut yhdeksään kanavaan ja kun niistäkin osa toimi jo aiemmin nähtyjen ohjelmien ”kierrätyskanavina” (Näränen 2006, 57), oli selvää, että liikenne- ja viestintäministeriöllä oli halu löytää uusia yrittäjiä tyhjiksi jääneille kanavapaikoille.¹⁴ Toinen hakukierros käynnistettiinkin jo kesällä 2002, mutta ei ollut yllätys, että hakijoita oli vähemmän kuin ensimmäisellä kerralla ja että kandidaatit olivat kanavakonsepteiltaan paikoistaan luopuneita konservatiivisempia. Valtakunnallista toimilupaa haki kahdeksan yhtiötä yhteensä 14 kanavaa varten, alueellista toimilupaa taas kolme yritystä neljälle eri alueelle.

Päätöstä saatiin odottaa maaliskuuhun 2003. Valtioneuvosto myönsi kolme vapaista paikoista Canal+ Finlandille, joka käynnistikin vuotta myöhemmin kolme siihen asti vain kaapeli- ja satelliittijakelussa ollutta kanavaansa (Canal+, Canal+ Sininen ja Canal+ Elokuva) myös maanpäällisessä verkossa. Kuten

Brown (2005, 237) on huomauttanut, toimilupaviranomainen oli antanut yhtiölle anteeksi sen vetäytymisen ja toimiluvasta luopumisen runsasta vuotta aiemmin. Yhtiölle korjausliike kuitenkin näytti kannattaneen, sillä yhden kanavan sijasta Canal+ sai nyt käyttöönsä kolme kanavaa, ja myöhemmin vielä kaksi lisää, kun se sai syksyllä 2004 luvan välittää omaa urheilukanavaansa (Canal+ Sport) ja keväällä 2006 myös Disney Channelia (Miettinen 2006, 16 ja 25). Neljäs vapaista kanavista meni Vizor Oy:lle, jonka oli määrä tarjota teleostoslähetyskäsä. Sen omistaja vaihtui kuitenkin jo syksyllä 2004, jolloin kanava profiloitiin uudelleen The Voice TV:ksi, jonka pääasiallisen sisällön muodostivat musiikkivideot (Näränen 2006, 121). Jälleen toimilupaviranomainen osoitti pragmaattista joustavuuttaan. Valtioneuvosto siunasi The Voice TV:n uuden ilmeen jälkikäteen huhtikuussa 2005 lisäämällä sen toimilupaan määräyksen, jonka mukaan kanavan ”ohjelmiston tulee koostua pääosin nuorisolle suunnatusta ohjelmistosta” (Valtioneuvosto 2005).

Hylättyjen hakemusten joukossa oli nyt ensimmäistä kertaa suuri joukko kansainvälisen satelliittitelevision merkkikanavia: Discovery Channel ja Animal Planet, E! Scandinavia, MTV Nordic, VH1 ja Nickelodeon sekä Eurosport ja Eurosportnews. Niiden aika päästä Suomen digitaaliseen televisioverkkoon ei tullut vielä tällä kertaa. Kansainvälisistä toimijoista mukaan otettiin vasta Canal+, kenties siksi, että se oli jo kerran aiemminkin kelpuutettu toimiluvan arvoiseksi, ja ehkä myös siksi, että sillä oli jo ennestään maksutelevisiokoke-
musta Suomen markkinoilta ja valmis asiakashallintaorganisaatio. Valtioneu-
voston kielteiset päätökset muiden osalta perustuivatkin siihen, etteivät hakijat olleet pyynnöistä huolimatta esittäneet suunnitelmaa siitä, ”miten ohjelmistojen jakelukustannusten korvaus ja asiakashallinta käytännössä järjestettäisiin” (Valtioneuvosto 2003). Hakijoiden joukossa olivat myös kotimaiset Kevyt Kanava Oy ja Wellmedia WM Oy, mutta hakemukset torjuttiin vetoamalla riittämät-
tömiin valmiuksiin.

Kiinnostavaa ja poikkeuksellista on, että liikenne- ja viestintäministeriön val-
tioneuvostolle laatima perustelumustio on salainen. Lehdistössä viestintäneu-
vos Ismo Kosonen perusteli valintoja näin:

Kokonaisuuteen haettiin erikoiskanavia, joilla voi edistää digitelevision menestymistä. Asiantuntijat pitävät sellaisina esimerkiksi maksu-tv:tä ja elokuvakanavaa.¹⁵

Toimilupaviranomainen siis halusi varmistaa paitsi sen, että toimialalle pää-
sevilla yrityksillä on resursseja, myös sen, että uudet kanavat herättäisivät yleis-
sön uinuvan kiinnostuksen – ja kiinnostaviksi uskottiin maksulliset formaatti-
kanavat, jotka jo muutenkin menestyivät markkinoilla. Maksutelevision näky-
mät olivat nopeasti muuttumassa: vielä vuonna 2001 kukaan ei ollut uskonut
maksu-tv:n mahdollisuuksiin maanpäällisessä verkossa, jossa ”ilmaiskulttuuri”
oli niin vahvasti vallassa, mutta nyt siitä oli tulossa ”maanpäällisen digi-tv:n
yllyke ja sovitinten myynnin lisävaltti” (Kangaspunta 2006, 203). Canal+ sai
samalla kunnian toimia paitsi maksutelevision myös kansainvälisten formaatti-
kanavien päänavaajana Suomen digitaalisessa televisioverkossa.

Maksutelevisiomarkkinoiden luominen ei jäänyt yksin Canal+:n harteille,
vaan joulukuussa 2003 myös MTV:n ja Nelosen sallittiin kehittää rinnakkais-
kanavia, joita ne olivat jo kokeilleetkin syksystä 2002 alkaen ensin ilmaispal-

veluina. MTV3+ ja Nelonen Plus olivat tarjonneet lähinnä urheiluohjelmia, muun muassa alppihiihtoa, jääkiekkoa ja jalkapalloa. Vuoden 2003 lopulla markkinoille saatiin lopulta paitsi tallentavia myös korttipaikalla varustettuja digisovittimia, ja itse asiassa MTV ehti käynnistää oman maksukanavansa ennen kuin Canal+, jo joulukuussa 2003, mutta valtakunnalliseksi molempien toiminta laajeni vasta seuraavan vuoden aikana. (Miettinen 2006, 24; Näränen 2006, 59–60.)

MTV3 Maxin varsinaiseksi vetonaulaksi muodostui sittemmin Formula 1 -sarjan suorien lähetysten siirtäminen maksukanavalle marraskuussa 2006. Yhden huippusuositun tv-tapahtuman tekeminen maksulliseksi aiheutti keskustelua, mutta se houkutteli MTV:lle lyhyessä ajassa yli 200 000 maksukanavan tilaajaa. Nelonen valitsi lisäkanavalleen toisen strategian. Se odotti talveen 2007 saakka, jolloin se toi palettiinsa lähinnä mieskatsojille suunnatun mainosrahoitteisen JIM-kanavan, joka tarjoaa amerikkalaisia dokumentti- ja *lifestyle*-ohjelmia. Kesällä 2006 myös Subtv sai luvan rinnakkaiskanavaan ja käynnisti kaksi maksullista palvelua, päiväsaikaan nähtävän Subtv Juniorin (sittemmin Sub Juniori) ja iltaisin toimivan Subtv Leffan (sittemmin Sub Leffa). (Miettinen 2006, 24.)

MAKSUTELEVISION LÄPILYÖNTI

Kolmas suuri hakukierros toteutui syksyllä 2006, jolloin toimilupia myönnettiin pääasiassa vuonna 2007 lanseerattuun neljanteen kanavanippuun (E), joka toistaiseksi näkyy lähinnä suurissa asutuskeskuksissa. Viimeistään tässä vaiheessa luotiin pohja maksutelevision lopulliselle läpilyönnille maanpäällisessä digitaalisessa verkossa. Tälläkin kertaa hakemuksia tuli runsaasti, peräti 19, ja niistä kolmea lukuun ottamatta kaikki täyttivät toimiluvan edellyttämät yleiset ja vakavaraisuusehdot.¹⁶ Valtioneuvoston vertailuun jäi siis 16 hakemusta, jotka koskivat yli kolmeakymmentä kanavahanketta. Koska kanavanipusta E osa oli etukäteen varattu Sveriges Televisionin (SVT) ohjelmien lähettämiseen maksullisena, jaettavaksi jäi viisi ohjelmistotoimilupaa.¹⁷

Liikenne- ja viestintäministeriön valmistelussa näkyi melkoinen käsittelyruutiini. Osa hakijoista (MTV, C More Entertainment, Swelcom ja TV5) harjoitti televisiotoimintaa digitaalisessa verkossa jo ennestään. Loput olivat taas melkein poikkeuksetta kansainvälisiä tv-yhtiöitä, joiden kanavat olivat saatavilla joko kaapeliverkoissa tai satelliittien välityksellä, ja siis kokeneita toimijoita. Koska hakemukset koskivat maksutelevisiotoimintaa, ei toimiluvan myöntäminen millekään näistä tahoista olisi johtanut valtioneuvoston mielestä ”viestinnän keskittymiseen tavalla, joka olisi omiaan vaarantamaan sananvapautta”. Hakijat olivat tasavertaisia myös siinä mielessä, ettei yksikään ollut tarjoamassa palveluita erityisryhmille. (Valtioneuvosto 2006, 18.)

Niinpä ratkaisevaksi valintaperusteeksi nousi ensimmäistä kertaa hakijoiden lupaama ohjelmatarjonta, ”ohjelmiston monipuolisuus ja sen suhde televisiotoiminnan muodostamaan kokonaisuuteen”, sekä se, ”miten ohjelmatoiminnassa otetaan huomioon suomalaisten katselijoiden tarpeet” (emt., 19). Toisin sanoen toimilupaviranomainen nosti pääkriteereiksi tv-tarjonnan kokonaisuuden monipuolisuuden ja sen, kuinka pitkälle hakijat ovat valmiita sopeuttamaan kanaviaan suomalaisyleisön katselutapoihin. Jälkimmäinen tarkoitti

käytännössä kanavan valmiutta suomenkielisiin tekstityksiin ja/tai selostuksiin. Erityisen ansiokasta valtioneuvoston näkökulmasta oli, jos kanava tarjoaisi myös Suomessa tuotettuja ohjelmia. Tässä liberalisoitu rakennepolitiikka sai rinnalleen kulttuurisen protektionismin, kotimaisen ohjelmatuotannon suosimisen.

Täydentääkseen olemassa olevaa kanavatarjontaa ja lisätäkseen sitä kautta ohjelmiston monipuolisuutta valtioneuvosto ryhmitteli hakijat kuuteen ryhmään:

- 1) uutiskanavat (Euronews, CNN)
- 2) lastenkanavat (Disney Channel, Nickelodeon, Boomerang)
- 3) urheilukanavat (Eurosport, ViasatSport)
- 4) dokumentti- ja asiaohjelmakanavat (Discovery Channel, MTV3 Fakta, National Geographic Channel, Viasat Explorer, Viasat Nature, Viasat History)
- 5) viihde-, sarja- ja elokuvakanavat (Canal+ Film 3, MTV3 Leffa, Star!, Showtime, Silver, Swelcom, Turner Classic Movies, TV5, TV1000, TV1000 Action, TV1000 Nordic, Viasat Crime)
- 6) musiikkikanavat (Music Television MTV, VH1, Mezzo)

Valtioneuvosto päätti hylätä molemmat uutiskanavakandidaatit, koska niiden tarjonta olisi koostunut ”kansainvälisestä vieraskielisestä uutisaineistosta” eikä olisi neuvoston mielestä monipuolistanut ohjelmistojen kokonaisuutta (emt., 19). Jos ratkaisulla haluttiin suojata YLE24:n toimintaa, apu tuli liian myöhään, sillä jo puolta vuotta myöhemmin Yleisradio lopetti säästösyistä uutiskanavansa ja vaihtoi sen tilalle YLE Extran, live- ja urheilutapahtumien erikoiskanavan – vaikka senkään taival ei kestänyt puolta vuotta pidempään. Päätös olla päästämättä kansainvälisiä uutiskanavia Suomen digitaaliseen verkkoon esti tavallaan ”vaihtoehtoisen” uutisnäkökulman esillepääsyn eikä ainakaan edistänyt lähdemonipuolisuuden ihannetta.

Sen sijaan lastenkanavalle toimilupaviranomainen lämpeni, ja kolmesta hakijasta pisimmän korren vei Nickelodeon, jolla oli hakemuksen mukaan tarkoitus tarjota myös ”paikallista sisältöä” ja hyödyntää sisällöntuotannossa ”pohjoismaista yhteistyötä”. Vaikka digitaalisessa verkossa toimivat jo kotimaiset Urheilukanava ja MTV3 Max sekä Canal+:n kaksi maksullista urheilukanavaa, valtioneuvosto uskoi tilaa olevan vielä yhdelle uudelle maksulliselle urheilukanavalle. Toimilupa meni Eurosportille, yhdelle kaapeliverkkojen katsotuimmista kanavista, joka oli hakijoista ”lajitarjonnaltaan monipuolisin” ja lupasi tarjota koko ohjelmistossaan myös suomenkielisen selostuksen. (Emt., 19–20.)

Vielä valtioneuvostolla oli valmius ottaa Suomen digiverkkoon dokumentti- ja asiakanava, itse asiassa kaksikin, koska sen mielestä ”vastaavantyyppistä teemaattista ohjelmistoa ei ole nykyisin saatavilla”. Ei ole tiedossa, unohtuiko YLE Teema kenties harkinnassa vai haluttiinko sille tietoisesti kaupallista kilpailijaa, mutta uudet toimiluvat myönnettiin MTV3 Faktalle ja Discovery Channelille, koska ne tarjosivat ”dokumenttiohjelmia useammilta aihealueilta” kuin muut hakijat. Samoin valtioneuvosto oli halukas lisäämään palettiin nuorisolle suunnatun musiikkikanavan. Tarjokkaista parhaaksi sen silmissä nousi Music Television MTV, joka lupasi ”merkittävässä määrin suomeksi tekstitettyjä ja juonnettuja lähetyksiä” sekä myös ”Suomessa tuotettuja ohjelmia”. (Emt., 20–21.)

Uutta elokuvakanavaa digitaaliseen televisioverkkoon ei enää haluttu, koska tarjontaa oli valtioneuvoston mielestä Canal+:n kahden elokuvakanavan ansi-

osta jo riittävästi. Sen sijaan yksi elokuvia, sarjoja ja viihdettä tarjoava kanava sai vielä toimiluvan, koska se ”lisäisi ohjelmiston monipuolisuutta ja täydentäisi yleiskanavien tarjontaa”. Lukuisista hakijoista ohjelmistoltaan monipuolimmiksi valtioneuvosto katsoi Swelcomin ja TV5:n kokonaan uudet kanavaehdotukset. Näistä Swelcomin ehdotusta pidettiin konkreettisempänä ja realistisempänä. Hakemuksen perusteella sen oli määrä tarjota eurooppalaisia ja amerikkalaisia koko perhettä kiinnostavia sarjaohjelmia ja elokuvia sekä myös kotimaista tuotantoa. (Emt., 13 ja 20.) Tässäkin osaratkaisussa suosittiin kotimaista hakijaa valmiiden kansainvälisten kanavakonseptien sijasta. Swelcomin kanava nimettiin sittemmin Kino TV:ksi, ja se aloitti toimintansa 2007.

Samassa yhteydessä valtioneuvosto muutti C-kanavanipussa toimivien Urheilukanavan ja The Voicen lupaehtoja sekä siirsi lastenkanava Disney Channelin toimiluvan uudelle haltijalle, The Walt Disney Company Ltd:lle. Urheilukanava sai MTV3:n, Nelosen ja Subtv:n tapaan oikeuden lisäkanavan käyttöön, mikä käytännössä tarkoitti lähtölupaa maksulliselle Urheilu+kanavalle. (Miettinen 2007, 59.) Kolmannen hakukierroksen pääanti olikin digitaalisessa verkossa tarjolla olevien maksullisten kanavien määrän huomattava lisääntyminen ja samalla ylikansallisten mediajättien vahvistunut ote Suomen televisiotuotannasta. Kun kanavat viime syksynä käynnistyivät, ne pääsivät mukaan maksutelevision suureen läpimurtoon, sillä vuoden 2007 aikana maksutelevision tilaajien määrä enemmän kuin kaksinkertaistui noin 600 000 talouteen (Ero & Suomi 2008, 25–27).

Brown (2005, 239) on arvellut toimilupien anteliasta myöntämistä maksukanaville suomalaisen toimilupapolitiikan perustavaksi virhelaskelmaksi, koska yleisöä olisi tehokkaammin houkuteltu hankkimaan digisovittimia tarjoamalla lisää maksuttomia kanavia. Näyttää kuitenkin käyneen juuri toisin kuin Brown pelkäsi: antennitalouksissa asuville juuri maksukanavat toimivat lopulta keskeisenä houkuttimena, kun taas kaapelitalouksissa, joille muutenkin on tarjolla runsaasti kanavia, kiinnostus digisovittimiin kasvoi selvästi hitaammin (esim. Miettinen 2007, 61–64). Lopulta jälkimmäiset ajoi mukaan vasta pakko, analogisten lähetysten loppuminen. Jos digitalisointia ajaneiden yksi päätavoite oli ohjelmavaihtoehtojen lisäämisen rinnalla maksutelevisiomarkkinoiden luominen myös maanpäälliseen verkkoon, tavoite näyttäisi toteutuneen.

MITÄ DIGITALISOINTI TOI?

Vielä on tarkasteltava kootusti sitä, millaisen kokonaisuuden digitalisoitu televisioverkko Suomessa tarjoaa ja miten siinä toteutuu toimilupapolitiikan edellyttämä monipuolisuus.

Kesällä 2008 tarjolla ollutta ohjelmistokokonaisuutta eritellään taulukossa 1. Utiskanava YLE24:n ja sen seuraajan YLE Extran lopetettua toimintansa maanpäälliseen digitaaliseen televisioverkkoon jäi kaikkiaan 28 valtakunnallista (tai puolivaltakunnallista) kanavaa, joista 10 oli maksuttomia ja 18 maksu-tv-kanavia.¹⁸ Useimpia ohjelmatyyppejä lähettäviä ja suurelle yleisölle suunnattuja yleiskanavia oli neljä: perinteiset YLE TV1, YLE TV2, MTV3 ja Nelonen. Näidenkin kesken on melkoisia eroja. Kanavista ”informatiivisin” on TV1, jonka tarjonnasta jopa lähes kaksi kolmasosaa koostuu asiatyypisistä ohjelmistosta. Jatkumon toisen ääripään muodostaa Nelonen, jossa asiaohjelmis-

ton osuus jää alle viidennekseen. (Aslama 2008, 104–105; Aslama & Lehtinen 2007, 51–54.) Nelosta onkin perustellusti pidetty viihteellisenä kohderyhmäkanavana (Kaarlela 2004).

Taulukko 1. Suomen television kanavatarjonta kesällä 2008

	Yleiskanavat	Teemakanavat	Erityisryhmäkanavat
Vapaasti katsottavat	YLE TV1	YLE Teema (asia, kulttuuri)	YLE FST (ruotsinkieliset)
	YLE TV2	Sub (sarjat, viihde)	
	MTV3	JIM (asia, viihde)	
	Nelonen	Urheilukanava (urheilu)	
		The Voice (musiikki)	
Maksulliset		Urheilu+kanava (urheilu)	Sub Juniori (lapset)
		Canal+ Sport 1 (urheilu)	Disney Channel (lapset)
		Canal+ Sport 2 (urheilu)	Nickelodeon (lapset)
		Eurosport (urheilu)	SVT Europa (ruotsinkieliset)
		MTV3 Max (urheilu, viihde)	
		MTV3 Fakta (asia)	
		Discovery Channel (asia)	
		Sub Leffa (elokuva)	
		Canal+ First (elokuva)	
		Canal+ Hits (elokuva)	
		Kino TV (elokuva, sarjat)	
		Music Television MTV (musiikki)	
		Canal69 (seksi)	
		Digiviihde (seksi)	

Lähde: <http://www.digitv.fi/sivu.asp?path=1;2999> (luettu 14.7.2008).

Erityisryhmille suunnattuja kanavia voidaan tulkita olevan viisi: ruotsinkieliset YLE FST ja SVT Europa sekä kolme maksullista lastenkanavaa, Sub Juniori, Disney Channel ja Nickelodeon. Tässäkään ei kyse ole kovin yhdenmukaisesta ryhmästä, jos kohta kolmen lastenkanavan ohjelmiston voi olettaa jossain määrin muistuttavan toisiaan. Kiinnostavaa kyllä FST on havaittu ohjelmatyypitarjonnaltaan suomalaisen television kenties monipuolisimmaksi kanavaksi, joka nojaa aidosti yleisradioperinteen mukaiseen täyteen palveluun (Aslama & Lehtinen 2007, 43–44).

Loput 19 kanavaa ovatkin sitten luonteeltaan temaattisia. Joukon eräänlaisia hybridejä ovat Sub ja YLE Teema, joiden ohjelmatyypikirjo on hyvin laava mutta joista kumpikaan ei tarjoa esimerkiksi uutisia, ajankohtaisohjelmia eikä urheilua (emt., 41–42 ja 45–46). Muiden kanavien ohjelmisto on rajoittunut

vain yhden tai korkeintaan kahden ohjelmatyyppin tarjoamiseen. YLE Teemaa lukuun ottamatta niiden sisällöntarjonta näyttää myös noudattavan kaapeli- ja satelliittitarjonnasta tuttuja kanavaformaatteja – siitäkkin huolimatta, että niistä useimmat pakataan kotimaassa. Kun vaihtoehdot ovat olleet vähissä, valtioneuvosto on toimilupia teemakanaville myöntäessään joutunut mukautumaan mediateollisuuden omiin sisältökonsepteihin sekä tullut uusintaneeksi teollisuuden omaa käsitystä monipuolisuudesta ja katsojien valinnanmahdollisuuksista. Sen mukaan televisiolle ominaisia ”teemoja” ovat urheilu, elokuvat, musiikki ja seksi.

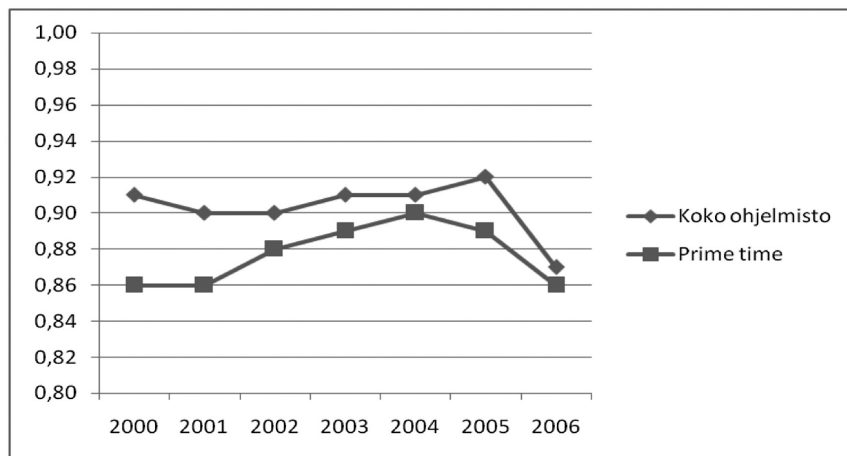
Niinpä urheiluhulluille suomalaisille on digitaalisessa verkossa tarjolla peräti kuusi lähinnä urheiluun keskittyntä kanavaa (Urheilukanava, MTV3 Max, Urheilu+kanava, Eurosport, Canal+ Sport 1, Canal+ Sport 2). Myöskään elokuvista ei ole puutetta, sillä pääasiassa niihin keskittyy peräti neljä maksullista kanavaa (Subtv Leffa, Canal+ First, Canal+ Hits, Kino TV), ja musiikkikanaviakin on kaksi (The Voice, Music Television MTV).¹⁹ Joukkoon mahtuu myös kaksi seksiviihteeseen keskittyntä maksukanavaa (Digiviihde, Canal69).²⁰ Keskenään samantyyppisten kanavien painotuksissa ja profiileissa on luonnollisesti eroja, mutta tavalla, jota markkinakielellä voisi kutsua tuotedifferentiaatioksi. Ohjelmavalikoiman pienillä eroilla kukin kanava hakee omaa erityistä markkinasegmenttiään.

Viides, hieman hajanaisempi sisältötematiikka liittyy asiaohjelmistoon, jota Suomessa tarjoavat YLE Teeman lisäksi maksuton JIM sekä maksulliset MTV3 Fakta ja Discovery Channel. Jo näiden kanavien keskinäinen erilaisuus kertoo siitä, kuinka eri tavoin ”asiakanava” voidaan konseptoida. Kun YLE Teema vastaa hyvin kuvaa julkisen palvelun kulttuurikanavasta tarjotessaan paitsi perinteistä keskustelu-, dokumentti-, kulttuuri- ja opetusohjelmistoa myös tarkoin profiloitua sarjafiktiota ja elokuvaharvinaisuuksia, JIM-kanavan painopiste on ”kevytfaktassa”, erilaisissa asioissa ja viihdettä yhdistelevissä ohjelmahybrideissä, jotka sivuavat harrastuksia ja usein palvelevat tirkistelynhalua (vrt. Aslama 2008, 271–273; Näränen 2006, 118–127). Muista asiakanavista MTV3 Fakta ja Discovery Channel lähettävät pääasiassa eriaiheisia dokumenttielokuvia. Niidenkin välinen ero perustuu lähinnä tuotedifferentiaatioon ja siihen, mistä kanavat ohjelmistonsa hankkivat. Muunkinlaisille asiakanavakonsepteille toimilupia on Suomessa haettu, mutta valtioneuvoston ratkaisu suosii ”sisäisesti monipuolisempia” kanavia esimerkiksi vain luontodokumentteihin keskittyvien kanavien sijasta on Suomen pienillä markkinoilla ja digitaalisen verkon rajallisen kanavamäärän oloissa sinänsä perusteltu.

Kaiken kaikkiaan mitään erityisen omaperäistä monipuolisen kanavavalikoiman konseptia Suomessa ei ole keksitty. Ohjelmatarjonnan kokonaisuutta ei ole harkittu kulttuuris-moraalisiin perusteisiin vaan taloudellisesti-kaupallisesti, erilaisten kanava- ja ohjelmatyyppien kirjona. Digitaalisen televisioverkon tarjontaa voikin pitää ”köyhän miehen satelliittitelevisiona”, jossa satojen kanavien sijasta on esillä jonkinlainen top-30-valikoima. Toisaalta miten Suomi olisi voinutkaan kehittää jotain radikaalia ratkaisua, kun se tietoisesti jätti digitelevision kehityksen markkinoiden ehdoille? Yleisradion kanavia kenties lukuun ottamatta toteutunut ”televisiotoiminnan muodostama kokonaisuus” on tyyppillisen kaupallinen ja konseptiltaan jokseenkin konservatiivinen formaattiteleviio, joka parhaansa mukaan yrittää tyydyttää oletettujen markkinasegmenttien kysyntää.

Kuviossa 2 peilataan ohjelmatarjonnan kokonaisuuden monipuolisuuden kehitystä 2000-luvulla. Monipuolisuutta mitataan suhteellisen entropian indeksillä (H_{rel}), jota käytetään yleisesti ohjelmarakennetutkimuksissa (ks. esim. Aslama 2008; Hellman 1999 ja 2001). Se mittaa ohjelmiston laveutta ja eri lajityyppien esiintymistodennäköisyyttä. Mittarin arvo on sitä korkeampi, mitä tasaisemmin television kaikkien kanavien yhteenlaskettu ohjelmatarjonta jakautuu eri ohjelmatyyppeihin. Jos kaikissa ohjelmaluokissa on ohjelma-ajassa laskettuna yhtä paljon ohjelmia, mittarin arvo on 1. Jos koko ohjelmistossa olisi tarjolla vain yhtä ohjelmatyyppiä, mittarin arvo olisi 0. (Ks. tarkemmin Hellman 2001.)²¹ Kuvion 2 tiedot on laskettu liikenne- ja viestintäministeriön tilaamien vuosittaisten ohjelmarakenneselvitysten aineistosta. Samoja tietoja on aieminkin hyödynnetty jatkotutkimuksissa, joissa on arvioitu Suomen tv-ohjelmatarjonnan kehitystä ja monipuolisuutta (ks. esim. Aslama ym. 2005; Aslama 2008), mutta aiemmat tarkastelut ovat keskittyneet neljän pääkanavan tarjontaan ja sivuuttaneet lähes kokonaan uudet digikanavat (vrt. kuitenkin Aslama ym. 2004a). Valitettavasti aineisto kattaa vain maksuttomat kanavat eli runsaan kolmanneksen koko tarjonnasta.

Kuvio 1. Tv-kanavien ohjelmiston monipuolisuus 2000–2006 (H_{rel})



Selitys: Sisältää vain maksuttomat kanavat. Uudet digikanavat mukana vuodesta 2002 alkaen.
Lähde: Laskettu Aslaman ja Karlssonin (2001 ja 2002) sekä Aslaman ja Lehtisen (2007) aineistoista.

Mittarin perusteella ohjelmiston monipuolisuus ei ole dramaattisesti muuttunut sen enempää parhaana katseluaikana kuin koko tarjonnan tasollakaan. Aluksi digitaaliset kanavat näyttivät jopa lisäävän tarjonnan kirjoa, mutta sittemmin mittari näyttää lievästi laskevaa trendiä. Kokonaisuudessaan suomalaisen television ohjelmisto on tarkastelun perusteella kuitenkin edelleen erittäin monipuolinen. Toisaalta on merkille pantavaa, että digitaaliset kanavat eivät huolimatta moninkertaistuneesta tarjonnasta ole kyenneet lisäämään tv-tarjonnan monipuolisuutta kuin hetkellisesti. Se tukee Aslaman ym. (2005, 391–392) tutkimuksen tulosta, jonka mukaan kiristynyt kilpailu on jo alkanut vähentää ohjelmiston monipuolisuutta, mutta vahvistaa myös sen havainnon, että uusien kanavien temaattisilla painotuksilla on taipumus vinouttaa ohjelmistotarjontaa ja siten laskea monipuolisuusindeksin arvoa (Aslama & Lehti-

nen 2007, 56–57). Jos maksukanavat otettaisiin mukaan laskelmiin, niiden vain muutama ohjelmatyyppiin keskittyvien palveluiden negatiivinen vaikutus indeksilukuun voisi olla hyvinkin dramaattinen.

LOPUKSI

Tarkastelu on osoittanut, että Suomen television digitalisointihanke tähtäsi alusta alkaen ohjelmatarjonnan lisäämiseen ja monipuolistamiseen – mutta että monipuolistaminen tulkittiin korostetusti kanavien ja kanavatyyppien sekä sitä kautta katseluvaihtoehtojen lisäämiseksi. Tavoite näkyi etenkin kahdessa jälkimmäisessä toimiluparatkaisussa. Toimilupaviranomaisen käsitys katseluvaihtoehtoista on nojannut paljolti kaupallisen television luomiin konsepteihin, koska juuri muita realistisia vaihtoehtoja ei ole ollut tarjolla. Toimilupia on myönnetty kaapeli- ja satelliittilähetyksistä tutuille, kaupallisesti koetelluille formaattikanaville, koska niiden on arveltu parhaiten herättävän kuluttajien kiinnostusta digitaaliseen televisioon. Digitalisointiin liittynyt odotus aiempaa monipuolisemmasta televisio-ohjelmistosta ei ainakaan ohjelmatyyppien jakauman perusteella näytä toteutuneen. Vaihtoehtojen määrän lisääntymistä sen sijaan ei voi kiistää.

Digitalisointihankkeen alkuperäisistä tavoitteista moni on toteutunut mutta jäänyt samalla ikään kuin puolitiehen. Ensinnäkin digitelevision haluttiin tarjovan lisää vaihtoehtoja katsojille koko maassa. Vapaasti saatavilla olevien kanavien määrä onkin lähes kolminkertaistunut ja lisäksi maksutelevisio on tuotu kaikkien ulottuville. Alueellinen tasa-arvo ei silti toteudu, sillä maksullisia palveluita tarjoavien C- ja E-kanavanippujen peitto ei ole täysin valtakunnallinen (ks. myös Jääsaari 2007, 102). Toiseksi digitalisoinnilla haluttiin turvata kotimaisten toimijoiden vahva asema television kehityksessä. Niitä onkin toimilupia myönnettäessä suosittu, sikäli kuin on voitu, ja myös muutama uusi toimija on saatu mukaan markkinoille. Samalla ylikansalliset mediajätit ovat kuitenkin päässeet ottamaan osansa markkinoista, MTV Oy myyty ruotsalaisomistukseen ja aiemmin ”kansallisena resurssina” pidetty lähetysverkkokin on kaupattu ranskalaisyhtiölle. Kolmanneksi Suomi halusi välttää sen, että digitalisointi olisi toteutunut satelliittivetoisesti. Maksutelevisiomarkkinoiden luominen maanpäälliseen verkkoon on kuitenkin johtanut juuri siihen, että protektionistien pelkäämät kansainväliset kanavakonseptit ovat saaneet merkittävän sillanpääaseman Suomen digitaalisessa televisioverkossa.

Tarkastelu on muistuttanut myös suomalaisessa toimilupapolitiikassa pitkään vaikuttaneesta pragmatismista. Se ilmeni, kun SubTV:n ja The Voice TV:n sallittiin profiloitua uudelleen olennaisesti erilaisiksi kuin niiden toimilupa edellytti. Sittenkin sekä kilpailutilanne että toimilupapolitiikka ovat kiristyneet. Kun MTV Oy halusi kesällä 2008 muuttaa MTV3 Fakta -kanavansa ohjelmistoa naisyleisöä kiinnostavaan suuntaan, valtioneuvosto ei suostunut toimiluvan muutokseen, vaan siitä pitäisi sen mielestä järjestää uusi avoin haku.²² Kilpailijat älähtivät myös siitä, että The Voice TV laajensi tänä syksynä tarjontaansa.²³ Vielä ei tiedetä, puuttuuko viestintävirasto asiaan vai ei.

Television digitalisointi ei ole Suomessa tarkoittanut aiempaa monipuolisempaa televisiota vaan viime kädessä – lisää televisiota. Tarkastelu tukeekin Karpisen (2005, 34) huomautusta, jonka mukaan ”valinnanvapaudesta ja vaihto-

ehtojen määrän lisäämisestä on tullut itseisarvoja, joilla muun muassa sähköisen viestinnän toimitukset on poikkeuksetta perusteltu”. Ja kuten Jääsaari (2007) väittää, digitalisointi on eittämättä edistänyt myös television markkinoitumista. Se näkyy paitsi toimituspolitiikan konsumeristisessä ideologiassa myös siinä, että julkisen palvelun arvot ovat jäämässä toissijaisiksi. Markkinalähtöistä ajattelua korostaa myös se, että itse toimitusmääräyksissä ei kanaville aseteta juurikaan sisällöllisiä velvollisuuksia. Jouni Mykkäsen 13 vuotta sitten hahmottelema viestintäpolitiikan uusi paradigma näyttää toteutuneen.

Nykyiset toimitukset on voitu myöntää asteittain, useassa eri vaiheessa. Runsaan vuoden päästä on edessä paljon vaikeampi prosessi, kun kaikki kanavanippujen B ja C toimitukset on jaettava uudestaan. Hakukierros on vaativa paitsi toimitusviranomaiselle, jonka ratkaisujen on perustuttava lakiin, myös tv-yhtiöille, joista osa voi jäädä nuolemaan näppejään. ”Kauneuskilpailu” voi tuottaa vaikeasti perusteltavia valintoja ja jopa oikeusprosesseja. Onkin oireellista, että myös meillä on alettu pohtia siirtymistä puhtaasti markkinaperusteisiin toimilupiin eli huutokauppaan (ks. esim. Ristola & Rantala 2008), mikä merkitsisi lopullista siirtymää kulttuuris-moraalisesta sääntelystä taloudellis-kaupalliseen sääntelyyn.

Viitteet

- 1 Perusteelliset esitykset Suomen digitalisointihankkeen vaiheista, ks. esim. Brown 2003 ja 2005; Miettinen 2006 ja 2007. Viranomaisten näkökulmasta, ks. Ero & Suomi 2008.
- 2 Vaikeuksien luonne käy hyvin ilmi Viestintäviraston säännöllisesti tekemistä käytettävyytystutkimuksista (ks. esim. Nurmela 2006).
- 3 Olen kuulunut koko ajan asiantuntijaryhmään, joka on ohjannut näiden vuodesta 2000 alkaen tehtyjen selvitysten toteutusta. Ryhmän muut jäsenet ovat professori Ullamaija Kivikuru Helsingin yliopistosta ja erikoistutkija Tuomo Sauri Tilastokeskuksesta.
- 4 Yleisradiotoiminnan strategiaselvitystä laatiessaan Mykkänen, Yleisradion entinen varatoimitusjohtaja, työskenteli Suomen elokuvasäätötoimintajohtajana.
- 5 Liikenneministeriön nimi muuttui 2000 liikenne- ja viestintäministeriöksi, mikä korosti viestinnän kasvaneita merkityksiä, ja televisiota koskevat asiat käsitellään nykyään ministeriön viestintämarkkinaosastolla (Jääsaari 2007, 110).
- 6 Laki televisio- ja radiotoiminnasta. 744/1988, 10 §. Kursivointi HH.
- 7 Kun esimerkiksi MTV3:n analogisessa toimituksessa yhtiön edellytettiin edistävän ”suomen- ja ruotsinkielistä ohjelmatoimintaa” ja tarjoavan yleisölle ”hyödyllisiä tietoja” (Valtioneuvosto 1999a), sen digitaaliseen toimintaan myönnettyssä toimituksessa tällaisia määräyksiä ei enää ollut (Valtioneuvosto 1999b).
- 8 Myös Liikenne- ja viestintäministeriön vuosittain tilaamia ohjelmarakenneselvityksiä (ks. esim. Aslama & Lehtinen 2007) on arvosteltu siitä, että ne redusoidivat monipuolisuuden ”pelkäsi ohjelmatyyppejen jakaumaksi” (Karppinen 2005, 38).
- 9 Digitalisoinnin valmistelemiseksi asetettu digi-tv-työryhmä koostui liikenneministeriön ja Nokian edustuksen ohella toimialan, siis yleisradioyhtiöiden, edustajista. Se kirjasi raporttinsa myös tiivistävästi ensimmäisen hahmotelman siitä, millainen olisi digiaikakauden kanavapaletti (ks. Palonen ym. 1998, 27–31). Luonnosteltu kokonaisuus toteutui suureksi osaksi ensimmäisiä toimituksia myönnettäessä.
- 10 Keskityn tässä valtakunnallisiin toimituksiin. Alueellisia ja lyhytaikaisia toimituksia käsitellen tässä vain siltä osin, kuin ne antavat aihetta kommentointiin.
- 11 Kanavanippu A varattiin Yleisradion käyttöön, kanavaniput B ja C taas toimitusviranomaiselle televisio-toimintaan.
- 12 Valtakunnallista toimituslupaa olivat hakeneet mm. A4 Broadcasting Oy, Helsingin Puhelin Oyj, Saraxa Media Oy, Sonera Oy ja Yhtyneet Kuvalehdet Oy.

- ¹³ Koulukanava ilmoitti vetäytymisestäään viisi päivää ennen digilähetysten käynnistämistä. Seuraavana päivänä puolestaan Helsinki Media Company ilmoitti, että sen elokuvakanava olisi käytännössä kaapelileivityksestä tuttu Canal+ Kultra, minkä seurauksena Canal+ olisi saanut Suomen digitaaliseen televisioverkkoon heti jo kaksi kanavaansa. Ks. Heikki Hellman & Marjatta Mörttölä, WSOY hyppäsi pois digitelevisiosta, Helsingin Sanomat 23.8.2001, B8.
- ¹⁴ Valtioneuvosto oli jo vuoden 1999 toimilupapäätöksessään luvannut tarkastella tilannetta uudelleen vuoden 2002 aikana ja mahdollisesti myöntää uusia toimilupia (Miettinen 2006, 24).
- ¹⁵ Neljä yritystä sai digi-tv:n ohjelmistoluvat, Helsingin Sanomat 14.3.2003, C7.
- ¹⁶ Epärealistisina ja suunnitelmiltaan ylimalkaisina hylätyiksi tulivat kolmen kotimaisen hakijan, Artechon Oy:n, Blue Media Oy:n ja Citizen TV Oy:n hakemukset. Esimerkiksi Blue Media oli tarjonnut yli viisikymppisille suunnattua elämäntapa-, viihde- ja asiakanavaa. (Valtioneuvosto 2006, 16–18.)
- ¹⁷ SVT Euroopan digitaalisen toimiluvan sai sittemmin Yleisradio, ja kanava alkoi näkyä syyskuussa 2007 (Valtioneuvosto 2007).
- ¹⁸ Sivuutan tässä alueelliset digikanavat, joita tällä hetkellä toimii Turun, Vaasan, Kristiinankaupungin ja Närpiön alueella, samoin lyhytaikaisilla toimiluvilla toimivat kanavat ja televisiokanavilla nähtävät ”näköradiot” (Iskelmä TV Harju & Pöntinen). Kaikki voimassa olevat toimiluvat löytyvät keskitetysti osoitteesta http://www.lvm.fi/c/document_library/get_file?folderId=203388&home=DLFE-2002.pdf
- ¹⁹ Syksyllä 2008 The Voice laajensi ohjelmatarjontaansa muun muassa elokuvien, sarjojen ja urheilun suuntaan. Ks. Jyrki Räikkä, TV Viisi on uusi peluri kanavakisassa, Helsingin Sanomat 10.9.2008, C4.
- ²⁰ Digiviihde kiertää käytännössä säännöstöä toimiessaan Viestintäviraston myöntämällä niin sanotulla lyhytaikaisella toimiluvalla. Kanavan tarjonta koostuu kahden toimijan (Sextv.fi, Hustler) lähetyksistä, joista kumpikin lähettää ohjelmaa vain kahdeksan tuntia viikossa. Canal69 taas toimii osana Canal+-n pakettia ja sen toimiluvalla. Se lähettää runsaat kuusi tuntia eroottisia elokuvia joka yö.
- ²¹ Liikenne- ja viestintäministeriön ohjelmarakennetutkimuksissa ohjelmisto luokitellaan 13:een eri luokkaan: (1) uutiset, (2) ajankohtaisohjelmat, (3) asiaohjelmat, (4) kulttuuriohjelmat, (5) palveluohjelmat, (6) opetusohjelmat, (7) kotimainen fiktio, (8) ulkomainen fiktio, (9) elokuvat, (10) viihde, (11) urheilu, (12) lastenohjelmat ja (13) muut ohjelmat. – Keskustelua vaihtoehtoisista mittareista, ks. Aslama & Lehtinen 2007, 70–71. Mittaamistavan kritiikkiä, ks. Karppinen 2005.
- ²² Ks. MTV3 ei saa keskittyä naisohjelmiin, Helsingin Sanomat 15.8.2008, C4.
- ²³ Ks. Räikkä, TV Viisi on uusi peluri kanavakisassa.

Kirjallisuus

- Aslama, Minna (2003) Digikansalainen kadoksissa? Katsojien roolit digitelevisiosta käydyssä keskustelussa. Teoksessa Malmelin, Nando (toim.) Välittämisen tiede. Viestinnän näkökulmia yhteiskuntaan, kulttuuriin ja kansalaisuuteen. Viestinnän julkaisuja 8. Helsinki: Helsingin yliopisto, 246–262.
- Aslama, Minna (2008) Slogans of Change: Three Outlooks on Finnish Television Contents. SSKH Skrifter 26. Helsinki: Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet.
- Aslama, Minna; Heikki Hellman, & Tuomo Sauri (2004a) Digitalizing Diversity: Public Service Strategies and Television Program Supply in Finland in 2002. The International Journal on Media Management 6:3–4, 152–161.
- Aslama, Minna; Heikki Hellman & Tuomo Sauri (2004b) Does Market-entry Regulation Matter? Competition in Television Broadcasting and Programme Diversity in Finland, 1993–2002. Gazette 66:2, 113–132.
- Aslama, Minna; Heikki Hellman & Tuomo Sauri (2005) Kilpailun ja toimilupapolitiikan vaikutukset tv-ohjelmiston monipuolisuuteen 1993–2002. Liiketaloudellinen aikakauskirja 54:3, 375–396.
- Aslama, Minna & Michael Karlsson (2001) Suomalainen tv-tarjonta 2000. Julkaisuja 41/2001. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.

- Aslama, Minna & Michael Karlsson (2002)** *Suomalainen tv-tarjonta 2001*. Julkaisuja 41/2002. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Aslama, Minna & Pauliina Lehtinen (2007)** *Suomalainen tv-tarjonta 2006*. Julkaisuja 56/2007. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Brown, Allan (2003)** *Technology-driven Industry Restructure: The Case of Terrestrial Television in Finland*. Business Research and Development Centre, Research Reports B 1/2003. Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
- Brown, Allan (2005)** *Finland: Uncertain Digital Future in a Small Market*. Teoksessa Brown, Allan & Robert G. Picard (toim.) *Digital Terrestrial Television in Europe*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 223–243.
- Dowding, Keith (1992)** *Choice: Its Increase and Its Value*. *British Journal of Political Science* 22:3, 301–314.
- Ero, Liisa (1999)** *Toimilupien myöntäminen digitaaliseen televisiolähetystoimintaan*. Viestintähallinnon muistio 16.6.1999. Liikenneministeriö.
- Ero, Liisa & Maaret Suomi (2008)** *Digitaaliseen televisioon siirtyminen*. Seurantaryhmän loppuraportti. Julkaisuja 12/2008. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Freedman, Des (2005)** *Promoting Diversity and Pluralism in Contemporary Communication Policies in the United States and the United Kingdom*. *The International Journal on Media Management* 7:1–2, 16–23.
- Hellman, Heikki (1999)** *From Companions to Competitors*. *The Changing Broadcasting Markets and Television Programming in Finland*. *Acta Universitatis Tamperensis* 652. Tampere: University of Tampere.
- Hellman, Heikki (2001)** *Diversity – An End in Itself? Developing a Multi-measure Methodology of Television Programme Variety Studies*. *European Journal of Communication* 16:2, 181–208.
- Hujanen, Taisto (2004)** *Public Service Strategy in Digital Television: From Schedule to Content*. *Journal of Media Practice* 4:3, 133–153.
- Järvinen, Petteri (2007)** *Digikatastrofi konkretisoituu 2007*. Vieraskynä. Helsingin Sanomat 2.1.2007, B8.
- Jääsaari, Johanna (2007)** *Consistency and Change in Finnish Broadcasting Policy. The Implementation of Digital Television and Lessons from Canadian Experience*. Åbo: Åbo Akademi University Press.
- Kaarlela, Miia (2004)** *Miten tehdään tv-kanava kohderyhmälle? Nelosen ohjelmisto 1997–2003*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Kangaspunta, Seppo (2006)** *Yhteisöllinen digi-tv. Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevisiön vaihtoehto*. Tampere: Tampere University Press.
- Kangaspunta, Seppo (2008)** *Keskeneräistä pakolla*. Tutkimus digi-tv:n ja mediateknologian kotouttamisesta. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja C 42/2008. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Karpainen, Kari (2005)** *Mediadiiversiteetti ja mittamuksen politiikka*. *Tiedotustutkimus* 28:2, 28–43.
- McQuail, Denis (1992)** *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage.
- Miettinen, Jorma (2006)** *Havaintoja digi-tv:n ensimmäiseltä 10-vuotiskaudelta Suomessa*. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 1/2006. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Miettinen, Jorma (2007)** *Television digitalisoimisen alkuvuodet Suomessa*. Teoksessa Sauri, Tuomo (toim.) *Joukkoviestimet 2006*. Helsinki, Tilastokeskus, 43–73.
- Murdock, Graham (2004)** *Past the Posts. Rethinking Change, Retrieving Critique*. *European Journal of Communication* 19:1, 19–38.
- Mykkänen, Jouni (1995)** *Yleisradion strategiaselvitys: Radio ja televisio 2010*. Julkaisuja 45/95. Helsinki: Liikenneministeriö.
- Napoli, Philip M. (1997)** *Deconstructing the Diversity Principle*. *Journal of Communication* 49:4, 7–34.
- Nieminen, Hannu & Mervi Pantti (2004)** *Media markkinoilla*. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Nurmela, Sakari (2006)** *Digitelevision käytettävyyttä koskeva tutkimus 1/2006*. Julkaisuja 6/2006. Helsinki: Viestintävirasto.
- Näränen, Pertti (2006)** *Digitaalinen televisio*. *Acta Universitatis Tamperensis* 1132. Tampere: Tampere University Press.

- Näränen, Pertti & Tanja Sihvonon (2001)** Musta laatikko? Digitaalinen televisio ja lisäarvo. Kulttuurintutkimus 18:2, 39–47.
- Palonen, Vesa & Ismo Kosonen (1996)** Yleisradiotoiminnan digitalisointi Suomessa. Digitalisointityöryhmän raportti. Julkaisuja 20/96. Helsinki: Liikenneministeriö.
- Palonen, Vesa; Ismo Kosonen & Esa Blomberg (1998)** Digitaalinen televisio ja Suomi. Digi-tv-työryhmän mietintö. Julkaisuja 23/98. Helsinki: Liikenneministeriö.
- Paukku, Eero (2005)** Sananvapaus televisio- ja radiotoiminnan sääntelyssä. Helsinki: Kansainvälisen talousoikeuden instituutti.
- Ristola, Juhapekka & Olli-Pekka Rantala (2008)** Markkinalähtöinen taajuushallintomalli. Työryhmän ehdotus. Julkaisuja 19/2008. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Rolland, Asle (2008)** Norwegian Media Policy Objectives and the Theory of Paradigm Shift. *Journal of Communication* 58:1, 126–148.
- Sisättö, Seppo (2002)** Uppoava digi-tv-projekti tarvitsee uudenlaisen alun. Vieraskynä. *Helsingin Sanomat* 10.5.2002, A4.
- Valtioneuvosto (1999a)** MTV Oy:n toimilupa valtakunnallisen televisiotoiminnan harjoittamiseen (analoginen lähetystoiminta), 11.3.1999. VNp 319/33/99.
- Valtioneuvosto (1999b)** MTV Oy:n toimilupa valtakunnalliseen digitaaliseen lähetystoimintaan, 23.6.1999. VNp 320/33/99.
- Valtioneuvosto (2003)** Canal+ Finland Oy:n toimilupa digitaaliseen televisiotoimintaan, 13.3.2003. VNp 1400/35/2002.
- Valtioneuvosto (2005)** TV5 Finland Oy:n toimilupa digitaaliseen televisiotoimintaan, 14.4.2005. VNp 1687/35/2004.
- Valtioneuvosto (2006)** Valtioneuvoston päätös toimiluvista televisiotoiminnan harjoittamiseksi digitaalisissa televisioverkoissa, 14.12.2006. VNp 175/35/2006.
- Valtioneuvosto (2007)** Toimilupien myöntäminen SVT Euroopan ohjelmiston lähettämiseen, 18.1.2007. VNp 1780/35/2006.
- Valtiopäivät (1998)** Hallituksen esitys Eduskunnalle televisio- ja radiotoimintaa koskevaksi lainsäädännöksi. HE 34/1998 vp.
- Van Cuilenburg, Jan & Denis McQuail (2003)** Media Policy Paradigm Shifts: Toward a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication* 18:2, 181–207.
- Van der Wurff, Richard & Jan van Cuilenburg (2001)** Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market. *Journal of Media Economics* 14:4, 213–229.