

# NÄKÖRADIOSTA MOBIILITELEVISION TELEVISIOTEKNOLOGIOIDEN SOSIOKULTTUURISTA HISTORIAA

Jukka Kortti

Suomalainen televisio viettää viisikymmenvuotisjuhliaan kuluvana vuonna. Pari vuotta teekkareiden TES-TV:n ensimmäisen julkisen lähetyksen jälkeen myös Yleisradion Suomen televisio aloitti yhdessä Mainos-TV:n kanssa lähetystoiminnan. Melkeinpä samaan aikaan, kun YLE:n television lähetystoiminnan alkamisesta tulee kuluneeksi viisikymmentä vuotta elokuussa 2007, suomalainen televisio siirtyi digiaikaan. Vaikka suomalainen televisio on elänyt murroksessa oikeastaan aina, lukuun ottamatta ehkä periodia 1970-luvun alusta 1980-luvun puoleenväliin, vietetään juhlia myllerryksessä, joka hakee vertaistaan ainoastaan television alkua ajoista.

Digitaalinen televisio on television historian kannalta tärkeä tekninen muutos, mutta myös aikaisemmin televisiotekniset uutuudet ovat muuttaneet suomalaisten arkea. Television koteihin leviämisen jälkeen 1960-luvulla väri tarjosi uuden maailman 1970-luvun alussa, kaapelit, satelliitit ja videot muuttivat merkittävästi televisio-kulttuuria 1980-luvulla ja 2000-luvun digitalisointi avaa kerralla mahdollisuuksia uudenlaisiin televisionkäyttötapoihin. Näiden lisäksi television historia pitää sisällään myös pienempiä teknologisia sovellutuksia, jotka ovat säilyttäneet asemansa (esim. teksti-tv) tai kadonneet kurioositeiteiksi teknologian historiaan (esim. videotex).

Tarkastelen tässä artikkelissa suomalaista televisiota muuttuvana kulutusteknologiana sosiaali- ja kulttuurihistoriallisesti. Kiinnostukseni kohteena on eteenkin television *domestikaatioprosessi*, josta on käytetty myös termejä *kesyttäminen*<sup>1</sup> ja *kotouttaminen*<sup>2</sup> tai *kotiuttaminen*<sup>3</sup>. Käytän tässä viimeksi mainittua suomennosta.

Empiiriset pääaineistot tutkimuksessani koostuvat kahdesta muistitietoa-aineistosta. Ensimmäinen kirjoitusaineisto on Museoviraston yhdessä Suomen Elokuva-arkiston kanssa elokuvan satavuotisjuhlien merkeissä järjestämä kysely *Elokuva ennen ja nyt* (EEN) vuodelta 1996. Osa liittyy televisioon ja videoon, eikä tätä puolta aineistosta ole ennen hyödynnetty. Otos 845 vastaajan aineistosta on 249 henkilöä. Mukaan otettiin suurimmat kaupungit, mutta myös pienempiä paikkakuntia eri puolilta Suomea aina Lappia myöten. Suurin osa vastaajista (74 prosenttia) on ennen 1940 syntyneitä. Tästä johtuen, ja koska aineisto on kerätty kymmenen vuotta sitten, täydensin sitä keräämällä opiskelijoilta (opiskelija-aineisto) heidän mediamuistojaan Helsingin yliopistossa pitämälläni mediahistoria-luentosarjalla syksyllä 2005. Sitä ennen olin kokeillut kyselyä Oulun Ammattikorkeakoulussa pitämälläni luentosarjalla viiden opiskelijan kanssa. Tämä opiskelijoilta keräämäni aineisto sisälsi yhteensä 87 vastaajaa. Metodologisesti

yhdistelen kulttuurintutkimuksellista televisioyleisön tutkimusta<sup>4</sup> ja muistitietohistoriaa (*oral history*).<sup>5</sup>

## TELEVISIO KULUTUSTEKNOLOGISENA PROSESSINA

Kulttuurintutkijat Roger Silverstone ja Eric Hirsch ovat karrikoidusti nähneet, että kulutusteknologioihin, etenkin informaatio- ja viestintäteknologioihin, on suhtauduttu kahdella tavalla: niitä kulutetaan kotona ja arjessa, ja ne kuluttavat meitä. Modernissa yhteiskunnassa ne täytyy nähdä sekä sosiaalisina ja symbolisina että materiaalisina objekteina, jotka on upotettu nykykulutuskulttuurin rakenteisiin ja dynamiikkaan. Informaatio- ja viestintäteknologiat ovat luomassa kotiutumista samalla kun niitä itseään kotiutetaan, sulautetaan kodin arkeen.<sup>6</sup> Kun esimerkiksi televisiosta tulee osa arkea, se samalla vaikuttaa kodin arkistumiseen.

Informaatio- ja viestintäteknologialaitteet eroavat muista kodinkonelaitteista siinä, että funktiollaan mediana ne yhdistävät – interaktiivisesti tai passiivisesti – kotitalouden yksilöt ja ulkopuolisen maailman.<sup>7</sup> Kuten kulttuuriteoreetikko Raymond Williams<sup>8</sup> toteaa, broadcasting (televisio ja radio) on auttanut luomaan eräänlaisen liikkuvan privatisoinnin muodon (*mobile privatization*). Siinä yhdistyy paradoksaalisesti kaksi erilaista, mutta syvästi toisiinsa liittyvää modernin urbaanin teollisen elämän tendenssiä: liikuttavuus ja entistä riippumattomampi perhe-elämä. Tietyllä tavallahan tämän idea pitäisi tällä hetkellä huipentua mobiili-tv:ssä. Televisio ei ole enää fyysisestikään sidottu yhteen paikkaan, kuten kotiin. Amerikkalaista televisiokulttuuria tutkineen Lynn Spigelin<sup>9</sup> mukaan jo kannettavat televisiot muuttivat mobiiliin privaatiuden privaatiksi mobiiliudeksi.

Silverstone, Hirsch ja Morleyn<sup>10</sup> ovat löytäneet kotiuttamisessa neljä vaihetta. Ensimmäisessä



"G.E. makes you feel its real!"

That's what G.E. means to you and when you see G.E.'s make life. In all the places you'll spend life's happiest moments you'll find G.E. television combined with the best of G.E. Black-Day-Lite Television. Because G.E. recognizes that when you see all the TV camera sees, more Black-Day-Lite Television really lives. That's what G.E. means to you. Because G.E. recognizes that when you see the picture, you feel it right next door. Dependable G.E. electronic tubes throughout. Economy of use built in. Model 1915. Shows what G.E. gives to a complete household. Nothing more complete. See your G.E. TV dealer today.

**BLACK-DAY-LITE TELEVISION**

Look, it's LIFE-LIKE! LIFE-SIZE!



You can put your confidence in...

**GENERAL ELECTRIC**

©1951 General Electric Co., N.Y.C.

General Electric -televisionvastaan-  
otinmainos vuodelta 1951. Lähde: The  
Television History -sivusto, [http://  
www.tvhistory.tv/](http://www.tvhistory.tv/).

mäisessä *valtaamisen* tai *haltuunoton* (*appropriation*) vaiheessa teknologia tulee saatavaksi niin fyysisenä kuin mentaalisenä objektina. *Kobteellistamisen* (*objectification*) vaiheessa teknologia hakee paikkansa kodissa: miten se esimerkiksi sisustuselementtinä kodissa sijoittuu. Osaksi kodin rutiineja teknologia muuttuu *yhdistämisen* (*incorporation*) vaiheessa. Tällöin tärkeäksi nousee esimerkiksi sukupuoli, ikä ja status. Neljännessä, *muuntamisen* (*conversion*) vaiheessa, teknologiasta on tullut tekijä kodin ja yhteiskunnan sekä kulttuurin välillä. Tällöin teknologia ottaa osaa myös sosiaalisten suhteitten muokkaamiseen. Television Silverstone ja kumppanit katsovat informaatio- ja viestintäteknologiaksi, jolla on kaksoismerkitys (*doubly articulated*) paitsi esineenä myös viestimenä, joka välittää palvelua, informaatiota ja viihdettä.

Edinburghin yliopiston multimedian tutkimuksen<sup>11</sup> jaottelut teknologian kesyntyemisessä ovat samansuuntaisia. Tutkimuksen mukaan kotiuttaminen on välttämätöntä artefaktien järkevän toiminnallisuuden kannalta. Sekä toiminta että tarkoitus ovat tärkeitä. Brittitutkijat kuitenkin korostavat kotiuttamista teknisen laitteen hyväksymisenä arkeen. Tämä koskee myös instituutioita ja jopa valtioita, eikä vain yksilöitä ja kotia. Esimerkiksi digi-tv on liittynyt vahvasti 1990-luvulta lähtien Suomen viralliseen tietoyhteiskuntaideologiaan, ja sen ympärillä käyty keskustelu on liittynyt vahvasti viestintäpolitiikkaan.<sup>12</sup>

Joka tapauksessa kaikki teknologisen kesyntyntymisprosessin vaiheet liittyvät niin television tuloon kuin myöhempiin siihen liittyviin uusiin teknologisiin sovellutuksiin aina mobiilitelevision asti. Vaikka olen laajemmassa tutkimuksessa<sup>13</sup> tarkastellut televisiota kaikilla edellä mainituilla kotiuttamisprosessin tasoilla, keskityn tässä yhteydessä ensimmäiseen vaiheeseen – siihen, kun uutta teknologiaa esitellään ja se aloittaa mahdollisen integroitumisensa suomalaisten elämään.

Usein radikaalit teknologiset keksinnöt, joihin televisio eittämättä kuuluu, vaativat ihmisten elämäntapoihin ja ajattelutapoihin juurtuakseen pitemmän ajan kuin ”vähäpätöisemmät” innovaatiot. Tällaisen sisääntuloväylän takia radikaalikeksintöjen sosiaalinen kesyntyminen on myös vaikeampaa.<sup>14</sup> Vaikka televisio institutionaalisen median saapuikin Suomeen suhteellisen myöhään, televisiotoiminnan vihdoinkin alettua leviämisenä – myös muualla kuin Suomessa – ennustaminen oli vaikeaa kuitenkin toisinpäin: televisio levisi ennennäkemättömän ja ennustamattoman nopeasti. Televisiolta puuttui rationaalisen harkinnan vaihe, ja siitä tuli *muoti* todella lyhyessä ajassa.

Television nopeaa leviämistä Suomessa voi selittää paitsi uutuuden viehätysellä myös suomalaisten teknologiamyön-

teisyydellä.<sup>15</sup> Tämä ilmeni teekkareiden hanakkuudessa televisiotekniikkaan, mikä muistuttaa 1980-luvun lopulta lähtenyttä matkapuhelinalan ja tietotekniikan kehitystä Suomessa. Mutta myös tavalliset etujoukoissa kulkevat tavalliset ihmiset innostuivat uudesta laitteesta:

*Isäni ja sairaalan talouspäällikkö olivat ensimmäiset, jotka bankkivat television. Isä osti tuon näytteillä olleen laitteen. Se oli Luxor. Uskoisin isän bankkineen sen, koska hän halusi olla edelläkävijä. Tänään äiti kertoi isän bankkineen television urheiluhelmien takia. (MV:K41/708.<sup>16</sup>)*

Ensimmäisenä televisioon liittyvistä teknologioista innostuvat siis insinöörit ja muut ”etujoukoissa” matkustavat, teknofiilit ja intohimoiset kokeilijat<sup>17</sup>. Kuitenkin myös muut ryhmät maalaisia ja työläisiä myöten omivat television varsin pienellä viiveellä, kun televisiotoiminta alkoi.<sup>18</sup> Television leviämistä kuvaakin se uutuustuotteiden leviämismalli, joka näkee kulutusmallien nousevan hallitsemattomasti ja ennakoimattomasti monimutkaisista, rihmastomaisista kokonaisuuksista. Tätä kutsutaan *tartunta-teoriaksi*, jossa mikään kuluttajaryhmä ei dominoi toista. Tällaisia kulutuselektronikkatuotteita on myöhemmin ollut esimerkiksi korvalappustereot ja matkapuhelimet.<sup>19</sup>

Yhteistä edellä mainituille radikaaleille teknologioille kulutuslaitteille niiden alkuaikoina on myös se, että viimeisenä laitteisiin heräävät instituutiot ja markkinat – vasta insinöörien, entusiastien ja kuluttajien jälkeen. Tällainen varovaisuus on myös perusteltua, minkä on voinut todeta vuosituhannen vaihteen ”epäonnistumisissa”, kuten WAP:issa ja digi-tv:n tietyissä sovellutusvisioissa. Digi-tv eroaa kuitenkin monista muista teknologioista etenkin siinä, että ihmiset on ”pakotettu” sitä käyttämään.

## NÄKÖRADIOTA IHMETTELEMÄSSÄ

*Tätini, nyt 70-vuotias, sanoi vuoden 59 paikkeilla: – Kyllähän kaikenlaista keksitään ja koko ajan tulee maailmaan lisää ja kyllä se NÄKÖRADIOKIN joskus tänne tulee, mutta ei vielä meidän aikana! Ei arvannut miten paljon ja innokkaasti katselisi värillistä näkörüdiota kotonaan vielä vuosikymmenet. (MV:K41/23.)*

”Näköradio” esiteltiin suomalaisille etenkin populaarikulttuurin kautta. Koska televisio tuli Suomeen suhteellisen myöhään, oli siihen lehtien, elokuvien ja kirjallisuuden kautta jo ”henkisesti” tutustuttu.<sup>20</sup> Esimerkiksi Aku Ankka -lehdessä katsottiin televisiota ankkalinnalaisissa olohuoneissa.<sup>21</sup> Tärkeän ensihavainnon televisiosta antoivat myös amerikkalaiset elokuvat. Ennen oman vastaanottamisen hankkimista monet tutustuivat ”livenä” televisioon julkisissa paikoissa, ulkomailla sekä ystävien, naapurien tai sukulaisten luona.

Varsinkin maaseudulla, missä monet eivät olleet nähneet välttämättä vielä elokuviakaan, uusi teknologia oli voimakas kokemus:

*Veljeni läbetti äidilleni oman vanhan televisionsa ja käydessämme mummolassa päästiin sitten katsomaan. Se oli todella ihmeellistä siellä korvessa, johon oli vastikään tullut säbökkö. Istuimme kuin teatterissa ja ihmettelimme ihmettelemistään. Mainoksetkin olivat kuin parasta näytelmää. Keittiöstä haettiin teetä tai kahvia ja siinä sitten nautiskeltiin. Oli päästy kuin taiteen maailmaan. Lapset varsinkin olivat hämmästyneitä. (MV:K41/810.)*

Etenkin maaseudulla moni vanhempi ihminen ei tajunnut television toimintaidea. Jotkut esimerkiksi luulivat televisioesintyjien näkevän heidät vastaanottimien kautta. Tämä poiki kaskuja ja tarinoita – joita oli liittynyt jo radioonkin sen tullessa<sup>22</sup> – mum-

moista, jotka pukeutuivat esimerkiksi uutistenlukija Heikki Kahilaa varten ja sanoivat päivää Suomen TV:n ensimmäiselle kuuluttajalle Teija Sopaselle.<sup>23</sup>

Tärkeä tekijä television hankinnassa, etenkin maaseudulla, olivat paikalliset radiokauppiat ja kiertelevät televisiokauppiat, jotka olivat varsin hanakoita tarjoamaan televisiota koekäyttöön. Teknologisesti haastavinta, monessa suhteessa samalla tavalla kuin digiboksin kohdalla, oli laitteen, eteenkin antennin asennus. Kaikkiin talouksiin maaseudulla ei ollut vedetty vielä sähköjäkään, kun televisio tuli:

*Eräs yksityisyrittäjä-kauppias myi TV:n syrjäkylän taloon. Iltamämärissä, oli kova pakkaneikin, hän sai antennin katolle. Naapurin isäntä oli seurannut tapantumaa ääneti. Kauppias tokaisi: tuodaanko samantien teillekin TV, niitä on autossa. Naapurin isäntä vastusteli, mutta kauppias vain yllytti ottamaan. Ja lopulta TV ja antenni mastoineen lastatattiin rekeen ja kauppias isännän kera työntymään. Kävi ilmi, että matkaa oli yli 2 km umpihakea ja pimeys sekä pakkaneikin haittaisi. Perille päästyä kauppias kompuroi lumisella katolla sormet jäässä. Viimein kuitenkin kaikkei oli valmista ja kauppiasalle oli TV:n pistotulppa kädessä etsien hämärässä pirtissä pistorasiaa. Kun ei löytänyt, kysyi isännältä. ”Ei meillä ole säbökköjä, sitähän minäkin ihmettelin miten se TV ilman näkyy.” Ääneti kauppias keräsi kampsunsa ja lähti. Tuolloin ei ollut akku-käyttöinen TV vielä saavuttanut Koillismaata. Myöhemmin kyllä esim. traktori ajettiin illaksi ikkunan pielen ja pienet matkatelkkarit pelastivat säbökköttömät taloudet ja kesämökit. (MV:K41/550.)*

Antennin asennus oli taitoa vaativa tehtävä niissä talouksissa, joissa ei ollut yhteisantennia. Asennuksesta on monella vastaajalla seikkaperäisiä kokemuksia. Usein antennin asensi ammattilainen, mutta sitä jouduttiin usein jälkikäteen itse virittelemään. Alun

televisioteknologia oli varsin epävarmaa ja korjaaminen kallista. Usein tee se itse -miehelle riittikin hommia. Muutoinkin uusi teknologia aiheutti kummelluksia ja opettelua – muillekin kuin vanhuksille.

## VIDEO MUUTTAA TELEVISIOKULTTUURIA

*Se on paras kotitalouskone: ei ole mitään mikä säästäisi enemmän aikaa. Aina aamulla luetaan ohjelman, valitset, mitä ajastimen ajattelet että katson kun kerkiän. Niin menee viikko ohjelmia kerätessä ja viikonloppuna ne selaa (tai ei) nopeasti läpi. (MV:K41/720.)*

Vaikka Suomi oli eurooppalaisen kaapeli- ja satelliittitelevision uranuurtaja jo 1970-luvulla<sup>24</sup>, videosta tuli 1980-luvulla merkittävämpi viestintäteknologiana markkinoiden suhteen kuin kaapeli/satelliittiteleviosta. Videosta ei tullut kuitenkaan kilpailijaa broadcasting-televisiolle, vaan video täydensi sitä ja loi uusia käyttöulottuvuuksia<sup>25</sup>.

Tekniikkana<sup>26</sup> sähköinen kuvataallennus oli tullut ammattimaiseen käyttöön jo 1950-luvun loppupuolella, mutta konkreettinen kulutuslaite videosta tuli vasta 1970-luvun alussa Philipsin VCR (Video Cassette Recorder) -laitteen myötä.

Teknisten ongelmien ja väritelevisiion tulon takia videon voittokulku olohuoneisiin alkoi kuitenkin Euroopassa vasta 1980-luvun taitteessa, Yhdysvalloissa jo hiukan aiemmin. Tämän jälkeen videosta tuli merkittävä sekä taloudellinen (videovuokraus ja myynti) että kulttuurinen medialaite (vaikutus audiovisuaaliseen kulttuuriin).

Suomessa ja Euroopassa videokulttuuri poikkesi aluksi paljon elokuvakulttuurista, toisin kuin Yhdysvalloissa, jossa video toimi elokuvien markkinointikanavana. Euroopassa videokulttuuri liittyi etenkin nuorisoon ja erilaisiin osakulttuureihin<sup>27</sup>. Tutkimusten mukaan alle 25-vuotiaista noin puolet ilmoitti 1980-luvun puolessavälissä elokuvissa käyntinsä vähentyneen videon takia. Tosin 1980-luvun lopulla myös suomalaisen television elokuvatarjonta kaksinkertaistui Kolmostelevisiion myötä, joten video ei yksin selitä elokuvateatterikäyntien laskua.<sup>28</sup>

Kuten ensimmäisen television ja väritelevisiion kohdalla, motiivina videoiden hankintaan saattoi olla urheilukilpailut, kuten Los Angelesin 1984 olympialaiset, joiden parhaat lähetykset tuli yöllä. Sen lisäksi laitetta käytettiin usein lapsenvahtina. Videot toivat myös lisäominaisuuksia vanhaan televisioon:

*Muistan kun joskus 80-luvun loppupuolella kotiimme hankittiin videonauhuri, mikä oli ainakin minulle erityisen bieno juttu. En kai ollut edes kovin innostunut ohjelmien nauhoittamisesta, vaan siitä, että videoiden kautta saimme näkemään useita uusia TV-kanavia kuten Music Television. Hienoa oli myös se, että videolaitteessa oli kaukosäädin, TV:ssä sellaista ei nimittäin ollut. Jokunen vuosi tämän*

JVC-videonaurimainoksessa (Tekniikan Maailma 9/1982) ydinperhe on jälleen innoissaan uudesta laitteesta – tai ”lemmikistä”.



**Kaikkien lemmikki:  
JVC kuvanauhuri**



*jälkeen hankimme uuden television, jossa sitten oli myös kaukosäädin sekä teksti-tv. Omakotitalossamme myös ajelehti useita tuttavien tai sukulaisten vanhoja televisioita, joista osat vielä jotenkuten toimivat, osat eivät. (O86N82.<sup>29</sup>)*

Philips esitteli laserlevynkin jo 1978, ja ne tulivat myyntiin Yhdysvalloissa 1982. Varsinaisesti lasertekniikasta tuli audiovisuaalisessa teknologiasta merkittävää vasta 2000-luvun alussa DVD:n (Digital Video/Versatile Disc) myötä. Vaikka digitaalinen DVD on lähinnä tekninen parannus analogiseen videonauhaan nähden, on se helpomman kelaamisen, ekstrojen ja useiden tekstitysmahdollisuuksien myötä tuonut hiukan lisäarvoakin videon katseluun.

Videolla on ollut merkitystä etenkin siinä, miten kuluttajilla on ollut mahdollisuus ottaa osaa ja kokea massamediaa, etenkin elokuvaa ja televisiota. Videoteknologia tarjosi keinoja desentralisoida ja demokratisoida mediaa sekä laajentaa sisällönlevittäjien sekä esittäjien ja jossain määrin myös tuotannon kenttää. Video vapautti ihmiset ohjelma-aikatauluista, ja kuluttajien mediakäyttöön oli vaikeampi puuttua. Ongelmia videon leviäminen toi mainostajille, koska mainokset voitiin videoilla ja kaukosäätimellä editoida ohjelmista ja elokuvista pois. Digitaalisuuden tarjoamat mahdollisuudet televisiomainosten välttämiseen ovat osaltaan lisänneet tuotesijoittelua televisiossa 2000-luvulla<sup>30</sup>. Toki mainoksia on voinut välttää kaukosäätimelläkin.

## KAUKOSÄÄTIMEN HERRAT

Niin sanotun uustelevisiion<sup>31</sup> valinnan mahdollisuudet kaapeli/satelliittitelevisiion ja videon myötä kiteytyvätkin kaukosäätimeen. Se lisäsi katsojan valtaa kanavapujotteluun ja -hyppelyyn. Kaukosäätimellä televisionkatsoja voi valita helpommin haluamansa ohjelmakokonaisuuden. Kaukosäätimet

lisääntyivät 1980-luvulla vuosikymmenen alun kolmesta prosentista vuosikymmenen lopun puoleen kaikista suomalaisista televisiotalouksista<sup>32</sup>. Mediatutkija Dan Steinbock<sup>33</sup> on kutsunut tätä muutosta, jossa televisio on ”ylhäältä käsin tehtyjen päätösten” sijasta ”alhaalta käsin tehtyjen valintojen” ohjailtavissa, ”kaukosäätimen estetiikaksi”.

Kaukosäädin edesauttoi ennen kaikkea kanavapujottelua. 1990-luvun alussa suomalaista kaukosäätimen käyttöä tutkineen Jari Keräsen<sup>34</sup> mukaan kanavapujottelijat olivat enemmän ”etsijöitä” kuin ”tapojensa orjia”. He suunnittelevat televisionkatsomistaan vähemmän kuin katsojat yleensä: he haluavat tietää mitä muualta tulee ja välttää mainoksia. Enimmäkseen kanavapujottelijat olivat nuorempia (keski-ikä 38 vuotta, mutta valtaosaltaan koululaisia ja opiskelijoita), kun taas ”junnarit” ovat vanhempia (keski-ikä 57 vuotta, suurimmaksi osaksi ylempiä toimihenkilöitä).

Kaukosäätimen esimuoto löysi tiensä jo 1960-luvun lopulla Etelä-Savoon saakka. Vielä television alkuaikoina, jolloin kanavia oli korkeintaan kaksi, laitetta pidettiin tarpeettomana:

*Muistan vuodelta 1968 tai 1969 tapauksen, jossa menin jonkun asian takia käymään Xxxx-nimisen tuttavan luona. Hänellä oli kädessä litteän ”kynäpenaalin” tapainen laite, jolla hän sai kuvan tummuutta muutettua, äänenvoimakkuutta säädettyä ja vieläpä kuulema tv-kanavankin vaihdettua, jos olisi ollut käytössä kanavia mitä vaihtaa. ”Uskotko Xxxx, että tämä on vakiolaite kohta kaikissa televisioissa”, kysyi Xxxx? Minua ei kiinnostunut koko laite. Olinhan muulla asialla jne. En kalunnut olla epäkohtelias, joten otin laitteen käteen ja yritin tutkiskella sitä. Penaalissa oli pikkunappuloita paljon. Ja nappuloiden päällä oli jonkunlaista ”kuvatekstiä”. En tosin kuvatekstistä tajunnut mitään, mutta laitteen takapuolella luki tar-rassa West Germany. Se ilmeisesti tarkoitti*

**Salora Playmaster 26"**

Poiminta Salora Playmaster -mainoslehtisestä vuodelta 1977. Playmasterissa oli sisäänrakennettu tv-peli.

*penaalin valmistusmaata. Luovutin laitteen Xxxxxlle ja lienen todennut: "Paljon mahdollista" tms. ybdentekevää. Itse ihmettelin, mitä pirua muka tuollakin tehdään. Jos ihminen on niin vetämättömässä, ettei takapuoli nouse minnekään vertaa, jotta television pystyy säätämään tms. Johan tuo laiskuus on kuolemaksi. Se on arkun ostoon lähtö, ei siinä lelut auta... Tuo lelu oli, kuten tarkka lukijani tajusi, KAUKOSÄÄDIN. Xxxxxlla oli siihen aikaan radio- ja tv-liike. Hän oli kaukosäätimen saanut jonkun tv-merkin maahantuojalta koekäyttöä varten. Aikaa kaukosäätimen vähäiseenkin yleistymiseen meni tuosta keskustelubetkestä ainakin 10 vuotta. Xxxxxlla oli tuolloin jo selvä näkemys kaukosäätimen yleistymisestä ja käyttömahdollisuuksista. Lienee turba maininta, että nykytelevisiot eivät muulla toimikaan. (MV:K41/399.)<sup>35</sup>*

Etelä-Savossa oltiin uuden teknologian käytön eturintamissa. Langallisia kaukosäätimiä oli ollut olemassa jo 1950-luvulta lähtien, mutta suomalaisiin talouksiin kaukosäätimet – tuolloin vielä ultraäänellä, ei infrapunalla, toimivat – tulivat kuitenkin vasta 1970-luvun alussa. Myös suomalainen Salora alkoi noita lelumaisia ”elektronihärveleitä” valmistamaan paitsi kahden tv-kanavan suomalaisille, myös vientiin runsaamman kanavatarjonnan markkinoille.<sup>36</sup>

Vielä enemmän ”oman television” laattimisen mahdollisuuksiin ja ”taktiikoihin”<sup>37</sup> vaikuttavat television digitaaliset sovellukset. Digitaalitekniologia on tuonut lisää mahdollisuuksia television aikatauluista riippumattomaan katseluun. Mahdollisuuksia on vuonna 2007 monia: DVR (Digital Video Recorder) eli nauhoittava digitaalivideo, TiVo eli henkilökohtainen televisio-ohjelmien hakukone, joka tallentaa automaattisesti halutut ohjelmat ja ohittaa myös mainokset, internetistä ladattavat televisio-ohjelmat eli VDO:t (video-on-demand) sekä internetin laittomat vertaisverkot, kuten BitTorrent ja eDonkey, joiden kautta voidaan ladata elokuvia ja ohjelmia toisten koneilta. Viimeisimpiin ”nettihitteihin” kuuluvassa YouTubessa on mahdollista katsoa myös tv-ohjelmia. Se, kuinka paljon ihmiset käyttävät näitä mahdollisuuksia, on tulevaisuuden television kiinnostavimpia kysymyksiä.

## DIGI-TV JA LUNASTAMATON VUOROVAIKUTTEISUUS

Television digitalisoituminen on osa satelliiteista, kaapeleista, videoista, pelikonsoleista, maksu-tv:stä, teksti-tv:stä sekä mediatalouden liberalisoinnista ja deregulaatiosta 1980-luvulta alkanutta kehitystä. Merkittäväksi digitalisoinnin tekee sen nopeus ja vaikutus teknologian lisäksi sisältöihin, käytettävyyteen, kilpailutilanteeseen ja katsojien mediavalintoihin.<sup>38</sup> Digi-tv

nähtiin mahdollisuutena tuoda tietokone televisioon.

1990-luvun puolessavälissä digitaalinen televisio nähtiin yhtenä tärkeimmistä tulevaisuuden tuotteista.<sup>39</sup> Suomi on ollut tässäkin teknologiassa kehityksen kärjessä. Suomen hallitus teki periaatepäätöksen television digitalisaatiosta toukokuussa 1996.<sup>40</sup> Digi-tv:n lanseerauksessa tärkeimpiin kuuluvana perusteluna ovat alusta asti olleet interaktiiviset palvelut. Interaktiivisuuden mahdollistava MHP-palvelu (Multimedia Home Platform eli yleiseurooppalainen standardi vuorovaikutteisille tv-palveluille) ei ole onnistunut teknisesti eikä poliittisesti, mikä johtuu eurooppalaisen viestintäpolitiikan kyvyttömyydestä tukea järjestelmää.

Interaktiivisuus, mahdollisuus kaksisuuntaiseen viestintään, oli mukana jo television kehittelyn vaiheissa 1920-luvulla. Yksisuuntaisuus osoittautui kuitenkin paremmaksi viestimen taloudellisen hyödyn sekä institutionaalisen ja valtiollisen kontrollin kannalta. Erilaisia kokeiluja interaktiivisuudella tehtiin jo 1920-luvulla television kehittämissä, ja 1950- ja 1960-luvuilla Yhdysvalloissa etenkin lastenohjelmissä. Tällainen oli esim. CBS:n *Winky Dink and You* -ohjelma, jota varten lapset saattoivat ostaa muoviliuskoja, joilla he saattoivat edesauttaa Winky Dink -piiroshahmoa etenemään. 1970-luvulla interaktiivisuus nousi esille videotexin yhteydessä. Videotex oli teksti-tv:n tapainen, mutta puhelin- tai kaapelilinjoja pitkin kulkenut toiminto, johon liittyi myös mahdollisuus tilata palveluja. Videotex ja sen erilaiset versiot eivät kuitenkaan ottaneet oikein tulta muualla kuin Ranskassa, ja viimeinen isku niille tuli PC:n yleistymisen myötä 1980-luvulla. Televisiota alettiin käyttää myös monitorina erilaisille pelikonsoleille. Pelien pelaaminenhan on interaktiivista. Edelläkävijöitä digitaalisessa interaktiivisuudessa ovat olleet kaapelitelevisioyhtiöt tilausohjelmajpalveluillaan (esim. VoD).<sup>41</sup>

Vuorovaikutteisuuden lisääntymistä



Vuosituhanne vaihteen uudet tv-formaatit kytkivät toisiinsa viihdettä, kännykkächattia ja tietokonemaista visuaalista ilmettä. Kuva SixPak-leikki-ohjelmasta, joka sisälsi myös tv-chat-mahdollisuuden.

ennustettiin Suomessakin jo 1970-luvulla<sup>42</sup> ja varsinaisesti interaktiivisuus tuli mukaan suomalaiseen televisioon 1990-luvuun alkupuolella, kun puhelinkeskukset digitalisoitiin. Näkyvin sovellutus suomalaisessa televisiossa oli TV2:n lasten peliohjelma *Hugo* (1993–1994), jossa katsojat saattoivat pelata Hugoa käyttämällä kodin näppäinpuhelin. Interaktiivisuus ei kuitenkaan lyönyt läpi vielä 1990-luvullakaan. Aineistoissani opiskelijoiden suhtautuminen interaktiivisuuteen oli varsin nihkeää: sen mahdollisuuksiin suhtauduttiin voittopuolisesti skeptisesti. Positiivisestikin interaktiivisuuteen suhtautuvat ovat epävarmoja teknologian suhteen:

*Interaktiivista mediaa en ole kovinkaan paljo käyttänyt. Seuraan silloin tällöin kun en saa unta tv-chatteja tms., mutta en ole vielä löytänyt sellaista interaktiivista mediaa, minkä tuntisin omakseni. Uskon, että interaktiivisella medialla on kysyntää tulevaisuudessa. (O12N83.)*

Jo Kultu-hankkeessa<sup>43</sup>, jossa tutkittiin kuluttajanäkökulmia digitelevisioon vuon-



na 2000, huomattiin, etteivät ihmiset kaipaakaan aktivoitumista television ääressä kotisohvalaan. Televisionkatseilu on vapaa-aikaa, eikä sitä haluta rasittaa jatkuvalla kaukosäätimen näpsyttelyllä, jolla kontrolloidaan ruudussa juoksevaa nuolta. Myös Kultu-tutkimuksen haastatteluissa<sup>44</sup> kauhisteltiin pakkoaktiivisuutta – digitaalitelevision liittyvät toiminnot tulisi tapahtua käyttäjän ehdoilla. Samansuuntaisia ovat myös opiskelija-aineiston kommentit:

*Luulen, että digi-tv:n interaktiivisuus on vielä utopiaa. Suurin osa ihmisistä kuitenkin haluaa vain sen vanhan, tutun television, joka toimii, kun sen napsauttaa päälle. Harva kuitenkaan jaksaa ruveta selailemaan sivustoja tv:n kautta ja käyttämään mbp-palveluita. Se vie ainakin pitkän ajan ennenkuin televisiota opitaan käyttämään muunakin kuin passiivisena ajannvietteenä. Aktiivinen katsoja voi olla vielä kaukana tulevaisuudessa, mutta ehkä 2000-luvun alussa syntyneet olisivat jo sellaisia aikuisena :) (O54N71.)*

Kuitenkin, kuten 1990-luvun alussa, interaktiivisuuteen liittyy 2000-luvun digitalisaatiossakin liikaa teknologista determinismää, liiallista teknologiauskoa<sup>45</sup>. Ihmisten tarve tällaisille palveluille unohtuu insinöörien teknologiahuumassa ja talousmiesten eurohuuruissa visioissa. Jo mediafilosofi Marshall McLuhan korosti, että erilaiset viestintävälineet vaativat erilaisia taitoja ja erilaista keskittymistä.<sup>46</sup> Tämä ei taas mediaetnografi David Morleyn mukaan kuitenkaan tarkoita, että nämä erilaiset teknologiat itsessään päättäisivät, miten niitä käytetään, vaan ne pikemminkin luovat erilaisia käyttömahdollisuuksia.<sup>47</sup>

Esimerkiksi tekstiviestisovellutukset, joita käytetään erilaisten televisio-ohjelmien äänestyksissä, ovat olleet mahdollisia ilman digi-tv:täkin. Teknologisten ongelmien lisäksi ihmiset eivät ole kaivanneet televisiolta interaktiivisuutta. Myös mahdollisuus inter-

aktiivisuuteen ja lisäinformaation saamiseen on kompensoitunut internetillä laajakaistojen levitessä kotitalouksiin. Digi-tv:n vuorovaikutteisuudella ei enää nähdäkään olevan tämän hetken kehityksessä suurta merkitystä Euroopassa.

Digi-televisioon kokonaisuudessaan liittyy siis teknologikeskeisyyttä. Teknofiliaakin enemmän eurooppalaiseen digi-tv-kehitykseen ovat vaikuttaneet viestintäpolitiikan uusliberalismi ja taloudelliset odotusarvot. Niiden johdosta teknologiset ongelmat on suorastaan sivuutettu. Tämä ilmenee esimerkiksi edellä mainitun MHP-standardin lanseerauksessa. Digi-tv-huumaa nosti myös 1990-luvun lopun ”IT-hype”, uuteen teknologiaan liittyvät ylioptimistiset odotukset. Silti suomalaisen digi-tv:n lanseerausta tutkinut Pertti Näränenkään ei usko sen olleen mikään ylikansallinen uusliberalistinen salaliitto, vaikkakin se on osa televisiomarkkinoiden kaupallistumista, kilpailun kiristymistä ja julkisen palvelun kamppailua elintilasta.<sup>48</sup>

Revoluution, vallankumouksen, käsite on suosittua digitaalisen kulttuurinkin yhteydessä.<sup>49</sup> Media on kuitenkin kehittynyt pieninä askeleina, ei suinkaan kerralla. Moni asia on pikku hiljaa muuttunut, eivätkä ne ole yhdessä hetkessä mullistaneet maailmaa. Digitelevisionkin kohdalla voi puhua mediahistoriassa mieluummin evoluutiosta kuin revolutiosta – televisioteknologian tehostamisesta.

Kuten televisiolaitekin alkuaikoina, myös digiteleviisio teknologiana on aiheuttanut monenlaisia ongelmia. Vuoden 2001 jälkeen, kun digilähetykset alkoivat ja digibokseja hankittiin, lehtien yleisönosastoissa ja internetin keskustelupalstoilla on ollut paljon kertomuksia turhautuneista kuluttajista, jotka eivät saa laitetta toimimaan. Siinä missä ensimmäisen television ostajat joutuivat painiskelemaan lumisateen kanssa, digiboksi usein ”pätkee”, kuva pysähtyy ja pikselit hajoavat. Myös puuttuva teksti-

tys on haitannut, mikä on ilmennyt etenkin terestialibokseissa, antennilähtöisissä digisovittimissa. Lähestyttäessä elokuuta 2007 kuluttajakokemukset muuttuivat koko ajan positiivisimmiksi. Viestintäviraston tammikuussa 2007 TNS Gallupilla teettämän Digi-tv:n käytettävyydestä tutkimuksen<sup>50</sup> mukaan digi-tv sai käyttäjiltään jo hyvän arvosanan, ja valtaosalle sen käyttöönotto oli sujunut hyvin, vaikkakin usealle käyttöönotto oli aiheuttanut alkuhankaluuksia.

## TELEVISIOKO TASKUUN?

*Hiero päähän mobiilia – se auttaa!*  
(O68M73.)

Jo videoon liittyi konvergenssia – lähinnä elokuvan ja television sulautumista. Konvergenssiin on digitalisaation myötä tullut monenlaisia visioita. Termi on liitetty etenkin massamedian eli digitaalitekniikan, tietokoneiden ja televiestinnän sekoittamiseen. Teknisessä mielessä konvergenssi tarkoittaa, että informaatiota voi siirtää digitaalisesta välineestä toiseen. Sen näytävien sovellutus 2000-luvun vaihteessa oli WAP (Wireless Application Protocol), jossa piti yhdistää televiestintä, tietokoneet ja internet. WAP tuntuu kuitenkin epäonnistuneen. Kuitenkin suunta konvergenssiin on kehittynyt 1970-luvulta lähtien traditionaalisten medioiden, etenkin television kehityksessä. Myös sitä vanhemmat mediat, kuten lehdistö, ovat osiltaan siirtyneet verkkoon.

Television, tietokoneen, mobiilipalvelujen ja niiden verkkojen yhdistäminen saman digitaalisen viestintäjärjestelmän alaisuuteen on luonut utopian eräänlaisesta ”meta-mediasta”. Järjestelmän – jonka toteutuminen tuntuu tällä hetkellä vielä kaukaiselta – kehitys riippuu siitä, mihin edellä mainituista mediateknologioista se perustuu.<sup>51</sup> Median konvergenssi toteutuukin ihmisten arjessa tällä hetkellä

enemmän divergenssinä, päätelaitekirjona<sup>52</sup>.

Kun mediahistoriaa tarkastellaan 1970-luvulta lähtien, huomataan, että on virhe keskittyä kokonaan vain konvergenssiin. Etenkin median lähihistoria on aikamoista tiheikköä. Kun mediahistoriaa katsotaan pitemmältä aikaväliltä, huomataan, että vaikka monet merkit näyttävät medioiden lähentymisen johtavan eräänlaiseen kyberavaruuteen, missä kaikki media yhtyy, ei välttämättä niin käy. Medioiden välittämän informaation, valistuksen ja viihteen merkitykset vaihtelevat median ja eri katselukulttuurien suhteen, samoin kuin niiden keskinäiset merkitykset medioiden kehityksen suhteen.

Viimeisin ”mediakonvergenssihypetyks”, visiointi viestintäteknologioiden sulautumisesta, on käyty mobiilitelevision ympärillä. Mobiilitelevisio eli televisiolähetyksen katsominen matkapuhelimella ja siihen liittyvät palvelut kiinnostavat matkapuhelinyhtiöitä, operaattoreita ja televisiokanavia. Yritykset uskovat, että mobiilitelevisiolle löytyy katsojia ja siitä tulee vielä kannattavaa liiketoimintaa. Kännykkään yhdistetyn television mahdollisuuksina on nähty esimerkiksi puhelimeen tilattavia videoita, taustatietoja ohjelmista ja ohjelmaan linkitettyjä mainoksia, joiden kautta tuotteen voisi myös ostaa. Todennäköisimpänä menestysreseptinä pidetään urheilua ja vedonlyöntiä.<sup>53</sup> Suomi on ollut tässäkin television kehityksessä eturintamassa. Televisiota on taas kehitelty insinöörien ja talouden ehdoilla, mutta mitä sanovat kuluttajat? Opiskelija-aineistossa mobiilivt:tä pidettiin pääsääntöisesti turhana:

*Mobiilitelevisio tuntuu tällä hetkellä yhtä turhalla kuin digi-televisio. Mobiili-internet sen sijaan kuulostaisi hyvältä. Televisio on yksisuuntainen viestin, jota varten riittää passiivinen vastaanottaminen. En koe, että siitä olisi iloa muuten kuin esimerkiksi pitkällä bussitai junamatkoilla. (O53M82.)*

**LASTEN LEMPIPELIT  
TV-RUUDULLA**

Ainoana valmistajana maailmassa Salora tarjoaa asiakkailleen huippusuositun TV-Tetrixen®! Lisäksi peliviihdettä riittää Pasianssin, Othellon, Matopelin, Reversin, väripelin ja Yatzin parissa.

**SALORA  
28 MCW100  
FORUM  
SUPERT FLAT,  
MUSTA**



Entertainment

- 1 Tetris
- 2 Mors
- 3 Solitaire
- 4 Pappi
- 5 Reversi
- 6 Yatzi

Suomalaiset laitevalmistajat pyrkivät yhdistämään 2000-luvullakin televisiota digipeleihin. Mainoskuva vuodelta 2002.

Tosin, kuten kulutustutkijat<sup>54</sup> mobiilivideon tutkimuksen yhteydessä toteavat, uusien laitteiden ominaisuuksien vähättely ei ole mitenkään uutta. Esimerkiksi puhelin leimattiin aikanaan tieteelliseksi leluksi ja statushyödykkeeksi. Mika Pantzar on esittänyt lukuisia esimerkkejä teknologioista, joita kuluttajat ovat aluksi kyseenalaistaneet.<sup>55</sup> Uudelle teknologialle pitää vain löytää hyötyvätkö kulma ja tarve. Samoilla varovaisilla linjoilla on myös eräs opiskelija:

*Niin pitkälle interaktiivisuuden en usko aivan lähitulevaisuudessa ehtivän, että voisin itse vaikuttaa televisio-ohjelmien tuottamiseen digitelevision kautta. En myöskään usko, että mobiilitelevisio kovinkaan herkästi valtaisi alaa nykyisten viestintävälineiden kirjossa. On kuitenkin parempi olla pohtimatta asiaa enempää, sillä jotkin menneisyyden viestintävälineitä koskevista ennustuksista ovat totentuneet hurjempina kuin moni olisi voinut edes olettaa. (O26M84.)*

Mobiili-tv:n vaiheisiin liittyy paljon piirteitä, jotka ovat tuttuja uusien teknologio-

den alkuvaiheista. Insinöörit, instituutiot, instanssit ja markkinat yrittävät tehdä oikeita ratkaisuja mediateknologian lanseerausvaiheissa. Kuitenkin tärkein tekijä teknologisen innovaation läpilyönnille ovat kuluttajat. Tätä taustaa vasten opiskelijoiden kommentit eivät lupaa hyvää mobiili-tv:n tulevaisuudelle. Mutta kuten edellä siteerattu opiskelija totesi, on teknologisten sovellutusten voitokulkua vaikea ennustaa. Hyvänä esimerkkinä tästä on viimeisen runsaan kymmenen vuoden kehitys matkapuhelimissa ja etenkin tekstiviesti: kukaan ei osannut odottaa sen suosiota. Toisaalta matkapuhelinten yhteydessä on tehty raskaita virhearviointejakin, kuten Soneran UMTS-kaupat osoittivat.

Teknologioiden läpilyönti on paljon sidoksissa käyttäjien ikään ja sukupolveen. Tämän päivän lasten valmius uusien teknologioiden vastaanottamiseen on toinen kuin vanhemmilla sukupolvilla. Eräs opiskelija on oivallisesti pohtinut tätä piirrettä:

*Uskoakseni subtautuminen uusiin medioihin ja niiden tarjoamaan interaktiivisuuden mahdollisuuteen on pitkälti sukupolvikysymys. Vanhempiemme sukupolvi tuskin koskaan tulee hyödyntämään uutta teknologiaa sen monissa muodoissaan, sillä jo internet tuntuu olevan monelle vaikea ja pelottava asia. Itse tunnen kuuluvani jonkinlaiseen ”välisukupolveen”, joka on elänyt teknologian murroksen*

*aikana ja oppinut käyttämään uuden teknologian mukanaan tuomia mahdollisuuksia, mutta ei ilman aktiivisuutta ja oma-aloitteisuutta. Lapsiemme sukupolvi on taas uskoakseni sellainen, joka kasvaa luonnostaan uudenlaiseen medioiden käyttötapaan ja suhtautuu siihen luontevasti. (O41N79.)*

## UUSI TEKNIikka HELPOTTAA JA PARANTAA

*Suuresti kunnioitan niitä henkilöitä, jotka ovat keksineet radion, television ja ennen kaikkea sähkön. (MV:K41/822.)*

Televisiosta haltioituminen oli osa kehitysuskosta ja edistysromanttista ideaa, jossa kenellä tahansa katsottiin olevan oikeus tietoon ja siten myös aineelliseen hyvinvointiin. Sama valituspohjainen ideaali on ilmennyt myös television digitalisaatiossa, kun sitä on nivotettu suureen tietoyhteiskuntasuunnitelmaan. Teknologioiden ympärillä käyty keskustelu liittyy ensisijaisesti kotitalouden ulkoiseen maailmaan, mutta televisio oli toki alkuaikoina niin radikaali keksintö, että se aiheutti ihmetystä kuluttajien keskuudessa. Yhtä paljon television alkuaikoina oli kuitenkin myös pyrkimystä vähätellä television ihmeellisyyttä. Televisioon joko samastuttiin tai siitä etäännyttiin.

Teknologioihin suhtautumiseen liittyy niiden varhaisvaiheissa sekä positiivisia että negatiivisia odotuksia: utopioita ja dystopioita. Kaiken kaikkiaan suomalaisten kuluttajien suhtautuminen televisioteknologioihin on ollut kuitenkin hyvin rationaalista. Television kohdalla tämä ilmenee myös televisiovastaanottimien mainonnassa, jossa on korostunut elämyksellisyyden sijaan tuotekeskeisyys ja informatiivisuus. Senkin jälkeen kun elämäntyyli-ilmainonta löi läpi suomalaisessa mainonnassa<sup>56</sup>, televisiolaitteiden mainonnassa keskityttiin television teknisiin ominaisuuksiin<sup>57</sup>.

Television tulon jälkeen ensimmäinen selkeä televisiotekninen kehitysvaihe oli väritelevision tulo 1970-luvulla. Vaikka väri-lähetykset alkoivat jo 1969 lopulla, väri-lupien lunastus kohosi voimakkaasti vasta 1970-luvun puolenvälin jälkeen<sup>58</sup>. Ihmisten muistoissa väri ei ollut mikään ihmeellisyys, lähinnä parannus entiseen, vaikkakin merkittävä. Kuten myöhemmin digiboksinkin kohdalla, uusi teknologia saattoi osoittautua pettymyksenkin:

*[i]tse asiassa olin aluksi pettynyt väritelevisioon kun se tuli meille 1970-luvun alussa, koska minusta mustavalkoinen kuva oli terävämpi. (MV:K41/774.)*

Eri mediat vaativat erilaisia taitoja ja luovat erilaisia käyttömahdollisuuksia. Televisioteknologioihin on liittynyt paljon teknisiä ongelmia, joiden kanssa on jouduttu painimaan. Jotkut kuluttajat ovat avoimia, jopa innostuneita, uutta teknologiaan kohtaan, mutta paljon on myös niitä, jotka suhtautuvat teknologiaan välipitämättömästi tai jopa vastenmielisesti. Opiskelija-aineistossa negatiivisesti teknologiaan suhtautuvat ovat usein naisia:

*Olen hyvin vanhanaikainen mediakuluttaja. Suhtaudun uusiin mediavälineisiin ennakkoluuloisesti ja negatiivisesti. Minusta kaikki uusi elektroniikka on monimutkaista ja ylimääräistä. Siirryn käyttämään uusia välineitä, vasta kun niistä on tullut arkipäiväisiä ja yleisiä ja sitä kautta välttämättömiä. Käytän yhtä mediaa yhteen asiaan. Esimerkiksi mobiilitelevisio kuulostaa minusta hyödyttömältä kulutusturbakkeelta. (O62N83.)*

Television tultua kaikki siihen liittyvät myöhemmät teknologiset kehitysmuodot ja niiden tarjoamat uudet mahdollisuudet ovat kuitenkin tarjonneet ennen kaikkea helpotuksia television käyttöön. Videot on yleisesti otettu vastaan hyvänä uudistuksena,

joka mahdollistaa tv-ohjelmien näkemisen ajallisesti joustavammin. Niin ikään DVD-video, jonka idea medialaitteena ei paljon eroa VHS-videosta, mainitaan opiskelijoiden keskuudessa ennen kaikkea teknisenä parannuksena ja tätä kautta uusien mahdollisuuksien tuojana televisionkatseluun. Samansuuntainen vaikutus on eittämättä tallentavilla digibokseilla.

Nuorille televisio on ollut olemassa aina, mutta esimerkiksi videoiden tulo muistetaan merkittävänä uudistuksena. Yleisesti voidaan sanoa, että uusien medioiden käyttöönotto on ollut suurelle osalle ensin hieinan vierasta ja vastentahtoista, mitä myöhemmin hämmästellään medioiden tultua osaksi arkipäivää – eli sitä vaihetta, kun teknologia juurtuu ja kesyyntyy. Sitä on edeltänyt teknologioille tyypillistä innostusta tai vastarintaa.

Käyttötottumuksia kuvaillaan usein niin, että alkuinnostuksen vallassa videoita, internetiä tai tietokonetta on käytetty valtavasti, mutta kiinnostus on hiipunut vähitellen. Television alkuaikoina siitä katseltiin melkein kaikki, ”virityskuvista höyheniin”.<sup>59</sup> Tämä on tuttua myös muista kulutustutkimuksista: väline sinällään on mcluhanilaisittain ”viesti” ja tietystä varhaisvaiheesta uutuuksiin liittyy myös leikkimistä:

*Sen päivän, kun isäni toi videot kotiin, muistan hyvin. Oli kesä, ja seurasimme tarkkaan niiden asentamista. Olin luultavasti neljä vuotta. Nauhoitimme heti päätän jostain sarjasta, ja oli ihmeellistä, että sen pystyi heti katsomaan. Pian videot arkipäiväistyivät. (O17N85.)*

Alun uudesta teknologiasta haltioitumisen jälkeen kulutuksessa alkaa ilmetä kriittisyyttä.<sup>60</sup> Monet opiskelijat ennustavatkin oman mediakäyttätymisensä tulevaisuutta toteamalla, että kokevat itsensä vielä melko perinteiseksi, mutta tulevat todennäköisesti kokemaan muutokset lopulta omikseen.

Tarpeet uusien televisioteknologioiden hankintaan vaihtelevat. VHS-video vapauttaa television aikatauluista, edistää elokuvaharrastusta ja tallentaa perhe- ja sukujuhlia. DVD lupaa lisäksi parempaa kuvanlaatua, helppokäyttöisyyttä ja ekstroja. Digi-televisiion yhteydessä tärkein motiivi on pakko, vaikka muitakin syitä löytyy, kuten EPG – digitaalinen ohjelmaopas. Kotiteattereista haaveillaan elokuvateatterimaisen kokemuksen takia.

Jos verrataan television tuloa 1950-luvun lopulla ja 1960-luvulla television digitalisointiin vuosituhanteen vaiheessa, löydetään monia paralleleleja piirteitä, mutta myös hyvin aikaansa ja ihmisiinsä sitoutuneita ilmiöitä. Kansalaisten, kuluttajien tai yleisön kannalta erovaisuudet löytyvät etenkin mediateknologioiden luonteesta. Televisio avasi – radion esimerkistä huolimatta – aivan uuden maailman suomalaisille. Digi-tv on sen sijaan ”vain” vanhan mediateknologian uusi sovellutus. Digi-tv:lla ja muilla digitaalisilla televisiosovellutuksilla tulee olemaan kuitenkin tärkeä merkitys arkikokemuksissa, kuten televisiollakin alkuvaiheissaan.

Jukka Kortti, valt. tri, on media- ja yhteiskuntahistorioitsija Helsingin yliopista. Häneltä on tulossa syksyllä 2007 teos suomalaisen television (sosio-kulttuurisesta) historiasta koko sen 50-vuotiselta ajalta. Tällä hetkellä hän toimii historiantarjoajana Helsingin yliopiston ylioppilaskunnassa.

<sup>1</sup> Pantzar 1996.

<sup>2</sup> Peteri 2006.

<sup>3</sup> Repo ym. 2006.

<sup>4</sup> Vaikka laajemman tutkimuksen (Kortti 2007) lähestymistapa, etenkin analyysiaineiston ja historiallisen perspektiivin suhteen, on hiukan erilainen kuin mitä televisioyleisötutkimus mediakulttuurin tutkimuksessa on ollut, kutsun lähestymätapaani kuitenkin etnografiseksi. Sinänsä kansatieteestä tullut termi etnografia ei varsinaisessa merkityksessään, joka tarkoittaa tutkijan elämistä tutkittavassa kulttuurissa osanottajana kansalaisten parissa ymmärtämässä heidän tapojaan heidän omasta näkökulmastaan, sovellu kulttuurintutkimukselliseen televisioyleisötutkimukseen. Yleensä yleisöetnografiat eivät pidä sisällään pitkäaikaista osallistuvaa



havainnointia. Siinä mielessä ne muistuttavat etnografiaa, että mediatuotteita lähestytään yleisöjen kannalta ja tutkitaan viestinten asemaa arkielämässä. (Pietilä 1997, 315.)

<sup>5</sup> Tarkemmin tutkimuksen metodologiasta ks. Kortti & Mähönen (tulossa).

<sup>6</sup> Silverstone & Hirsch 1994, s. 2.

<sup>7</sup> Silverstone ym. 1994, s. 15.

<sup>8</sup> Williams 1975, s. 26.

<sup>9</sup> Spigel 2001, 71–72.

<sup>10</sup> Silverstone ym. 1994, s. 20–31.

<sup>11</sup> Williams ym. 2000, 103.

<sup>12</sup> Ks. esim. Näränen 2006; Kangaspunta 2006.

<sup>13</sup> Tarkastelen siinä (Kortti 2007) analyttisesti myös televisiota sosiaaliseen kanssakäymiseen vaikuttavana tekijänä ja maailmankuvan muokkaajana. Kirjani pitää sisällään lisäksi suomalaisen television institutionaalisen historian yleisesityksen tekemällä synteesiä tähän asti kirjoitetusta suomalaisen television tutkimuksesta ja suhteuttamalla sen kansainväliseen televisiohistoriaan sekä suomalaisen yhteiskunnan kehitykseen.

<sup>14</sup> Pantzar 1996, s. 66, 76–77.

<sup>15</sup> Esimerkiksi Hollannissa televisio levisi huomattavasti hitaammin, jopa hitaammin kuin ennustettiin. Hollannissa television lähetystoiminta alkoi jo 1953, ja sodasta aiheutuva pula-aika oli vielä enemmän läsnä kuin Suomessa viitisen vuotta myöhemmin: ihmisten aika meni kansakunnan uudelleen rakentamiseen. Kun televisio sitten hankittiin, sen merkitystä vähäteltiin eikä siitä teknisenä laitteena haltioituttu kuten Suomessa. (Zoonen & Wieten 1994.)

<sup>16</sup> Lyhenne tulee sanoista Museovirasto/Kysely 41/vastaajan diaarinumero.

<sup>17</sup> Ks. esim. Salmi 1996, s. 157–219.

<sup>18</sup> Vrt. Helsti 1988.

<sup>19</sup> Pantzar 1996, s. 67–69.

<sup>20</sup> Salmi 1996.

<sup>21</sup> Herkman 2001, s. 55; Suominen 2004.

<sup>22</sup> Ks. Saraneva 1982, s. 103–104.

<sup>23</sup> Helsti 1988, s. 32–34.

<sup>24</sup> Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa alkoi jo 1970-luvun alussa, kun Pohjanmaalla rakennettiin yhteisantenniverkkoja, jotta voitiin vastaanottaa ruotsalaisia televisiolähetyskäsä. Helsingin Kaapelitelevisio Oy (HKTV) perustettiin 1973 ja se aloitti lähetystoiminnan 1975 ollen Euroopassa ensimmäinen kaapelitelevisioyritys, jolla oli säännöllistä omaa lähetystoimintaa. Yhtiö oli taas ensimmäinen Euroopassa aloittaessaan säännölliset satelliittivälitteisten ohjelmien jakelutoiminnan 1982. Lisäksi HTV:n aloittama Viihdekanava oli ensimmäisiä maksu-tv-kanavia Euroopassa.

<sup>25</sup> Hellman 1988, s. 165.

<sup>26</sup> Varsin tyhjentävä historia videotekniikan kehityksestä löytyy teoksesta Abramson 2003, s. 127–251.

<sup>27</sup> Soramäki 1990, s. 78.

<sup>28</sup> Samola 2003, s. 166.

<sup>29</sup> Lyhenne muodostuu seuraavasti: O=opiskelija, vastaajan järjestysnumero, sukupuoli (N=nainen, M=mies), syntymävuosi.

<sup>30</sup> Ks. Kortti 2006.

<sup>31</sup> Ks. Eco 1985, s. 184–185.

<sup>32</sup> Hellman 1988, s. 22.

<sup>33</sup> Steinbock 1985, s. 72–73.

<sup>34</sup> Keränen 1992.

<sup>35</sup> Kulutustutkija Mika Pantzarkin (1996, s. 9) muistaa naureskelleensa appivanhemmilleen, jotka hankkivat kaukosäätimellä varustetun television.

<sup>36</sup> Suominen 2001.

<sup>37</sup> Viitataan tällä arkea teoretisoineeseen ranskalaiseen Michel de Certeau (1988) ideaan ihmisistä, jotka toimivat arjessaan luovasti (*taktiikat*) muokkaamalla heille syötettyjä merkityksiä (*strategiat*).

<sup>38</sup> Näränen 2006, s. 29.

<sup>39</sup> Pantzar 1997, s. 3.

<sup>40</sup> Suomen digi-tv:n ensimmäisestä kymmenvuotis-kaudesta ks. Miettinen 2006.

<sup>41</sup> Jääskeläinen 1997, s. 21–23, 52; Näränen 2006, s. 46; Saarikoski 2002.

<sup>42</sup> Ks. esim. U.E. Moisala 1979, s. 10.

<sup>43</sup> Walldén 2000, s. 48–49.

<sup>44</sup> Pihlajamäki ym. 2000, s. 28.

<sup>45</sup> Näränen 2006, s. 77.

<sup>46</sup> McLuhan 1968, s. 207.

<sup>47</sup> Morley 1992, s. 207.

<sup>48</sup> Näränen 2006, s. 100, 128, 139.

<sup>49</sup> Esim. Castells 2000a, 2000b, 2004.

<sup>50</sup> Nurmela 2007.

<sup>51</sup> Herkman 2003.

<sup>52</sup> Noppari 2003, s. 3.

<sup>53</sup> Pitkänen 2005.

<sup>54</sup> Repo ym. 2003.

<sup>55</sup> Pantzar 1996 & 2000.

<sup>56</sup> Elämäntyyli-mainonnasta ja sen tulemisesta suomalaiseseen mainontaan 1960-luvulla ks. Kortti 2003.

<sup>57</sup> Saastamoinen 1999.

<sup>58</sup> Ks. Ilmonen 1996, s. 192.

<sup>59</sup> *Joutsenet* oli Yleisradion television alkuajojen tunnus. Höyhenellä tivotettiin hyvää yötä, kun lähetys illalla loppui.

<sup>60</sup> Ks. Mika Pantzarin (1996, s. 72) kaavio tuotteiden elinkaaren muutoksista.

## LÄHTEET:

## Kirjallisuus:

- ABRAMSON, Albert. *The History of Television, 1942 to 2000*. McFarland. Jefferson, N.C. 2003
- CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume 1. The Rise of the Network Society*. Second Edition. Blackwell. Oxford. 2000a (ilm. alun perin 1996).
- CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume 2. The Power of Identity*. Second Edition. Blackwell. Oxford. 2004 (ilm. alun perin 1997).
- CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume 3. End of Millenium*. Second Edition. Oxford: Blackwell 2000b (ilm. alun perin 1998).
- DE CERTEAU, Michel. *The Practice of Everyday Life*. University of California Press. Los Angeles. 1988.
- ECO, Umberto. *Matka arkipäivän epätodellisuuteen*. Suom. Aira Buffa. WSOY. Helsinki. 1985.
- HELLMAN, Heikki. *Uustelevisiön aika?* Hanki ja jää. Helsinki. 1988.
- HERKMAN, Juha. *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Vastapaino. Tampere. 2001.
- ILMONEN, Kari. *Yleisradion historia 1926–1996. 3. osa. Tekniikka, kaiken perusta*. Yleisradio Oy. WSOY:n painolaitokset. Helsinki 1996.
- JÄÄSKELÄINEN, Kari. *Interaktiivisen television sisällöntuotanto*. Espoo Enterprises. Espoo. 1997.
- KANGASPUNTA, Seppo. *Yhteisöllinen digi-tv. Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevisiön vaihtoehto*. Tampere University Press. Tampere. 2006.
- KERÄNEN, Jari. *Löytyykö Suomesta kanavapujotte-lijointa?* Teoksessa Heikki Kasari (toim.): *Radio- ja TV-tutkimuksen vuosikirja 1992*. YLE julkaisut. Helsinki. 1992.
- KORTTI, Jukka. *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit*. SKS. Helsinki. 2003.
- KORTTI, Jukka. *Näköradiosta digiboksiin. Suomalaisen television sosiokulttuurinen historia* (työnimi). Gaudeamus. Helsinki. 2007 (tulossa).
- McLUHAN, Marshall 1968. *Ihmisen uudet ulottuvuudet*. Suom. Antero Tiisanen. WSOY. Porvoo. 1968 (eng. alkuteos 1964).
- MORELY, David. *Television, Audiences & Cultural Studies*. Routledge. London. 1992.
- NÄRÄNEN, Pertti. *Digitaalinen televisio. Analyysejä alkuhistoriasta, viestintäpoliittisista haasteista ja tv-järjestelmän muuttumisesta*. Acta Universitatis Tamperensis 1132. Tampere. 2006.
- PANTZAR, Mika. *Kuinka teknologia kesytetään: kulutuksen tieteestä kulutuksen taiteeseen*. Hanki ja jää. Helsinki. 1996.
- PANTZAR, Mika. *Tulevaisuuden koti: Arjen tarpeita keksimässä*. Otava. Helsinki. 2000.
- PETERI, Virve. *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Tampere Yliopistopaino Oy – Juvenes Print. Tampere. 2006.
- PIETILÄ, Veikko. *Joukkoviestintätutkimuksen valta-teillä*. Tampere: Vastapaino. 1997.
- SALMI, Hannu. *”Atoomipommilla kuuhun!” Tekniikan mentaalihistoriaa*. Edita. Helsinki. 1996.
- SAMOLA, Juha. Elokuva, video ja uudet kuvatallenteet. Teoksessa: Kaarle Nordenstreng & Osmo Wiio (toim.): *Suomen Mediamaisema*. WSOY. Helsinki. 2003.
- SILVERSTONE, Roger & HIRSCH, Eric. Introduction. Teoksessa Roger Silverstone, & Eric Hirsch (toim.): *Consuming Technologies. Media Information in Domestic Spaces*. Routledge. London and New York. 1994.
- SILVERSTONE, Roger & HIRSCH, Eric & MORLEY, David. Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household. Teoksessa Roger Silverstone, & Eric Hirsch (toim.): *Consuming Technologies. Media Information in Domestic Spaces*. Routledge. London and New York. 1994.
- SPIGEL, Lynn. *Welcome to the Dream House. Popular Media and Postwar Suburbs*. Duke University Press. 2001.
- SORAMÄKI, Matti. *Mediat yli rajojen. Näkökulmia joukkoviestintä tuotantoon, jakeluun ja kulutukseen*. Gaudeamus. Helsinki. 1990.
- STEINBOCK, Dan. *Televisio ja psyyke. Televisio, illusionismi ja anti-illusionismi*. Weilin+Göös. Espoo. 1983.
- SUOMINEN, Jaakko. *Salora Playmaster – peliä televisiolla. Lisäarvon tuottaminen teknisten innovaatioiden yhteyteen*. Teoksessa *Sähköä, säpinää, wapinaa. Risteilyjä teknologian kulttuurihistoriassa*. Turun yliopiston Historian laitoksen julkaisuja 59. Toimittanut Tanja Sihvonen (s. 97-104). Turku. 2001.
- SUOMINEN, Jaakko. *Koneita Ankkalinnassa. Aku Ankka -lehti teknologian kertojana 1950-luvun Suomessa*. Teoksessa Päivi Granö, Jaakko Suominen ja Outi Tuomi-Nikula (toim.): *Koti - kaiho, paikka, muutos*. Kulttuurituotannon ja maise-mantutkimuksen laitoksen julkaisuja 4. Turun yliopisto. 2004.
- WILLIAMS, Raymond. *Television. Technology and Cultural Form*. Shocken Books. New York. 1975.

## Lehdet:

HERKMAN, Juha. Konvergenssi muuttaa kaiken? Journalismikritiikin vuosikirja. *Tiedotustutkimus* 1:2003, 151–157. 2003.

KORTTI, Jukka. Tarkkana brändien kanssa – taas. Lisääntyvä tuotesijoittelu osana postmodernia markkinoituvaa mediaa. *Tiedotustutkimus* 2:2006, 91–103.

VAN ZONEN, Liesbet & Jan Wieta. "It. Wasn't Exactly a miracle: The Arrival of Television in Dutch Family Life. *Media, Culture & Society*. Vol. 16. London, Thousnad Oaks and New Delhi: Sage. 1994. 641–659.

## Painamattomat lähteet:

HELSTI, Hilka. *Kulttuurin muutos ja televisio. Television ensimmäiset vuosikymmenet suomalaisien kokemina*. Suomalais-ugrilaisen kansatieteen Pro gradu -työ lokakuussa 1988. Sarja B 9/1988. Oy Yleisradio Ab. Helsinki. 1988.

KORTTI, Jukka & MÄHÖNEN, Tuuli Anna. *Media Ethnography, Oral History and Finnish Third Generation Media History*. 2007 (tulossa).

MIETTINEN, Jorma. Havaintoja digitv:n ensimmäiseltä 10-vuotiskaudelta. *Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja* 1/2006. Viestinnän laitos. Helsingin yliopisto. 2006.

MOISALA, U.E. Vuorovaikutus ja joukkoviestintä. *MTV:n viestintäraportteja*. Sarja A 3/1979. Helsinki. 1979.

NOPPARI, Elina. *Frendi monimedialistuvassa viestintäympäristössä*. Tampereen yliopisto, Journalismin tutkimusyksikkö. Tampere. 2003.

NURMELA, Sakari. Digi-TV:n käytettävyydestä tutkimusraportteja 1/2007. Viestintäviraston julkaisu 1/2007. Viestintävirasto. Helsinki. 2007.

PANTZAR, Mika. Digitaalisen mediatekniikan kuluttajavaikutuksista. Kuluttajatutkimuskeskus. Keskustelualoitteita 24/1997. Helsinki. 1997.

PIHLAJAMÄKI, Timo & Virve Peteri & Jutta Meriläinen. Kuluttajatutkimukset-hanke. Teoksessa Kohti yksilöllistä mediamaisemaa 2000: Kuluttajatutkimukset-hanke. *Teknologiakatsaus* 98/2000. Tekes. Helsinki. 2000.

PITKÄNEN, Perttu. Mobiilitelevisio odottaa yhä käynnistäjäänsä. *Digitoday* 23.06.2005. [http://www.digitoday.fi/page.php?page\\_id=12&news\\_id=200512977](http://www.digitoday.fi/page.php?page_id=12&news_id=200512977) (tarkistettu 10.8.2006).

REPO, Petteri & Kaarina Hyvönen & Mika Pantzar & Päivi Timonen. Mobiilivideo. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja. 2003.

REPO, Petteri & Ilpo Koskinen & Heidi Grönman. *Innovaatioiden kotiutuminen. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2006*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. 2006.

SAARIKOSKI, Petri. Television vanhat lisäarvot – Vuorovaikutteisen television esihistoriasta löytyy videotex. *Mediumi* 1.3. 2002. < <http://www.m-cult.net/mediumi/article.html?id=63> >

SAASTAMOINEN, Mika. *Televiiovastaanottimien mainonta ja television kulttuurihistoria*. Sosiologian pro gradu. Helsingin yliopisto. 1999.

SARANEVA, Usko. "Kun radio tuli meille" Yleisradion kuuntelijakunnan muodostuminen vuosina 1920–1960. Oy Yleisradio Ab. Suunnittelu- ja tutkimusosasto. Sarja B 8/1982. Helsinki. 1988.

WALLDÉN, Sari (2000). Digitaalitelevisio(ide)n kehityksen ja käytettävyyden pohdintaa. Teoksessa Kohti yksilöllistä mediamaisemaa 2000: Kuluttajatutkimukset-hanke. *Teknologiakatsaus* 98/2000. Tekes. Helsinki. 2000.

WILLIAMS, Robin & Rogers Slack & James Stewart. Social Learning in Multimedia. Final Report of EC Targeted Socio-Economic Research. <http://www.rcss.ed.ac.uk/SLIM/public/final/frep.PDF>. 2000.

