

Videot, käyttö ja moralismi

Videon maihinnoususta suomalaisiin kotitalouksiin on tämän vuoden (1987) syksyllä kulunut viisi vuotta, jos läpimurtohetkeksi hyväksytään syksy 1982. Videonauhureita oli toki myyty aiemminkin, 1970-luvun lopusta lähtien, mutta mainittuna syksynä laitekauppa varsinaisesti vilkastui.

Sytä, miksi videonauhurikauppa nopeutui juuri tuona syksynä, on vaikea täsmällisesti eritellä. Joitakin tekijöitä voidaan kuitenkin nostaa esiin. Videot olivat olleet yleisessä tietoisuudessa jo muutamia vuosia, mutta mm. nauhureiden halvimpien ns. karvalakkimallien markkinoille tulo ja yleisemminkin nauhureiden hintatason putoamisen - mihin puolestaan vaikutti toteutettu devalvaatio - vuoksi alkoi videon omistajien määrä kasvaa. Myös valmiiksi nauhoitettujen videotallenteiden markkinat alkoivat olla houkuttelevia. Tarjolla oli noin 500 erilaista elokuvaa, joiden laatu oli lisäksi hiljalleen parantunut eräiden suurten amerikkalaisten elokuvastudioiden (Paramount, Universal ja Warner Bros.) julkaistua ensimmäiset videovalikoimansa. Tätä ennen saatavilla olevat videoelokuvat olivat painottuneet varsin

yksipuolisesti esittelemään ns. eksploitaatioelokuvien laajaa kirjoa.

Joulukuussa 1982 lähetettiin televisiossa puolen tunnin A-raportti. Raportissa käsiteltiin väkivaltaisia videoelokuvia ja näytettiin niistä valittuja paloja. Ruotsissa vastaavan ohjelman esittäminen erään tulkinnan mukaan kiihdytti videonauhurikauppaa ja lisäsi erityisesti kauhua ja väkivaltaa sisältävien elokuvien kysyntää (Luoma-Keururi 1987).

Videonauhuri ei ollut yleistyessään uusi keksintö. Naururin prototyyppi on ollut olemassa jo 1940-luvulta. Televisioyhtiöiden käyttöön kuvanauhoittaminen otettiin 1950-luvulla. Videonaururin markkinoiminen kotitalouksiin 1970-luvulla onkin nähtävä jonkun nokkelan kauppamiehen keksintönä, jolla ihmisille tarjottiin mahdollisuus vapautua televisio-ohjelmien ennalta määrätystä katsomisajankohdasta. Siinä sivussa nauhurin ostajalle tarjottiin vielä mahdollisuus korvata elokuvissa käynnit vuokraamalla valmiiksi nauhoitettu videotallenne.

Syksyllä 1986 toteutettiin toinen laaja videon käyttötutkimus, joka tutkimusasemiltaan ja tavoitteiltaan oli jatkoa kaksi vuotta aikaisemmin

tehdylle tutkimukselle (OPM 1985:36, ks. myös Samola 1985). Tutkimusten tavoitteet olivat yksinkertaiset. Ensiksi tavoitteena oli selvittää videolaitteiden yleisyys ja peitto sekä hankintatapa. Toiseksi oltiin kiinnostuneita videon käytöstä (katselu, nauhoittaminen, säilyttäminen, vuokraaminen ja kuvaaminen). Kolmanneksi haluttiin selvittää videon vaikutusta eräiden muiden viestintävälineiden käyttöön.

Yleistä videon vaikutuksista

Jonkin viestintävälineen vaikutusten tutkiminen täsmällisesti ja yksiselitteisesti lienee mahdoton tehtävä. Videotutkimuksessa tyydyttiin vastaajan (videon omistajan) omiin arvioihin siitä, miten video on vaikuttanut eräiden muiden viestintävälineiden käyttöön. Lähinnä oltiin kiinnostuneita valtakunnallisten televisio-ohjelmien ja kaapeli- ja satelliittivälitteisten televisio-ohjelmien katselussa sekä elokuva-teattereissa käynneissä tapahtuneista muutoksista.

Näiden välittömien henkilökohtaisten vaikutusten ohella videolla on tiettyjä yleisempiäkin vaikutuksia, jotka liittyvät yhteiskuntaan ja kulttuuriin. Tällaisia yhteiskunnallisia vaikutuksia on esimerkiksi videon kiihdyttämä keskustelu väkivaltaa sisältävien ohjelmien vaikutuksista erityisesti lapsiin ja nuoriin, mikä puolestaan oli yksi tärkeimmistä syistä siihen, että eduskunta säätöi "läntisen Euroopan ankarimman" videolain.

Kahdessa vuodessa ovat videon aiheuttamat muutokset jonkin verran pienentyneet kaikkien kysyttyjen viestintävälineiden osalta. Tulosta voidaan tulkita ainakin kah-

della tavalla. Ensiksi kysymys voi olla siitä, että videon vaikutukset ihmisten ajankäyttöön ovat todella pienentyneet eli että nauhurin omistajat käyttävät laitteitaan vähemmän kuin kaksi vuotta sitten. Toinen mahdollisuus on, että laitteen omistajat vain kokevat videon vaikutukset vähäisemmiksi, vaikka videoita käytettäisiinkin yhtä paljon kuin aikaisemmin. Jälkimmäisessä tapauksessa kysymys on vaikutusten vakiintumisesta.

Ensin mainittua vaihtoehtoa tukee videon käytön määrällinen väheneminen, joka on tapahtunut kahdessa vuodessa kaikissa videon käyttömuodoissa. Videon omistajat katsovat jonkin verran harvemmin video-ohjelmia kuin syksyllä 1984. Esimerkiksi parin päivän sisällä katsoneita oli syksyllä 1984 53 % ja syksyllä 1986 50 % videon omistajista. Ero on kuitenkin pieni, vain pari prosenttiyksikköä, mutta kun se on yhdensuuntainen katsomisajoissa tapahtuneen lyhenemisen kanssa, on se ainakin suuntaa-antavaa. Myös yksin tapahtuva katselu on lisääntynyt videon omistajien keskuudessa.

Vastaava kehitys lienee tapahtunut myös nauhoittamisen kohdalla. Tulokset eivät suoraan ole vertailukelpoisia, koska vuoden 1986 tutkimuksessa nauhoittamisen useutta kysyttiin kotitalouskohtaisesti, vuoden 1984 tutkimuksessa sen sijaan henkilökohtaisesti ja täydennettynä muiden perheenjäsenten tekemällä nauhoittamisella. Nauhoittamisen vähentymistä tukee kuitenkin se, että vanhoissa videotalouksissa nauhoitetaan vähemmän kuin uusissa videotalouksissa. Tulos on luonnollinen. Uutuuden viehättyksen mentyä ohi valitaan nauhoitettavat ohjelmat huolellisemmin. Sama koskee nauhoitettujen ohjel-

mien säilyttämistä, jossa on tapahtunut laskua. Syksyllä 1984 säilytti 36 % kaikista omistajista vähintään puolet nauhoituksistaan, kaksi vuotta myöhemmin enää 29 %. Keskimääräistä enemmän säilytetään lastenohjelmia ja musiikkiohjelmia. Nauhurin iän noustessa kasvaa säilytettävien ohjelmien määrä.

Kahta viimeistä videon käyttömuotoa eli videotallenteiden vuokrausta ja videokuvausta koskee sama käytön määrällinen väheneminen kuin muitakin videon käyttötapoja. Videokuvauksen kohdalla ei koko toiminta ole vielä edes lähtenyt liikkeelle. Kahdessa vuodessa ei kameroiden suhteellisessa osuudessa ole tapahtunut lainkaan kasvua. Videokamera on edelleen vain neljässä prosentissa videotallenteita. Jonkin verran oli vastaajien käytössä videokameroita esim. työpaikoilla ja kouluissa, yhteensä noin viidellä prosentilla 15 vuotta täyttäneestä väestöstä. Lähes kolmannes vastaajista ilmoitti kuitenkin olevansa kiinnostunut kuvaamaan videokameralla, jos siihen olisi mahdollisuuksia.

Videotallenteiden vuokrauskehitys on parissa vuodessa kokenut selvän pysähdyksen. Vuokrauksen liikevaihto on jäänyt 200 mmk:n tietämille (joka tosin on enemmän kuin elokuvateatteritoiminnan vuotuinen liikevaihto, vuonna 1986 noin 160 mmk).

15 vuotta täyttäneestä väestöstä vajaa kolmannes (30 %) on joskus vuokrannut videotallenteen. Näistä puolestaan kolmasosalla on viimeisestä vuokrauksesta aikaa yli puoli vuotta. Noin puolet (47 %) oli viimeksi vuokrannut korkeintaan kuukausi sitten.

Vuonna 1984 vuokraamista kysyttiin kappalemäärinä. Silloin noin puolet vastaajista oli vuokran-

nut vähintään pari videotallennetta kuukaudessa eli noin 20-30 tallennetta vuodessa. Vuonna 1986 ilmoitti enää joka neljäs vastaaja vuokraavansa yli 20 tallennetta vuodessa.

Vaikka vuokravideomarkkinoiden volyymin kasvu näyttääkin pysähtyneen, kasvavat ohjelmistomarkkinat edelleen, mutta eivät enää sellaista vauhtia kuin 1980-luvun alussa, jolloin uusien videotallenteiden ilmestymisvauhti oli neljä-viisinkertainen elokuvateattereiden ensi-iltoihin verrattuna. Videomarkkinoiden suuruus on runsaat 4.000 nimikettä.

Vaikutukset kuunteluun ja lukemiseen

Niiden vaikutusten ohella, jotka kohdistuvat videon kahteen suoraan kilpailijaan - televisioon ja elokuva-teattereihin - kysyttiin nauhurin omistajilta myös heidän videonauhurin hankkimisen jälkeen kokemiaan ajankäytön muutoksia lehtien ja kirjojen lukemisessa sekä äänitteiden ja radion kuuntelemisessa.

Voidaan väittää, että lukemiseen ja kuunteluun kohdistuvat vaikutukset eivät ole suoria, vaan enemmän on kysymys ajankäytöllisistä seikoista eli video on samanlainen kilpailija esimerkiksi kirjan lukemisen kanssa kuin vaikkapa kortteliin tullessa uudessa kapakassa istuminen. Videoihin helposti liittyvän moralismin välttämiseksi tämä lähtökohta on tärkeä.

Kuuntelun muutokset näyttävät tapahtuvan hitaasti. Videon aiheuttamat muutokset ovat äänitteiden ja radion kuuntelussa lisäksi varsin pieniä, selvästi alle kymmenen prosenttia sekä kuuntelua lisäävään että vähentävään suuntaan. Muutokset kasvavat kuitenkin nauhurin

iän myötä siten, että yli neljä vuotta laitteen omistaneiden keskuudessa sekä kuuntelua vähentäneiden että lisänneiden osuudet ovat kymmenen prosentin luokkaa (äänitteiden kohdalla 9 % ja radion kuuntelun kohdalla 11 % molemmissa ryhmissä).

Suurimmat muutokset ovat tapahtuneet alle 25-vuotiaiden keskuudessa. Heistä on 15 % lisännyt äänilevyjen ja kasettien kuuntelua, ja toisaalta 14 % on vähentänyt radion kuuntelua videonauhurin hankkimisen jälkeen.

Tapahtuneet muutokset voidaan ehkä tulkita niin, että kyse on toisaalta kuuntelijan autonomian ja valinnan vapauden kasvusta, toisaalta siirymisestä kohti "visuaalista kuuntelua", jota musiikkivideot edustavat. Oma merkityksensä on myös musiikkivideoiden mainosvaikutuksella. Musiikkivideothan nimenomaan kehitettiin edistämään äänilevyjen myyntiä.

Lehtien ja kirjojen lukemisessa tapahtuneissa muutoksissa on selvä ero. Videon vaikutukset lehtien lukemiseen ovat suurimmillaan heti kuvanauhurin hankkimisen jälkeen, jolloin kuusi prosenttia vastaajista ilmoitti vähentäneensä lehtien lukemista (kaikki: 3 %). Yli neljä vuotta laitteen omistaneista vähentäneitä oli enää kaksi prosenttia. Kirjojen lukemisen kohdalla tapahtuvat muutokset hitaammin. Alle kolme kuukautta nauhurin omistaneista lukemista vähentäneitä oli kuusi prosenttia, yli neljä vuotta laitteen omistaneista 13 % (kaikki: 9 %).

Tämä vahvistaa käsitystä, että lehtien lukeminen on vakiintunut tapa, jossa tapahtuvat muutokset ovat vähäisiä ja lyhytaikaisia. Kirjojen lukeminen taas on vapaa-ajanviettotapoja, joihin muut kilpailevat

vapaa-ajanviettotavat vaikuttavat herkemmin, ja joissa voi olla kysymys pysyvämmistä muutoksista.

Pitkäaikaisuuden tai lyhytaikaisuuden ohella voidaan vaikutuksia tarkastella myös sen mukaan, ovatko vaikutukset käyttöä lisääviä tai vähentäviä sekä sen mukaan, kohdistuvatko vaikutukset etupäässä paljon vai vähän välinettä käyttöviin.

Vaikutukset televisio-ohjelmien katseluun

Videonauhurin omistajat katsovat televisiota - mukaan lukien video-ohjelmien katselu - keskimäärin (mediaani) 1 tunnin 40 minuuttia arkisin ja 2 tuntia 24 minuuttia viikonloppuisin. Television katseluun käytetty aika videon omistajien keskuudessa ei näyttäisi ainakaan olevan kasvussa. Kaksi vuotta sitten vastaavat luvut olivat arkikatselun osalta 1 tunti 50 minuuttia ja viikonloppukatselun osalta 3 tuntia.

Televisiokatselun huiput sijoittuvat toisaalta nuorimpaan ikäryhmään (15-24 -vuotiaat), toisaalta vanhimpiin ikäryhmiin (yli 55-vuotiaat). On luultavaa, että nuoremmassa ikäryhmissä television katselusta video-ohjelmien katselulla on suurempi merkitys kuin vanhemmissa ikäryhmissä. Esimerkiksi Yleisradion tutkimusten mukaan ovat 15-24 -vuotiaat vähiten televisiota katsova väestön osa (Kalkkinen 1986).

Käytettävissä oleva kahden vuoden aikaperspektiivi on liian lyhyt sen ennustamiseen, siirtyvätkö nuoret pysyvästi pois valtakunnallisten televisio-ohjelmien katsomisesta. Videonauhurien iän merkitys ei kuitenkaan näytä tukevan olettamusta pysyvästä siirrosta. Nauhurin iän kasvaessa vuokravideoiden

katselu vähenee jonkin verran laitteen iän kasvaessa kolmesta kuukaudesta neljään vuoteen. Vuokratavien videonauhujen suosio on alkuun melko huomattava eli lähes kolmannes viimeksi katsotuista ohjelmista oli peräisin videovuokraamoista, mutta laskee sitten viidenneksen tasolle. Yleisradion tai MTV:n lähetyksistä oli peräisin noin 70 % viimeksi katsotuista ohjelmista. Satunnaiskatsojien kohdalla luku on huomattavasti pienempi eli vain joka neljäs katsottu video-ohjelma oli nauhoitettu valtakunnallisista televisiolähetyksistä.

Satelliitti- ja kaapelikanavien katselu näyttää vielä olevan hyvin vähäistä. Vain pari prosenttia viimeksi katsotuista video-ohjelmista oli peräisin kaapeli- tai satelliittilähetyksistä. Talouksia, joissa näkyi jokin kaapeli- tai satelliittikanava, oli vain 10 % tutkituista kotitalouksista. Kysymys ei siis vielä ole määrällisesti kovin merkittävää ilmiöstä. Joka neljäs sellainen videon omistaja, jonka talous oli kytketty kaapeliverkkoon, ilmoitti lisänneensä kaapeli- tai satelliittitelesioiden lähettämien ohjelmien katselua. Tulos on sikäli ilman päällä, ettei vastaajilta kysytty kuinka paljon he katsovat satelliittiohjelmia päivässä tai viikossa tai kuukaudessa. Sekin on lisäystä, jos ennen on katsonut yhden ohjelman kuukaudessa, mutta nyt katsoo kaksi.

Videonauhurin omistajista 13 % arvioi vähentäneensä valtakunnallisten televisio-ohjelmien katsomista videonauhurin hankkimisen jälkeen. Toisaalta Yleisradion ja MTV:n ohjelmien katsomista lisänneitäkin oli 8 %, mikä lienee suoraa seurausta videon mahdollistamasta lähetetyn ohjelman katselun ajansiirrosta. Vuonna 1984 oli kat-

seluaan vähentäneitä 15 %. Katseluaan lisänneiden osuudessa ei ollut tapahtunut muutoksia.

Alle 25-vuotiaiden ryhmässä katselua vähentäneitä oli jonkin verran enemmän eli 17 %. Tämä näyttää olevan linjassa sen kanssa, että nuoret ovat "tilapäisesti" siirtymässä pois yleisradio-ohjelmien katsomisesta videotallenteiden ja kaapelikanavien katsojiksi. Kaapeli- ja erityisesti satelliittivälitteisten kanavien houkuttelevuutta lisää runsas musiikkivideoiden ja sarjafilmiin tarjonta. Esimerkiksi Sky Channelin ohjelmatarjonnasta oli keväällä 1986 yhteensä 80 % mainittuja ohjelmatyyppejä. (Musiikkivideoita oli noin puolet ohjelmaajasta, Haarala 1986.)

Videon vaikutuksia tarkasteltiin myös television katseluun käytettyjen aikojen suhteen. Kolmesta neljään tuntia päivässä katsovien kohdalla oli valtakunnallisten televisio-ohjelmien katselua lisänneitä 17 % (katselua vähentäneitä oli 12 %). Videonauhuri näyttää siis jonkin verran lisäävän paljon televisiota katsovien katselua. Sen sijaan yli neljä tuntia päivässä katsovien ryhmässä eivät katselua lisänneiden ja vähentäneiden osuudet poikenneet keskimääräisistä.

Tutkimuksessa selvitettiin myös televisiovastaanottimien lukumäärää. Useampia televisioita oli jo joka neljännessä kotitaloudessa, kolmella prosentilla oli vähintään kolme vastaanotinta. Televisiotomia talouksia oli kuusi prosenttia.

Televisiovastaanottimien määrään vaikutti erityisesti kaksi tekijää eli perheen tulot ja perheen koko. Esimerkiksi vähintään 15.000 markkaa kuukaudessa hankkivista kotitalouksista oli 56 %:lla ja neljän hengen talouksissa asuvista 46 %:lla useampi televisio.

Vaikutukset elokuvissa käymiseen

Suomalaiset eivät harrasta elokuvissa käymistä. Runsas puolet 15 vuotta täyttäneistä kansalaisista käy harvemmin kuin kerran vuodessa elokuvissa. Runsas kolmannes ilmoitti käyvänsä elokuvissa korkeintaan muutaman kerran vuodessa. Vain 12 % käy elokuvissa kuu-kausittain, alle 25-vuotiaista kuitenkin 39 %. Kaikilla ei ole myöskään mahdollisuutta käydä elokuvissa. Elokuvateatterittomia kuntia oli elokuvaseäitiön tilastojen mukaan vuonna 1986 noin 60 % kunnista. Elokuvateattereita (so. saleja) oli 344 kappaletta.

Molempina tutkimusajankohtina mielsivät vastaajat videolla olevan suurimman vaikutuksen elokuvissa käymiseen. Vaikka videon käyttöä vähentävät vaikutukset läpi kysytyjen viestintävälineiden olivatkin pienentyneet, oli huomattavin vaikutusten vähentyminen tapahtunut elokuvissa käyntien kohdalla. Syksyllä 1984 ilmoitti 38 % nauhurin omistajista vähentäneensä elokuvissa käyntejään, syksyllä 1986 vähentäneitä oli "enää" neljännes videon omistajista. Elokuvissa käyntejä lisäävää vaikutusta ei videonauhurin hankkimisella näytä sen laajemmin olevan: molempina tutkimusajankoh- tina käyntejä lisänneitä oli vain pari prosenttia nauhurin omistajis- ta.

Videonauhurin iällä ei näyttänyt olevan selvää vaikutusta valtakun- nallisten televisio-ohjelmien katse- lun muutoksiin. Elokuvissa käyntien kohdalla sen sijaan nauhurin omis- tusaika näyttää vaikuttavan siten, että vanhoissa videotalouksissa asuvista oli suurempi osa (30 %) kuin nuorissa videotalouksissa asu- vista (17 %) vähentänyt elokuvissa käyntejään. Toisaalta yli neljä

vuotta vanhoissa videotalouksissa asuvista kuusi prosenttia oli lisän- nyt käyntejään. Heidän tapaukses- saan saattaa olla kysymys vertai- lusta videon omistamisen alkuaiko- jen ja nykytilanteen välillä, jolloin lisäys onkin tapahtunut vain suh- teessa vasta hankitun nauhurin välittömään elokuvissa käyntejä vähentävään vaikutukseen.

Tutkimuksessa löytyi kyllä jouk- ko, jolle videon hankkiminen oli merkinnyt elokuvissa käynnin li- sääntymistä, nimittäin kerran vii- kossa elokuvissa kävijät. (Koko otoksesta heitä oli vain yksi pro- sentti.) Heistä joka neljäs ilmoitti lisänneensä elokuvissa käyntejään. Käyntejään vähentäneitä ei ollut yhtään. Vaikka joukon pienuuden (N=13) vuoksi varmoja johtopäätök- siä ei uskalla tehdä, näyttäisi siltä, että videon hankkiminen vaikuttaa harrastusta lisäävästi aktiivisten elokuvan Harrastajien keskuudessa ja vähentävästi erityisesti niiden keskuudessa, jotka eivät elokuvaa harrasta. Videon omistajissa, jotka käyvät elokuvissa vain kerran, pari vuodessa, oli käyntejään vä- hentäneitä lähes kolmannes. Kuu- kausittain kävijöistä käyntejään vähentäneitä oli viidennes, mutta lisänneitäkin 13 %.

Lopuksi

Kotitalouksissa olevien nauhureiden lukumäärä kaksinkertaistui kahdessa vuodessa (11 %:sta 23 %:iin). Nyt (syksyllä 1987) nauhureita lienee jo lähes kolmanneksella kotitalouk- sista. Videonauhureita on suhteelli- sesti enemmän lapsiperheillä ja suhteellisesti vähemmän yksinäisillä naisilla (vain parilla prosentilla syksyllä 1986!) ja pientuloisilla. Videoiden hankkiminen näyttää liittyvän elämänvaiheeseen, jolloin

perhekeskeisyys ja kotiin sitoutuminen kasvavat. Videonauhuriin olenaisesti liittyvä ajansiirtomahdollisuus vapauttaa katsomaan televisio-ohjelmia silloin kun se käyttäjälle parhaiten sopii. Televisio-ohjelmien nauhoittaminen oli lähes kolmella neljäsosalla nauhurin omistajista videon pääasiallinen käyttötapa. Nauhoitusmahdollisuus on vähän korostunut kahdessa vuodessa (1984: 71 %) ja vastaavasti on vuokratallenteiden katsomismahdollisuus vähän pienentynyt nauhurin tärkeimpänä käyttötapanä (24 %:sta 20 %:iin).

Jos nauhurin omistajilla korostuukin videon luonne television apuvälineenä, niin satunnaisten katsojien kohdalla - joita oli runsas puolet väestöstä - on vuokratallenteiden katsominen huomattavan paljon yleisempää kuin televisionauhoitusten katsominen. Vuokratallenteita oli lähes puolet (47 %) viimeksi katsotuista ohjelmista, kun televisionauhoituksia oli vain neljäsosa. (Loput olivat itse kuvattuja - 11 % - tai työssä tai koulussa nähtyjä opetus- tai hyötyohjelmia - 12 %.) Myös nuorten kohdalla ovat vuokratallenteet televisionauhoituksia tärkeämmässä asemassa. Tämä puolestaan on aiheuttanut korostunutta huolestuneisuutta erityisesti kasvattajien piirissä, joiden keskuudessa istuu erityisen vahvana videon alkuaikojen epämääräinen maine puhtaasti eksploitaatioelokuvien levityskanavana. Kasvattajien tuntema huoli välittyi eduskuntaan videolain käsittelyn aikoihin tunnetuin seurauksin.

Kotivideoiden käytössä tapahtunut kehitys voidaan tiivistää esimerkiksi seuraavasti. Ensiksi videon käytössä on tapahtunut selvää määrällistä vähenemistä, joka liittyy videoiden arkipäiväistymiseen.

Samoin lisääntyy yksin tapahtuva videoiden katselu, millä puolestaan on liittymä yksityistymiskehitykseen, joka television tulon, vapaa-ajan lisääntymisen ja kodin yleisen merkityksen kasvun myötä näyttää olevan yksi kulttuurimuutoksen pitkiä trendejä. Edelleen videon arkipäiväistymiseen liittyy vastaajan kokemien videon vaikutusten pieneeminen sekä videoiden leviäminen vanhempiin ikäryhmiin. Voidaan puhua videon keski-ikäistymisestä; eläkeläiset tuntuvat edelleen olevan jokseenkin täysin videokulttuurin ulkopuolella. Toinen väestöryhmä, jonka videoiden käyttö on selvästi vähäisempää, ovat maanviljelijät. Video tuntuu kuuluvan urbaaniin menoon, "uuden keskiluokan" (ks. esim. Roos 1986) elämäntapaan.

Mitkä ovat videon vaikutukset televisiokulttuuriin? Ainakin kolmenlaisia muutoksia voidaan epäillä tapahtuvan. Katselutottumukset muuttuvat. Muutos tapahtuu pois-päin yhtenäisestä tv-kulttuurista, jolle oli ominaista television keskeinen rooli vapaa-ajan pisteittäjänä. Ihmiset eivät enää yhä varmasti katso samoja ohjelmia samoihin aikoihin, vaan videoon turvautuen voivat siirtää ohjelmien katseluai-koja päiviä tai jopa kuukausia.

Toinen muutos kohdistuu ihmisten katselumieltymyksiin. Video voi opettaa ihmiset paremmin valikoimaan katsottavansa. Eri asia on, että valinnassa näyttävät painottuvan viihteelliset ohjelmat. Esimerkiksi kolme televisiosta eniten nauhoitettua ohjelmatyyppeä olivat elokuvat (40 % vastaajista nauhoitti eniten), sarjafilmit (21 %) ja viihdeohjelmat (15 %). Kuitenkin television ohjelmatarjonnasta oli kyseisiä ohjelmia vain 41 % (Kalkkinen 1987).

Kolmas videon mahdollinen vaikutus on televisio-ohjelmistojen muuttuminen viihteellisemmiksi, josta on kuvaava esimerkki Kolmos-televisiion perustaminen. Video ei ole tietenkään yksin vikapää tähän kehitykseen, joka esimerkiksi Yleisradion ohjelmiston kohdalla ei edes ole kovin selvä - vuodesta 1976 on viihdepitoisten ohjelmien tarjonta noussut 36 %:sta 41 %:iin (Kalkkinen 1986) - vaan kysymys on yhtälailla satelliitti- ja kaapeli-kanavien aiheuttamista paineista.

Myös television tekninen kehitys on lisäämässä paineita viihteellisemmän ohjelmiston suuntaan. Television kaukosäätölaite, joka videotutkimuksen mukaan oli joka kolmannessa televisiossa, antaa ihmisille paremman mahdollisuuden rakentaa omia ohjelmakokonaisuuksiaan kanavalta toiselle pujottelemalla, mistä esimerkiksi Silvo (1987) kirjoitti. Rakentaminen tapahtunee "ikäviä" ohjelmia välttäen. Video-ohjelmien kohdalla taas voidaan kaukosäädintä kätevästi käyttää tylsien kohtien pikake-laukseen. Elokuvat voidaan "lukais-ta".

Jonkinlaiseen moralismiin sortu-minen on sittenkin pelottavan help-poa.

LUOMA-KETURI, Seppo. Taistelu tuuli-myllyjä vastaan ja miten tuuli kääntyy. Videoväkivaltakeskustelusta Ruotsissa. Julkaisussa: Kai LAPPINEN, Hannu PALOVIITA, Esko PULKKINEN ja Mika SILTALA (toim.). 7 asiantuntijamielipi-dettä aiheesta tarvitaanko sensuuria? Elokuvakerho Click ry, Helsinki.

ROOS, J.P. Elämäntapateoriat ja suoma-lainen elämäntapa. Teoksessa: Kalle HEIKKINEN (toim.). Kymmenen esseetä elämäntavasta. Oy Yleisradio Ab, Lahti.

SAMOLA, Juha. Videon käytöstä ja vai-kutuksesta kuvaohjelmien kulutukseen. Tiedotustutkimus 4/85.

SILVO, Ismo. Yhden illan retoriikka. Tiedotustutkimus 1/87.

VIDEOTUTKIMUS. Opetusministeriön työryhmien muistioita (OPM) 1985:36.

VIDEOTUTKIMUS 1986. Opetusministeriön työryhmien muistioita (OPM) 1987:5.

Kirjallisuus

HAARALA, Raija. Sky Channelin ohjel-matarjonta toukokuussa 1986. Oy Yleis-radio Ab, Viestinnän kehitysryhmä, syyskuu 1986.

KALKKINEN, Marja-Leena. Televisio-oh-jelmien seuraaminen 1976-1985. Yhteen-veto television seuraamistutkimuksista. Oy Yleisradio Ab, sarja B6/86.

KALKKINEN, Marja-Leena. Televisio-oh-jelmien katselu 3.-16.11.1986. Oy Yleis-radio Ab, sarja D4/87.