

Yhteisötelevisiosta totta?

Alueellisen ja yhteisöllisen television mahdollisuudet Suomessa



| | | | |
|--|----------------|--|--|
| Tekijät Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto, | | Julkaisun laji Raportti | |
| Viestinnän laitos | | Toimeksiantaja Liikenne- ja viestintäministeriö | |
| Sanna Valtonen, Sanna Ojajärvi, Ilkka Uronen | | Toimielimen asettamispäivämäärä | |
| Julkaisun nimi Yhteisötelevisiosta totta? Alueellisen ja yhteisöllisen television mahdollisuudet Suomessa | | | |
| Tiivistelmä <p>Tutkimuksessa selvitetään alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä suomalaisessa mediakulttuurissa. Toimintaedellytyksiä tarkastellaan rahoitusmallien, teknologian ja jakelualustojen, kulttuurisen toimintaympäristön sekä toiminnan yhteiskunnallisten edellytysten (lainsäädäntö, koulutuspolitiikka ja muut tukitoimet) näkökulmista. Selvitys koostuu laajasta televisiotoimijoiden ja asiantuntijoiden haastattelututkimuksesta, määrällisestä kyselytutkimuksesta sekä kansainvälisestä selvityksestä, joka mahdollistaa toimijoiden näkemysten peilaamisen muualla maailmassa toteutettuihin alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan malleihin.</p> <p>Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan keskeiseksi haasteeksi nousee toiminnan taloudellinen kannattamattomuus ja epävarmuus. Koska kaikki olennaiset sisällöt eivät välttämättä ole kaupallisesti tai liiketaloudellisesti arvioituina kilpailukykyisiä, on olemassa erilaisia perusteita julkiseen tukeen sisällöntuotannon monipuolistamiseksi.</p> <p>Jakelualusta ja toiminnan edellyttämät teknologiset ratkaisut nousivat keskeisiksi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan toisistaan erottavaksi ulottuvuudeksi. Alueellisen television kohdalla keskeiseksi nostettiin monikanavainen toimintamalli, joka hyödyntäisi edelleen jakeluverkkonaan maanpäällistä verkkoa tai kaapeliverkkoa, mutta toimisi sen rinnalla netissä. Yhteisöllisen television nähtiin lähtökohtaisen vuorovaikutuksellisuutensa vuoksi toimivan parhaiten verkossa.</p> <p>Kulttuurisella ulottuvuudella viitattiin alueellisen ja yhteisöllisen television yleisöihin, sisältöihin ja yleisöjen mediankäyttötapoihin. Alueellinen televisio puolustaa paikkaansa alueellisen sisällön lähettäjänä ja tätä kautta alueen kulttuurin rikastajana. Yhteisöllinen televisio hakee kuitenkin vielä paikkaansa suomalaisessa mediakulttuurissa.</p> <p>Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan yhteiskunnallinen ulottuvuus kytkettiin yhtäältä televisiotoimintaa sääntelevään toimilupapolitiikkaan ja toisaalta televisiotoiminnan yhteistyöhön alan koulutusinstituutioiden kanssa. Ylipäätään sääntelypolitiikan merkitystä televisiotoiminnalle pidettiin aiempaa vähäisempänä.</p> <p>Sekä aluetelevisio että yhteisötelevisio elävät julkisen palvelun ja kaupallisen televisiotoiminnan välisessä puristuksessa. Vaikka eurooppalainen alue- ja yhteisötelevision kenttä on monimuotoinen ja hajanainen, lainsäädäntöön nojaava toiminta on tärkeää kaikille yhteisömedian tekijöille.</p> | | | |
| Avainsanat (asiasanat) Televisio, alueellinen televisio, yhteisötelevisio, sisällöntuotanto, kansalaisjournalismi, mediakulttuuri | | | |
| Muut tiedot Yhteyshenkilö/LVM Ismo Kosonen | | | |
| Sarjan nimi ja numero Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 55/2008 | | ISSN 1457-7488 (painotuote) 1795-4045 (verkkojulkaisu) | ISBN 978-952-201-661-4 (painotuote) 978-952-201-662-1 (verkkojulkaisu) |
| Sivumäärä (painotuote) 134 | Kieli suomi | Hinta | Luottamuksellisuus julkinen |
| Jakaja Liikenne- ja viestintäministeriö | | Kustantaja Liikenne- ja viestintäministeriö | |



| | | | |
|--|-----------------|--|--|
| Författare Centrum för kommunikationslära CRC, Helsingfors | | Typ av publikation Rapport | |
| universitet, Institutionen för kommunikationslära | | Uppdragsgivare Kommunikationsministeriet | |
| Sanna Valtonen, Sanna Ojajärvi, Ilkka Uronen | | Datum då organet tillsattes | |
| Publikation Blir den öppna televisionen sant? Den regionala och den öppna televisionens möjligheter i Finland | | | |
| Referat <p>I undersökningen redogörs det för den lokala och den öppna televisionens verksamhetsförutsättningar i den finländska mediekulturen. Verksamhetsförutsättningarna betraktas genom synvinklar på finansieringsmodellerna, teknologin och distributionsplattformarna, den kulturella omgivningen och de samhälleliga förutsättningarna för verksamheten (lagstiftningen, utbildningspolitiken och de övriga stödåtgärderna). Redogörelsen består av en omfattande intervjuundersökning av televisionsaktörer och sakkunniga, en kvantitativ enkät och en internationell redogörelse som gör det möjligt att återspegla aktörernas synpunkter i modeller för den regionala och den öppna televisionsverksamheten som verkställt i övriga världen.</p> <p>Den största utmaningen för den regionala och den öppna televisionsverksamheten är dess ekonomiska olönsamhet och osäkerhet. Eftersom alla väsentliga innehållen inte nödvändigtvis är konkurrenskraftiga om de bedöms från kommersiell eller företagsekonomisk synvinkel finns det olika grunder för offentligt understöd för att innehållsproduktionen blir mångsidigare.</p> <p>Distributionsplattformen och de teknologiska lösningarna som verksamheten förutsätter blev en central dimension som skiljer den regionala och den öppna televisionsverksamheten från varandra. I fråga om den regionala televisionen blev en central företeelse en flerkanalig verksamhetsmodell som fortfarande använder det marksända nätet eller kabelnätet men som fungerar vid sidan av dem på webben. På den öppna televisionen är utgångspunkten växelverkan och därför ansågs den fungera bäst på webben.</p> <p>Med den kulturella dimensionen hänvisades till publik för och innehåll i den regionala och den öppna televisionen och till publikernas sätt att använda medier. Den regionala televisionen försvarar sin plats som sändare av regionalt innehåll och på detta sätt som berikare av regionens kultur. Den öppna televisionen söker ännu sin plats i den finländska mediekulturen.</p> <p>Den samhälleliga dimensionen som den regionala och öppna televisionsverksamheten har kopplades å ena sidan till koncessionspolitiken som reglerar televisionsverksamheten och å andra sidan till televisionsverksamhetens samarbete med utbildningsinstitutioner inom branschen. Överhuvudtaget ansågs betydelsen av regleringspolitiken vara för televisionsverksamheten mindre än tidigare.</p> <p>Både den regionala och den öppna televisionen lever i betryck mellan den allmännyttiga och den kommersiella televisionsverksamheten. Även om det europeiska fältet för den lokala och den öppna televisionen är mångformigt och utspritt är verksamheten som bygger på lagstiftningen viktig för alla som sysslar med det öppna mediet.</p> | | | |
| Nyckelord Television, regional television, öppen television, innehållsproduktion, medborgarjournalistik, mediekultur | | | |
| Övriga uppgifter Kontaktperson vid kommunikationsministeriet är Ismo Kosonen | | | |
| Seriens namn och nummer Kommunikationsministeriets publikationer 55/2008 | | ISSN 1457-7488 (trycksak) 1795-4045 (nätpublikation) | ISBN 978-952-201-661-4 (trycksak) 978-952-201-662-1 (nätpublikation) |
| Sidoantal (trycksak) 134 | Språk finska | Pris | Sekretessgrad offentlig |
| Distribution Kommunikationsministeriet | | Förlag Kommunikationsministeriet | |



| | | | |
|---|---------------------|---|---|
| Authors (from body; name, chairman and secretary of the body) Communication Research Centre CRC | | Type of publication Research report | |
| University of Helsinki | | Assigned by Ministry of Transport and Communications | |
| Sanna Valtonen, Sanna Ojajärvi, Ilkka Uronen | | Date when body appointed | |
| Name of the publication Is community television becoming a reality? Opportunities for regional and community television in Finland | | | |
| Abstract <p>This study investigates the operational requirements of regional and community television in Finnish media culture from the perspectives of funding models, technological solutions, distribution platforms, the cultural environment and other social conditions (legislation, educational policy and other support measures). The study consists of interviews with people in the television industry and with other experts, a quantitative survey and an international report which enables the comparison of Finnish views with examples of regional and community television outside Finland.</p> <p>The study indicates that the major challenge for regional and community television is its financial unprofitability and uncertainty. Because some core content is not necessarily viable from the commercial or economic viewpoints, there are grounds for public financial support to diversify content.</p> <p>The study shows that the required distribution platforms and technological solutions are the key issues separating regional and community television from one another. It is suggested that regional television should function on a multi-channel model, utilising either the terrestrial or the cable network for distribution, and also operate online. In contrast, because of its interactive premise, community television was considered to operate optimally in an online environment.</p> <p>The cultural dimension was referred to in connection with the audiences and content of regional television as well as with the audiences' ways of using media. Regional television plays an important role in broadcasting regional content and thus in promoting regional culture, while community television is still trying to establish its position in Finnish media culture.</p> <p>The social dimension of regional and community television was linked with, on the one hand, the licensing policy that governs television operations in Finland and, on the other, cooperation in television broadcasting with educational institutions in the field. Regulatory policies concerning television broadcasting were generally seen as less important than before.</p> <p>Both regional and community television must contend with the pressures produced by public service television and commercial television. Although the area of regional and community television in Europe is diverse and fragmented, operations relying on legislation are important for everyone within community media.</p> | | | |
| Keywords Television, regional television, community television, content production, citizen journalism, media culture | | | |
| Miscellaneous Contact person / MTC Ismo Kosonen | | | |
| Serial name and number Publications of the Ministry of Transport and Communications 55/2008 | | ISSN 1457-7488 (printed version) 1795-4045 (electronic version) | ISBN 978-952-201-661-4 (printed version) 978-952-201-662-1 (electronic version) |
| Pages, total (printed version) 134 | Language Finnish | Price | Confidence status Public |
| Distributed and published by Ministry of Transport and Communications | | | |

Esipuhe

Alueellinen televisiotoiminta on Suomessa kehittynyt heikosti. Valtioneuvosto on kiinnittänyt asiaan huomiota muun muassa digitaalisen television ensimmäisten toimilupakierrosten yhteydessä, mutta kiinnostus toiminnan käynnistämiseen on ollut vähäistä. Viestintäteknikan kehitys, digitaalisten päätelaitteiden yleistyminen ja tuotantovälineiden hintojen lasku sekä koulutettujen tekijöiden määrän kasvu ovat kuitenkin nostaneet alueellisen televisiotoiminnan mahdollisuudet uudelleen keskustelun kohteeksi, mistä syystä liikenne- ja viestintäministeriö päätti selvittää, onko toiminnan edellytyksissä ja osapuolten kiinnostuksessa tapahtunut merkitseviä muutoksia.

Julkisessa keskustelussa on viime aikoina tullut esille myös ajatus nykyistä televisiotarjontaa täydentävästä niin sanotusta yhteisötelevisiosta. Keskusteluissa esiin nousseiden ajatusten konkretisoimiseksi ministeriö päätti tässä yhteydessä selvittää myös yhteisötelevisiion edellytyksiä ja kiinnostusta toiminnan käynnistämiseen.

Liikenne- ja viestintäministeriö toivoo, että nyt valmistunut tutkimus antaa hyvän pohjan jatkokeskusteluille.

Tutkimus on tehty Helsingin yliopiston viestinnän tutkimuskeskus CRC:ssä. Tutkimuksen vastuullisia tekijöitä ovat olleet Sanna Valtonen, Sanna Ojajärvi ja Ilkka Uronen.

Ismo Kosonen
viestintäneuvos

Tiivistelmä ja toimitasuositukset

Tutkimuksessa lähestyttiin alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä neljästä ulottuvuudesta käsin. Toiminnan keskeisiksi ulottuvuuksiksi määriteltiin televisiotoiminnan rahoitusmallit, teknologia ja jakelualustat, kulttuurinen toimintaympäristö ja toiminnan yhteiskunnalliset edellytykset (lainsäädäntö, koulutuspolitiikka ja muut tukitoimet). Tämä osa tutkimuksesta toteutettiin haastattelemalla ja kyselylomakkeella. Toimijoiden näkemyksiä suhteutettiin lisäksi kansainväliseen vertailuaineistoon, joka kokosi yhteen muualla maailmassa toteutettuja alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan malleja.

Taloudellinen ulottuvuus

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan keskeiseksi haasteeksi nousi toiminnan taloudellinen kannattamattomuus ja epävarmuus.

Alueellinen televisio: heikko kiinnostus alueelliseen televisiotoimintaan ja jo aloitetun toiminnan lopettaminen selitettiin ensisijaisesti taloudellisilla seikoilla. Tulevaisuuden visioissa alueellisen television nähtiin toimivan ensisijaisesti kaupallisilla markkinoilla ja sen rahoitusperustaksi esitettiin mainosrahoitusta tai maksutelevisioon perustuvaa käyttäjärahoitusta.

Yhteisöllinen televisio: visiot toimivista rahoitusmalleista jakautuivat kahteen suuntaan. Yhtäältä ehdotettiin kaupallisin perustein toimivaa yhteisöllistä televisiota, joka kokoaisi yhteen elämäntavoiltaan, harrastuksiltaan tai vaikkapa iältään ja musiikkimaultaan samankaltaisia yleisöjä. Toisaalta yhteisöllisen televisiotoiminnan taloudelliseksi reunaehdoksi nostettiin julkinen tuki, jota perusteltiin toiminnan kytköksillä kansalaisyhteiskunnan ihanteeseen kansalaisten osallistamisesta.

Teknologinen ulottuvuus

Jakelualusta ja toiminnan edellyttämät teknologiset ratkaisut nousivat haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa keskeisiksi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan toisistaan erottavaksi ulottuvuudeksi.

Alueellinen televisio: keskeiseksi nostettiin monikanavainen toimintamalli. Ihanteellinen malli hyödyntäisi edelleen jakeluverkkonaan maanpäällistä verkkoa tai kaapeliverkkoa, mutta toimisi sen rinnalla netissä. Tällä hetkellä toimivat alueelliset televisiot hyödyntävät jo tätä mallia, jonka visioitiin tulevaisuudessa mahdollistavan alueellisen television yhteistyön myös esimerkiksi maakuntalehtien kanssa.

Yhteisöllinen televisio: lähtökohtaisen vuorovaikutuksellisuutensa vuoksi yhteisöllisen television nähtiin toimivan parhaiten verkossa. Kehityssuunta oli selkeä etenkin, kun televisioverkon digitalisoituminen ei toivotulla tavalla lisännyt perinteisen television ja katsojien vuorovaikutusmahdollisuuksia.

Kulttuurinen ulottuvuus

Kulttuurisella ulottuvuudella viitattiin tutkimuksessa alueellisen ja yhteisöllisen television yleisöihin, niiden tuottamiin sisältöihin ja yleisöjen mediankäyttötapoihin.

Alueellinen televisio: yleisöjen määrittely oli helppoa, sillä ohjelmaa lähetettiin nettitelevisiota lukuun ottamatta tietyn fyysisen alueen rajoissa. Alueellinen sisältö nostettiin niin toiminnan edellytykseksi kuin sen ongelmakohtaksi: alueellinen televisio puolustaa paikkaansa alueellisen sisällön lähettäjänä ja tätä kautta alueen kulttuurin rikastajana. Sisällöt kilpailevat yleisöistä muun mediatarjonnan kanssa, jolloin niiden houkuttavuus erityisesti nuorten ikäluokkien keskuudessa on vähäistä. Alueellinen televisiotoiminta on ollut pitkäjänteisintä ja sitouttavinta ruotsinkielisellä Pohjanmaalla. Etnisiä tms. kansainvälisessä vertailuaineistossa korostuneita yhteisöjä ei suomalaisessa kulttuurissa ole toistaiseksi nähty merkittävinä yhteisöllistä televisiotoimintaa käynnistettäessä. Tulevaisuuden kulttuuriseksi yhteisöiksi nostettiin esimerkiksi romaniväestö sekä maahanmuuttajayhteisöt.

Yhteisöllinen televisiotoiminta: uusi sosiaalinen media on kerännyt yhteen monenlaisia yhteisöjä, joiden ympärille on kehkeytymässä myös yhteisöllistä televisiotoimintaa. Yhteisöllisesti toimivia nettitelevisioita voivat jäsentää esim. lemmikkiharrastus, elämäntapa tai kansalaisjärjestötoiminta. Yhteisöllinen televisio hakee kuitenkin vielä paikkaansa suomalaisessa mediakulttuurissa. Netissä toimivan yhteisöllisen television vahvuudeksi nähtiin käyttäjien sitoutuminen yhteisön intresseihin tai elämäntapaan ja sitä kautta itse tuotteeseen sekä yhteisön jäsenten mahdollisuudet osallistua kanavan sisältöjen tuottamiseen. Televisiotoiminnan näkökulmasta vahvuudet näyttävät myös toiminnan esteinä ja televisiotoimintaa olennaisesti muuttavina käytäntöinä. Kysymykseksi nousee ammattimaisen sisällöntuotannon ja ugc-tuotannon välinen suhde. Lisäksi jakelualustanaan verkkoa käyttävä yhteisöllinen televisio muuttaa televisiotoimintaan liittyviä sääntelyn käytäntöjä.

Yhteiskunnallinen ulottuvuus (lainsäädäntö, koulutuspolitiikka ja muut tukitoimet)

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan yhteiskunnallinen ulottuvuus kytkettiin toimijoiden näkemyksissä yhtäältä televisiotoimintaa sääntelevään toimilupolitiikkaan ja toisaalta televisiotoiminnan mahdolliseen yhteistyöhön alan koulutusinstituutioiden kanssa. Toimilupolitiikka nousi haastattelussa ja kyselytutkimuksessa esiin kahtena teemana: sääntelypolitiikan kritiikkinä ja sääntelyn ulottumattomissa olevan toiminnan osoittamisena. Teemoja yhdisti se, että sääntelypolitiikan merkitystä televisiotoiminnalle pidettiin aiempaa vähäisempänä.

Alueellinen televisio: toiminta maanpäällisessä toimiluvun säännellyssä verkossa nähtiin mahdollisena.

Yhteisöllinen televisio: Kansalaisyhteiskuntaan pohjautuvissa visioissa toimilupakäytäntöä pidettiin merkittävänä toiminnan mahdollistamiseksi. Sen sijaan kaupallisin perustein toimivan yhteisöllisen televisiotoiminnan kontekstissa sääntelykäytäntö nähtiin vieraana. Televisiotoimintaa kehittävänä koulutuspoliittisena linjave-tona

pidettiin aktiivista yhteistyötä alan oppilaitosten kanssa. Koulutuspoliittiset ratkaisut kytkettiin toimilupolitiikkaan: malliksi ehdotettiin toimiluvan kytkemistä pitkäjänteisiin yrityshautomosta mallia ottaviin koulutushankkeisiin.

Kansainvälisesti toimivat mallit

Sekä aluetelevisio että yhteisötelevisio elävät julkisen palvelun ja kaupallisen televisiotoiminnan välisessä puristuksessa. Vaikka eurooppalainen alue- ja yhteisötelevisio on monimuotoinen ja hajanainen, lainsäädäntöön nojaava toiminta on tärkeää kaikille yhteisömedian tekijöille. Joitakin johtopäätöksiä voidaan tehdä siitä, mitkä tekijät yhdistävät alue- ja yhteisötelevisioita vertailun kohteina olevissa maissa:

- (1) Paikallisuus. Paikalliset ihmiset tekevät ohjelmia paikallisista aiheista paikallisille asukkaille
- (2) Ei-kaupallisuus. Riippumaton julkinen rahoitus ja/ tai rahoitus monesta eri lähteestä, vapaaehtoistyö on keskeinen toiminnan resurssi.
- (3) Itsenäisyys. Halu toimia itsenäisesti ja pienimuotoisesti.
- (4) Lainsäädäntö. Pyrkimys siihen että toiminta on hyväksytty osa kansallista mediapolitiikkaa, ja että sillä on laillinen status.
- (5) Kansalaisdemokratia. Toimiminen erilaisten ihmisten ja yhteisöjen mediafoorumina, kansalaisten äänen saaminen kuuluville.
- (6) Ohjelmatarjonta. Vaihtoehtoinen ohjelmatarjonta ja ohjelmien monimuotoisuus, tehdään sellaisia ohjelmia joita ei näe muilla kanavilla.
- (7) Organisoituminen. Järjestäytyminen kansallisesti kuten Öppna Kanaler Ruotsissa tai OLON Hollannissa.
- (8) Mediakasvatus. Kriittisyyden opettaminen jatkuvasti kasvavaa mediatarjontaa kohtaan.

Vielä ei ole kokemuksia siitä, kuinka maanpäällisen verkon digitalisointi Euroopan maissa vaikuttaa sektorin toimintaan. Maasta riippumatta nousee esille kysymys toiminnan jatkuvuuden turvaamisesta osana maanpäällisten verkkojen digitalisointiprosessia. Keskeinen on myös kysymys siitä kuinka yhteisötelevisiotoiminta pitäisi huomioida osana kansallista mediapolitiikkaa lainsäädännön ja julkisen rahoituksen näkökulmista.

Vertailtavina olevissa maissa alue- ja yhteisötelevisio on muotoutunut useamman vuosikymmenen kuluessa, aina kulloinkin olemassa olevien resurssien, tekniikoiden, lainsäädännön ja kulttuuristen tekijöiden pohjalta. Vielä toistaiseksi televisio on oma mediavälineensä, jolla on ihmisten arjessa oma käyttötarkoituksensa ja -tilanteensa. Tuotantovälineisiin, sisältöihin ja talouteen liittyvä konvergenssi kuitenkin muuttaa toiminnan mahdollisuuksia niin, että jos julkiseen rahoitukseen tai regulaatioon liittyviä kansallisia päätöksiä pitäisi tehdä nykytilanteessa, toiminta voisi olla järkevintä toteuttaa internetissä. Mediakenttä on muuttunut uusien välineiden (myspace, facebook, wikit, blogit) myötä niin että isot mediayritykset eivät enää pysty kontrolloimaan mediaa, eivätkä vastaamaan paikallisiin viestintätarpeisiin. Median käyttäjistä ja vastaanottajista on tullut toimijoita jotka tuottavat aktiivisesti erilaisia online- mediasisältöjä verkkoon. Verkko mahdollistaa myös vuorovaikutteisen toiminnan, ja tämä muuttaa lähtökohtaisesti yhteisömedian sisällöntuotantoa ja jakelua.

Kolme katsetta alueellisen ja yhteisöllisen television tulevaisuuteen

Toimijoiden näkemykset alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan tulevaisuudesta voi kiteyttää kolmeen näkökulmaan, liberalistiseen, liberalistis-pluralistiseen ja pluralistis-kriittiseen.

Liberalistinen näkökulma viittaa puhtaan kaupalliseen alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan. Sen perusteeksi kiteytyy ajatukseen vapaiden markkinoiden paremmuudesta niin yhteiskunnan kuin yksittäisen kuluttajankin kannalta. Mediatuotantoa ja teollisuutta kehitetään liiketalouden näkökulmasta ja markkinalogiikan kaupallisuuden vaatimus näkyy sisällöntuotannossa journalismia myöten. Liberalistista näkökulmaa edustivat haastatteluaineistossa luonnollisesti kaupallisen toimijat televisiokanavista maakuntalehtiin, mutta kyselytutkimuksen perusteella myös koulutuksen ja tutkimuksen puolella esitettiin lausuntoja liberalistisesta näkökulmasta käsin.

Liberalistis-pluralistinen näkökulma nostaa vapaan kilpailun ja kysynnän ja tarjonnan lakien synnyttämän tuotannon rinnalle ajatuksia sisältöjen eettisistä, taiteellisista, kulttuurisista, poliittisista ja ylipäättään identiteettejä ja toimivaa kansalaisyhteiskuntaa rakentavista arvoista. Koska kaikki olennaiset sisällöt eivät välttämättä ole kaupallisesti tai liiketaloudellisesti arvioituina kilpailukykyisiä, on olemassa erilaisia perusteita julkiseen tukeen sisällöntuotannon monipuolistamiseksi. Liberalistis-pluralistista näkökulmaa kuvaa ajatus Yleisradion keskeisestä roolista alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kehittämisessä, mikäli julkisin varoin edetään.

Pluralistis-kriittisen näkökulman mukaan mahdollisimman monipuolinen ja kansalaisia sekä teknologioillaan, muodoillaan että sisällöllään osallistava mediakulttuuri on niin merkittävä demokratian ja kansalaisyhteiskunnan näkökulmasta, että alueellinen ja yhteisöllinen mediatuotanto on saatava käyntiin vaikka julkisella tuella. Näkökulman argumentatiivinen perusta juontaa demokratiakäsityksestä, jonka ytimessä on tietoinen ja osallistuva kansalainen. Pluralistis-kriittisestä näkökulmasta käsin puhuttiin useammin yhteisöllisen kuin alueellisen television yhteydessä. Se myös liitettiin lähidemokratiakokeiluihin, taiteeseen, teknologiavetoisiin kehityshankkeisiin ja kansalaisten omaan sisällöntuotantoon. Erityisesti koulutuksen ja tutkimuksen edustajat sekä paikallisen median (televisio, radio, printti) tuottivat pluralistis-kriittisiksi tulkittavia argumentteja.

Näkökulmat esiintyivät lähestulkoon tasavahvoina kyselytutkimuksessa, mutta asiantuntijoille ja ylätason toimijoille suunnatussa haastattelututkimuksessa liberalistinen ja liberalistis-pluralistinen näkökulma olivat pluralistis-kriittistä yleisempiä. Pluralistis-kriittisiä kannanottoja esittivät tutkijat ja asiantuntijat.

Mitä tämä näkemysten kirjo kertoo alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kentästä? Ainakin sen, ettei ole yhtä oikeaa totuutta siitä, millaista on alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta, miltä niiden tulevaisuus näyttää tai millainen poliittinen, kulttuurinen ja kaupallinenkin merkitys niillä saattaisi olla. Kentän

käsitykset toiminnan mahdollisuuksista ja toimintaa mahdollistavista edellytyksistä, toiminnan reunaehdoista hajoavat.

Liikenne- ja viestintäministeriön kannalta tilanne on hedelmällisellä tavalla avoin. Tutkimus osoittaa selvästi, että alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kehittyminen ainoastaan toimijoiden omasta tarpeesta Suomen kokoisessa valtiossa tulee olemaan äärimmäisen epätodennäköistä. Julkista tukea, suunnittelu- ja kehitystyötä tarvitaan, tapahtui se sitten Yleisradion kautta kanavoituna, kuntayhtymien kautta tai suoraan ministeriön alaisuudessa.

Mikäli toimilupia jaetaan, tulisi niiden kaupallisen näkökulman mukaan olla valtakunnallisia, jotta muut kiinnostavat alueelliset sisällöt kuin uutiset voitaisiin jakaa tarvittaessa myös alueen ulkopuolelle. Toisaalta isot kanavat voisivat jakaa kanavaa yhtäaikaiseen alueelliseen toimintaan ja lokalisoida menestyssisältöjään netin lisäksi televisiossa. Tällöin esimerkiksi mainostajat ja vaikkapa sponsorit voisivat lähteä mukaan rahoituksen tasolla toisin kuin oman alueen sisään jäävään toimintaan. Esimerkkeinä haastateltavat pitivät turismin, matkailun ja erilaisten kehittyneempien palvelualojen kaltaisten toimialojen potentiaalista mainostamista.

Pluralistisemmat näkökulmat toivoivat myös kevyemmällä jakelu- ja tuotantokustannuksilla toteutuvaa alueellista mediaa, jonka tuki pitäisi osata kanavoida rakentavalla tavalla. Alueille ja yhteisöille tulisi jättää itsenäisyyttä ja rahoitusvastuuta sisällöntuotantoon, mutta kanavat ja teknologiat voisivat olla jollakin tapaa julkisesti tuotettuja.

Yhteisöllinen mediatoiminta näyttäytyy haastattelujen mukaan joko läpeensä kaupallisena kohdeyleisötoimintana tai itsenäisenä, poliittis-kulttuurisena vapaaehtoistyöhön ja kansalaisten aktiivisuuteen perustuvana toimintana. Nimenomaan tässä tarvitaan ministeriön periaatteellista päätöstä ja systemaattista, tutkimukseen ja kentän kuulemiseen perustuvaa kehitys- ja tukitoimintaa.

Vaikka toimilupatelevisio olisi alueellisen ja yhteisöllisen television osalta eräällä tavalla tiensä päässä, näyttää työsarkaa olevan kentän määrittelemisessä ja sen kehittämisessä. Teknologioiden kehittyminen ja mediakulttuuri -- mediakäyttäjien tottumukset ja kokemukset siinä missä sisällöntuotannon muuttuvat käytännötkin -- tulisi ottaa kiinteästi mukaan suunnittelutyöhön. Yhteisötelevision on mahdollista toteutua, mutta se ei synny itsestään, sillä kuluttajat ovat hitaita: kun mitään kulttuurista perinnettä yhteisölliseen televisioon ei ole, (ja yhtä aikaa yhteisöllisen ja sosiaalisen median perinne on sitäkin vahvempi netissä) tarvitaan toimivia esimerkkejä, jotta kuluttajat voisivat löytää uudet television muodot.

Toimintasuositukset

Mediapolitiikan suuntaaminen:

- Tarvitaan periaatteellinen päätös siitä, tarvitaanko Suomessa eurooppalaisen mallin mukaista alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa. Jos tarvitaan, toiminnalle on luotava status kansallisessa viestintäpolitiikassa ja lainsäädännössä
- Toimilupapolitiikkaa on syytä entisestään keventää ja ainakin alueellisen ja yhteisöllisen television osalta panostaa sen sijasta kehitys- ja koulutushankkeisiin ja suunnitteluun
- Lisäksi on selkiytettävä julkisen rahoituksen mahdollisia muotoja:
 - onko kaupallinen ja ei-kaupallinen toiminta erotettava toisistaan selkeästi vai voisiko toiminta olla yhtä aikaa molempia?
 - miten julkista tukea on mahdollista kanavoida?
 - mitä tuetaan? Lähetystoimintaa, ohjelmatoimintaa vai molempia?
 - tuen mahdolliset jakamisperusteet ja kohteet – maksetaanko tuki suoraan toimijoille vai esimerkiksi kattojärjestöille?
- myös Yleisradion roolin miettiminen uudelleen varsinkin alueellisen television osalta saattaisi selkiyttää kenttää: esimerkiksi Norjassa alueelliset kaapelitelevisiot toimivat osin julkisena palveluna

Hyvät käytännöt, joita kannattaa tarkastella tarkemmin:

- toiminnan laillinen status kansallisena viestintäpolitiikkana
- kansalaisten aktiivinen osallistaminen toimintaan
- kannattavuutta palkitsevat ja kehittävät järjestelmät
- alue- ja yhteisömediakentän toimijoiden laaja järjestäytyminen
- operaattoreiden toiminnan ja vastuiden selkiyttäminen kaapeliverkossa, maanpäällisessä verkossa, IPTV- ja mobiili-tv:n näkökulmista
- Digitaalisen roolin seurausten selvittäminen
- LVM:n entistä aktiivisempi yhteistyö tutkimuslaitosten, TEKESin, OPM:n ja TEM:n kanssa

Tutkimustarve

- alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan tutkimus on hajanaista ja puutteellista
- tutkimustarve on sekä kansallinen että kansainvälinen
- kansallisesti olisi hyvä selvittää koko sähköisen median kenttää kerralla, sillä toimintaympäristön muutokset tekevät yksittäisen toimialan tai sen osan tarkasteluista helposti irrallisia tai pinnallisia
- tarvitaan hautomotyyppisten ratkaisujen ja seurantatutkimuksen malleja
- tarvitaan mediakäyttäjän ja mediakulttuurin näkökulmaa
- tarvitaan teknologiaan ja mediakäyttöön ja päätelaitteiden kehitykseen kohdistuvaa tutkimusta, erityisesti olisi selvitettävä mobiililaitteiden merkitystä alueellisessa ja yhteisöllisessä mediassa ja kansalaisten roolia sisällön tuottajina verkossa ja mobiilissa ympäristössä
- tutkimushankkeiden resursoinnin tulee olla riittävää mikäli halutaan panostaa laatuun

TEOREETTINEN SANASTO

| | |
|----------------------|---|
| Demokratia | Joko edustukselliseen tai suoraan kansanvaltaan perustuva hallitusmuoto. Demokratian perusajatuksena on, että hallintovalta nousee kansasta ja toteuttaa kansan tahtoa. Deliberatiivisessa demokratiassa korostuu äänestämisen sijaan tahojen välinen keskustelu ja eri näkökulmien harkinta. |
| Kansalaisyhteiskunta | Hallinto- ja yrityssektorien ulkopuolelle jäävä toiminta, jossa toimijana ovat järjestöt, liikkeet ja yksityiset kansalaiset. |
| Kolmas sektori | Kolmas sektori tarkoittaa niitä yhteisöjä ja toimintoja, jotka eivät ole julkisyhteisöjä tai yrityksiä. Kolmannen sektorin toiminta on kaikille avointa ja se on ainakin osittain vapaaehtoista. Toiminnalla ei tavoitella voittoa ja siitä saatava hyöty kohdistuu laajasti koko ympäröivään yhteis-kuntaan eli on ns. yleishyödyllistä. Kolmannen sektorin toiminta on järjestäytyntä ja voimassa olevien lakien ja asetusten mukaista. |
| Osallistaminen | Ylhäältä alaspäin, hallinnosta kansalaisille suuntautuvaa toimintaa, osallistumismahdollisuuksien tarjoamista kansalaisille. |
| Osallistuminen | kansalaisten aktiivista toimintaa, joka voi toteutua keskinäisenä, järjestöissä tai suuntautua hallintoon. |
| Osallisuus | Periaate, jonka mukaan kansalaisella on oltava mahdollisuus sekä saada tietoa päätöksenteosta että päästä vaikuttamaan siihen. Osallisuus on liittymistä, jossa osallistuja tulee osaksi ryhmää tai toimintaa. |
| Valtaistaminen | Empowerment tarkoittaa sekä yksilön että ryhmän oman päätäntävällän ja voimavarojen lisääntymistä prosessitoiminnan kautta. Yhteistyön avulla tuotettu tieto ja osaaminen lisäävät tietoisuutta. Digitaalista voimistumista edistetään opettelemalla esim. tieto- ja viestintätekniikan käyttötapoja. |
| Verkkodemokratia | Kansalaisten liittäminen päätöksentekoprosessiin ja muu kansalaisvaikuttaminen internetiä ja muuta |

TEKNINEN SANASTO

| | |
|----------------|---|
| Alustatoimija | Toimija, jolla on useita ohjelmatoimilupia ja mahdollisuus valita vapaasti niitä käyttävät kanavat |
| Digiboksi | Digitaalisen televisiosignaalin purkava laite, joka syöttää signaalin purettuna television ymmärtämään muotoon |
| Digi-tv | Digitaalisesti siirretty televisio |
| DVB | digitaalisen television standardit |
| DVB-C | digitaalinen kaapelitelevisioteknologia |
| DVB-H | digitaalinen mobiilitelevisioteknologia |
| DVB-S | digitaalinen satelliittitelevisioteknologia |
| DVB-T | digitaalinen terrestriaalitelevisioteknologia |
| DVR | digiboksia kehittyneempi laite, joka osaa myös mm. aikasiirtää ja tallentaa ohjelmia sisäiseen muistiinsa |
| HDTV | teräväpiirtotelevisio, perinteistä televisiolähetystä korkeampi kuvanlaatutaso |
| Hybridiboksi | Digiboksi, joka on kytketty myös internetiin – mahdollisuus television ohella internet sisältöihin |
| IPTV | televisionsiirtoteknologia internetiin |
| Kaapeli | Siirtoteknologia, jossa televisio siirretään kiinteästi paikallaan olevia kaapeleita pitkin jakelukeskuksesta kotitalouksiin |
| Mainos-TV | Pääasiassa mainoksilla rahoitetut televisiokanavat |
| Maksu-TV | Pääasiassa kuluttajien maksuilla rahoitetut televisiokanavat |
| Mobiili-TV | Kannettavalla päätelaitteella seurattava TV, esim. kännykässä |
| Multicasting | Yhden televisiolähetysten monistaminen usealle vastaanottajalle esim. internetissä |
| Multi play | Kännykän, internetin, lankapuhelimen ja television tai useita näistä yhdistävät kuluttajien palvelukokonaisuudet viestintäoperaattoreilla |
| MUX | Multiplexing, usean televisiokanavan yhdistäminen yhdeksi lähetysvirraksi, ns. kanavanipuksi. |
| Netti-TV | Nykymuotoisen televisiolähetysten katsominen internetistä |
| P2P | Vertaisverkkoteknologia, jolla voidaan hyödyntää useita avoimessa internetissä samaa teknologiaa käyttäviä tietokoneita jakeluun perinteisen kahden tietokoneen välisen yhteyden sijaan. Tehostaa mm. TV-jakelua. |
| Terrestriaali | Maanpäällinen radiotiehen perustuva lähetys antenniverkossa, antenniverkon jakelu |
| UGC | käyttäjien itse tekemä sisältö |
| VOD | tilausvideo |
| Yhteisöpalvelu | Useita yksilöitä (internetissä) yhdistävä palvelu, jossa mm. keskustellaan ja jaetaan omia tietoja, kuvia, kokemuksia. Esim. Facebook. |

SISÄLLYSLUETTELO

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 1.1 | Johdanto: mediakentän käymistilanne | 1 |
| 1.2 | Lyhyt katsaus tehtyyn tutkimukseen | 7 |
| 1.3 | Toimeksianto ja työnjako | 8 |
| 1.4 | Käsitteiden määrittelyyn liittyvät ongelmat | 10 |
| 1.5 | Raportin eteneminen | 12 |
| 2 | Alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta Suomessa | 14 |
| 2.1 | televisiojärjestelmä ja lainsäädäntö | 14 |
| 2.2 | tämän hetken tilanne: alueellinen televisio | 16 |
| 2.3 | tämän hetken tilanne: yhteisöllinen televisio | 17 |
| 3 | Alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta muualla – valikoitu kansainvälinen katsaus alue- ja yhteisötelevisioiden toimintaympäristöihin | 19 |
| 3.1 | Työmenetelmät ja lähdekritiikki | 21 |
| 3.2 | Ruotsi | 22 |
| 3.3 | Tanska | 25 |
| 3.4 | Norja | 28 |
| 3.5 | Muut maat | 31 |
| 3.5.1 | Iso-Britannia | 31 |
| 3.5.2 | Hollanti | 35 |
| 3.5.3 | Yhdysvallat | 37 |
| 4 | Toiminnan yhteiset piirteet eri maissa | 41 |
| 5 | Katse tulevaan: alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan tulevaisuus toimijoiden haastatteluissa | 45 |
| 5.1 | Haastattelujen ja kyselytutkimuksen motivaatio ja metodologiset lähtökohdat | 45 |
| 5.2 | Tulosten esittely: miten alueellisen ja yhteisöllisen television on toimijoiden mukaan mahdollista kehittyä Suomessa? | 48 |
| 5.2.1 | Talouden haasteet | 49 |
| 5.2.2 | Teknologian haasteet | 61 |
| 5.2.3 | Mediakulttuuri | 68 |
| 5.2.4 | Oikeudelliset ehdot ja sääntely | 74 |
| 5.2.5 | Toimijoiden ehdotuksia | 77 |
| 6 | Yhteenveto haastattelututkimuksesta: kolme katsetta alueelliseen ja yhteisölliseen televisioon | 81 |
| 6.1 | Toimijaryhmien keskeiset argumentit | 81 |
| 6.2 | Tutkimuksen itsereflektio | 90 |

| | | |
|---|------------------------------|-----|
| 7 | Keskustelu ja johtopäätökset | 93 |
| 8 | Toimintasuositukset | 97 |
| | Lähteet | 99 |
| | Liitteet | 101 |

1. Johdanto

Yhteisöllisestä televisiosta totta? Alue- ja yhteisötelevisiotoiminnan ehtoja ja esteitä tutkimushanke kytkeytyy käynnissä olevaan mediakentän ja mediakulttuurin murrokseen. Johdannossa keskustellaan mediakentän murroksen keskeisistä osa-alueista: teknologian, talouden rakenteiden sekä median ja yhteiskunnan välisten suhteiden muutoksista. Mediakentän muutokset heijastuvat myös mediakulttuuriin, jonka murros tulee esiin kuluttajien mediankäyttörutiinien ja mediasisältöjen kehitystrendeissä.

1.1 Johdanto: mediakentän käymistilanne

Rakenteellisesti muuttunut mediakenttä on nostanut julkisuuteen keskusteluja muun muassa mediatoiminnan rahoituksesta (julkinen rahoitus vs. kaupallinen mainos- tai käyttäjärahoitteinen toiminta), teknologioista (perinteiset joukkoviestimet ja niiden terrestriaali-, kaapeli- tai satelliittijakelu vs. verkko ja mobiili) ja sisällöistä (julkinen palvelu vs. kaupalliset sisällöt). Myös mediakenttään kohdistuva yhteiskunnallinen sääntely (toimiluvat vs. vapaa kilpailu) on mediakentän ja mediakulttuurin murrosten myötä uusien pohdintojen edessä.

Median muuttuva toimijakenttä

Sähköisen median kenttä on viime vuosina kokenut suuria muutoksia, jotka osaltaan kytkeytyvät alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan toimintaedellytyksiin. Mediakentän murros näkyy konkreettisesti mediatoimintaa harjoittavien tuotanto- ja jakeluorganisaatioiden toimijakentän hajaantumisessa: perinteisten joukkoviestimien (radio, televisio, sanomalehti) rinnalle on muodostunut uusia teknologioita hyödyntävä verkko- ja mobiilitoimijoiden kenttä.

Mediakentän murros on tuonut kentälle täysin uusia toimijoita ja muokannut perinteisten toimijoiden välisiä suhteita. Perinteisten joukkoviestinnän sisältöjä tuottavien mediayhtiöiden rinnalle mediakentän toimijoiksi ovat nousseet esimerkiksi teleoperaattorit ja internetiin sisältöjä tuottavat toimijat. Perinteisten joukkoviestimien ja uutta teknologiaa hyödyntävien toimijoiden rinnakkaisuus on osittain vahvistanut, osittain liudentanut välineiden raja-aitoja: tämän hetken mediaympäristö edellyttää toimijoiltaan yhtäältä omaleimaisen, kullekin välineelle ominaisen ilmaisun kehittämistä. Toisaalta mediaympäristö suuntaa toimijoita monimediaiseen toimintaan, jossa samat toimijat tuottavat sisältöjä useaan eri välineeseen.

Media-alan toimijakenttä on murroksessa, sillä internetiä pidetään yleisesti kasvumahdollisuutena, johon kannattaa investoida. Niinpä niin perinteisen printtimedian kuin televisionkin toimijat ovat päätyneet tuottamaan erilaisia rinnakkaispalveluja ja sisältöjä netissä. Internet muuttaa toimijoiden oman toimintaulottuvuuden lisäksi myös kilpailuympäristöä – muiden sisällöntuottajien lisäksi esimerkiksi tele- ja viestintäoperaattorit ovat keskeisessä asemassa paketoijina ja liittymien tarjoajina. Myös muut internet-toimijat voivat helposti tarjota

kilpailukykyisiä jakelukanavia mediasisällöille ja hyödyntää jo olemassa olevia omia asiakaskuntiaan.

Internetin kehitys muuttanee myös television rahoitusmalleja. Vaikka televisiomainonta on Suomessa vielä ollut kasvusuunnassa, mahdollistaa internet televisiota tai lehtiä tarkemmin kohdennetun mainonnan paljon pienemmillä kustannuksilla. Internetmainonta on myös kasvussa, mutta sen rahavirtojen tilastoimiseksi ei vielä ole olemassa kovin käytännöllisiä välineitä. Mainonnan suunnittelussa television ja internetin yhdistämisen hyödyt ovat selkeitä ja läsnä kentän käytännöissä (esim. AIDA-mallin pilkkominen television ja internetin kesken). Internet-mainonnan kasvun voi myös olettaa olevan tulevaisuudessa melkoista. Televisiotoiminnan ja varsinkin sen kotimaisen rahoituksen kannalta on tärkeää saavuttaa hyvä asema sisältöpalvelujen tarjoajana myös internetissä. Tämä voi tapahtua esimerkiksi tarjoamalla kilpailukykyistä kotimaista sisältöä tai liittoutumalla kansainvälisten palveluntarjoajien kanssa.

Media-alan toimijakentän laajeneminen on johtanut kilpailutilanteen muutokseen. Suomalaisessa televisio- ja radiotoiminnassa perinteisesti vahva Yleisradio on saanut rinnalleen entistä enemmän kaupallisia toimijoita entistä useammalta toimialalta. Kaupallisten toimijoiden kenttä puolestaan on laajentunut perinteisestä mainosrahoitteisesta televisiotoiminnasta katsojarahoitteiseen maksutelevisioon. Käyttäjärahoitteisuus on liiketaloudellinen malli, jonka osuutta erityisesti mediakentän uudet toimijat tulevat kasvattamaan entisestään.

KUVA 1. Media-alan toimijakenttä



Muuttuva media-alan toimijakenttä nostaa teknologiat televisiotoimialasta käydyin keskustelun keskiöön. Ulkomaisia televisiosisältöjä on nykyteknologian avulla helppo tarjota. Myös kansainväliset toimijat voivat digitalisoinnin myös yhä helpommin tarjota lokalisoituja versioita kanavistaan esimerkiksi maksutelevisiiona. Vastaavasti paikalliset toimijat voivat hyödyntää kansainvälistä sisällöntuotantoa – paikallinen toimija voi ostaa kokonaisia kanavia ja lokalisoida niiden sisältöjä. Tätä kautta

teknologinen kehitys helpottaa varsinkin yhteisöllisten teemakanavien saamista Suomen kaltaisille pienille markkina-alueille.

Television jakelujärjestelmä Suomessa eroaa varsin paljon muualla Euroopassa toteutetusta jakelusta. Perinteisen television osalta vaihtoehtoja ovat terrestriaalijakelu, kaapelijakelu, satelliittijakelu tai IPTV kuin taas uudet toimijat rakentavat toimintansa verkkoon ja tulevaisuuden visioissa myös mobiiliin. Myös perinteisten medioiden kiinnostus verkkoa ja mobiilia kohtaan on viime aikoina nopeasti kasvanut nopeasti. Esimerkiksi MTV3 on panostanut voimakkaasti internetiin. Sivusto on koottu sekä ohjelmatoimintaa syventävistä ja täydentävistä palveluista että palveluista, joilla on aika vähän tekemistä perinteisen televisiotoiminnan kanssa. Yleisradio puolestaan on kerännyt verkkosivuilleen niin ajankohtaista kuin arkistomateriaalia, jota voi katsoa lähetyksajoista ja vastaanottopaikoista riippumatta. Lähitulevaisuudessa Yleisradio laajentaa myös internetiin sijoitettua alueellista palvelua tuomalla sivustoille maakuntaradiot, alueellisen uutispalvelun sekä liikkuvaa kuvaa erilaisten videoleikkeiden muodossa.

Maanpäällisellä, terrestriaalijakelulla on kuitenkin edelleen Suomessa huomattavan vahva asema; lähes 45 % suomalaisista kotitalouksissa vastaanottaa televisio-ohjelmia ensisijaisesti maanpäällistä jakelukanavaa käyttäen. Jakelujärjestelmänä kaapeli puolestaan on ensisijainen taajamissa.

Suomen telejärjestelmä poikkeaa eurooppalaisista järjestelmistä vahvan ja historiallisen yksityisen telesektorinsa ansiosta. Paikalliset puhelinyhtiöt ovat hallinneet markkinoita paikallisten kaapelitelevisioverkkojen kautta. Muualla Euroopassa telemarkkinat olivat valtiollisten monopolioiden hallinnassa ja kaapelitelevisiotoiminta kehittyi teletoinnasta erillisenä.

Suomessa teleyhtiöt pystyivät suhteellisen vähillä investoinneilla hyödyntämään olemassa olevaa infrastruktuuria uudella liiketoiminta-alueella tarjoamalla laajakaistaliittymiä. Kaapelitelevisioiden pysyminen pääosin alueellisten teleyhtiöiden hallussa tarkoittaa myös sitä, että IPTV ja kaapelitelevisio tullevat pysymään toisiaan täydentävinä palveluina.

Kuva 2. Suomalaiset TV-toimijat

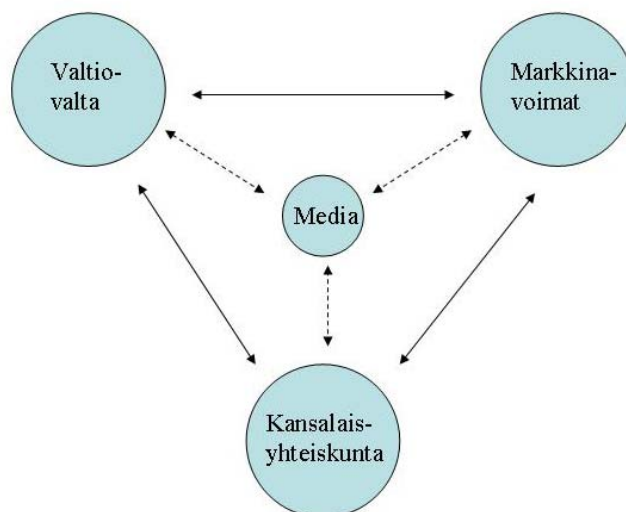
| | Kanavat ja sisältötoimiluvat | Jakelu- ja verkkotoimiluvat | Myynti ja asiakashallinta |
|--|--|--|---|
| Valtakunnallinen terrestrialaali FTA | <ul style="list-style-type: none"> • YLE • MTV Oy / Bonnier • Swelcom / SanomatWSOY • SBS Communication • SVT | Digita Oy | |
| Valtakunnallinen terrestrialaali-maksutelevisio | <ul style="list-style-type: none"> • MTV Oy / Bonnier • ProSiebenSat • Swelcom / SanomaWSOY • MTV Networks Europé • The Walt Disney Company • Discovery Communications • Eurosport SA | | <ul style="list-style-type: none"> • PlusTV • Canal Digital Finland / Telenor |
| Alueellinen terrestrialaali | <ul style="list-style-type: none"> • Vaasan läänin Puhelin Oy (VLP) | VLP | |
| Kaapeli | <ul style="list-style-type: none"> • Terrestrialaali-FTA –toimijat • MTV Oy / Bonnier • ProSiebenSat • Viasat / MTG • Main cable operators | <ul style="list-style-type: none"> • Welho / SanomaWSOY • TeliaSonera • Elisa • DNA • Finnet-yhtiöt (~ 30) • Muut kaapeli-TV –yhtiöt (< 10) | |
| Satellitti | <ul style="list-style-type: none"> • Terrestrialaali-FTA –toimijat • Canal Digital • Viasat / MTG | <ul style="list-style-type: none"> • Telenor • MTG | <ul style="list-style-type: none"> • Canal Digital • Viasat |
| IPTV | <ul style="list-style-type: none"> • Terrestrialaali FTA toimijat • MTV Oy / Bonnier • ProSiebenSat • Viasat /MTG • Suurimmat teleyhtiöt | <ul style="list-style-type: none"> • Welho / SanomaWSOY • TeliaSonera • Elisa • DNA • Finnet-yhtiöt • MaxiSat • Others (< 10) | |

Mediakentän taloudellisten ja teknologisten muutosten myötä myös median rooli yhteiskunnassa on muutostilassa. Kaupallisten toimijoiden lisääntymisen ja omistuksen keskittymisen on osoitettu johtavan sisältöjen yhdenmukaistumiseen ja valtavirtaistumiseen. Suomalaisessa mediakentässä vahvan julkisen palvelun Yleisradion rooliksi tässä kehityksessä on nähty tarjonnan monipuolisuuden varmistaminen.

Mediakentässä tapahtuneet muutokset ovat herättäneet julkista keskustelua myös muun muassa Yleisradion lupamaksupolitiikan perusteista. Tässä keskustelussa tasapainoilee kaksi näkemystä median ja kuluttajan sekä median ja yhteiskunnan keskinäisistä rooleista: yhtäältä painotetaan kuluttajan oikeutta valita itse katsomansa ohjelmasisällöt ja maksaa ainoastaan niistä. Kaupallinen niche-ajattelu on johtanut maksutelevision suhteellisen voimakkaaseen kasvuun ja siihen, että katsojat voivat räätälöidä television ohjelmatarjonnasta itseään kiinnostavia kanavakokonaisuuksia! Toisaalta suomalaisessa mediakentässä on korostettu julkisen palvelun roolia monipuolisten, kaikki kansalaisryhmät ja esimerkiksi etniset ja kielivähemmistöt huomioon ottavien mediasisältöjen tarjoajana. Mediakenttä toimiikin valtiovallan

sääntelyn, markkinavoimien toimintalogiikoiden ja kansalaisyhteiskunnan ihanteiden muodostamassa voimakentässä.

KUVA 3. Valtiovallan, markkinavoimien, kansalaisyhteiskunnan ja median suhteet. (Lähde: Nieminen & Nordenstreng 2003, *Sananvapaus ja viestintäpolitiikka*, s. 254. Teoksessa *Suomen mediamaisema*)



Demokratian ihannemallissa media toimii kanavana, jossa kansalaiset ja valtiovalta voivat käydä julkista ja avointa keskustelua. Alkuvuodesta 2008 Suomessa toteutettu televisioverkon digitalisointia perusteltiin alun alkaen juuri demokratiaan vedoten; siihen liittyvissä keskusteluissa nostettiin julkisuuteen rahoitukseen ja teknologiaan liittyvien teemojen lisäksi sisällöllisen odotuksen lisääntyvästä vuorovaikutuksesta kansalaisten ja median välillä.

Käytännössä digitaalinen televisio on lisännyt televisiokanavien määrää, mutta yleisövuorovaikutus ei ole toivotusti toteutunut. Alun alkaen televisioverkon digitalisointiin kytketty odotus sosiaalisesta ja vuorovaikutuksellisesta mediasisällöstä rakentuu muuttuvassa mediakentässä entistä selkeämmin verkkoympäristöön. Vuorovaikutteisuus on leimallisesti verkon omimpia alueita. Muuttuvassa mediakentässä myös suuri osa perinteistä mediaa on alkanut hyödyntää verkon mahdollisuuksia osana toimintaansa. Myös mediankäyttäjät ovat omaksuneet verkon osaksi mediankäyttörutiinejaan.

Muuttuva mediakulttuuri

Mediakulttuurilla tarkoitetaan pääasiassa kansalaisten mediankäyttöön liittyviä tapoja ja rutiineja. Kansalaisten mediankäyttö kytkeytyy mediasisältöihin ja käytössä oleviin mediateknologioihin. Keskeistä mediakulttuurissa on median muotojen ja sisältöjen vakiintuminen osaksi ihmisten arkea.

Käyttäjän näkökulmasta merkittävää on esimerkiksi mediakentän muutoksista seurannut tarjonnan lisääntyminen. Pelkästään perinteisen television kanavamäärät ovat televisiojärjestelmän digitalisoinnin myötä kasvaneet ja kun tarjontaan lisätään internetin tarjoama sisältö, on käyttäjän valinnanvara lähes rajaton. Saman kehityksen seurauksena mediayleisöt ovat pirstaloituneet ja kahden identtisen mediankäyttörutiinin löytäminen on muuttunut jotakuinkin mahdottomaksi. Mediatuotanto vahvistaa yleisöjen segmentoitumisen trendiä kohdentamalla tuotteensa entistä tarkemmin rajatuille kohderyhmille. Nykyisessä mediakulttuurissa mediankäyttäjä on siis yhä useampien valintojen edessä. Mediatuottajat puolestaan pyrkivät rakentamaan sisältöjä ja konsepteja, joilla media saadaan osaksi ihmisten arkirutiineja.

Perinteiset mediayhtiöt saattavat muuttuvassa kilpailutilanteessa kärsiä varsinkin sellaisten mediasisältöjen tuottamisessa, joiden suhteen kuluttajat eivät ole sitoutuneita. Yleisön näkökulmasta on esimerkiksi sama, kuka tuottaa uutiset, mutta elokuvien tai viihdeohjelmien tuottajalla sen sijaan on väliä ja niiden osalta perinteisten sisällöntuottajaorganisaatioiden asema on saattanut jopa vahvistua.

Kun median kulutus siirtyy yhä selkeämmin internetiin, siirtyvät toimijat kansainvälisen kilpailun alueelle. Esimerkiksi musiikkibisneksessä tämä näkyy hyvin – Applen iTunes-palvelu lienee alan käytetyimpiä. Apple on myös lanseerannut Apple tv-palvelun Yhdysvalloissa, jonka kasvuodotukset ovat suuria. Perinteisen television kulutus netissä on vielä vähäistä, mutta oletettavissa on globaaleja sisältöpalveluja, jotka tavoittelevat suoraan kuluttajia.

Uudet teknologiat ovat muuttaneet myös kuluttajien suhdetta mediatuotantoon. Erityisesti verkko tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden omaan sisällöntuotantoon; niin sanottu ugc –tuotanto eli käyttäjien tuottama sisältö on noussut joidenkin verkkosivustojen keskeiseksi sisällöksi. Samanaikaisesti myös perinteinen joukkoviestintä on alkanut entistä enemmän hyödyntää kansalaisten tuottamaa materiaalia joko välillisesti nostamalla journalistisiin teksteihin kansalaisten verkkokeskusteluja tai julkaisemalla ohikulkijoiden kännykkäkuvia esimerkiksi onnettomuustilanteista.

Mediatuotannon monikanavaisuus on lisännyt myös on demand –perusteista mediankäyttöä; kuluttaja ei ole enää perinteisen televisio- tai radiotarjonnan ohjelmakarttojen varassa vaan voi esimerkiksi joidenkin televisiokanavien verkkosivustoilta seurata haluamaansa ohjelmaa haluamanaan aikana. Uusi teknologia yhtäältä mahdollistaa mediankäytön joustavuuden, mutta toisaalta edellyttää käyttäjiltään niin taloudellisia kuin osaamiseen liittyviä resursseja. Uusi mediakulttuuri saattaa siis myös asettaa mediankäyttäjät aiempaa eriarvoisempaan asemaan keskenään.

Mediakentän ja mediakulttuurin murroksen kehityssuunnat ovat yhtäältä johtaneet rajattujen osayleisöjen rakentamiseen ja toisaalta ainakin jossain määrin lisänneet käyttäjien osallisuutta tuotantoihin. Mediakulttuuri on kallistunut kohti mobiileja, vuorovaikutteisia ja sosiaalisia sisältöjä tarjoavia teknologioita. Näiden kehityskulkujen voisi ajatella nivoutuvan myös alueellisen ja yhteisöllisen television toimintamalleihin.

Suomalaisessa mediakulttuurissa erityisesti yhteisöllisyys toteutuu tällä hetkellä perinteistä mediaa paremmin tietoverkossa toimivan sosiaalisen median foorumeilla, esimerkiksi keskustelupalstoilla ja blogeissa ja erilaisissa verkkoyhteisöissä. Oletettavasti paikallisen ja yhteisötelevisiion synergia- ja konvergenssimahdollisuudet näiden mediakulttuurimuotojen kanssa ovat merkittäviä, mikäli toiminta muuten nähdään mahdollisena.

1.2 Lyhyt katsaus tehtyyn tutkimukseen Suomessa ja muualla

Suuri osa Suomessa viime aikoina julkaistuista televisiotoimintaa koskevista tutkimuksista ja selvityksistä kytkeytyy television jakelujärjestelmän digitalisointiin. Jakelujärjestelmän muutoksen yhteydessä on keskusteltu keskeisistä televisiotoiminnan sisällöllisistä ja rakenteellisista kysymyksistä. Digi-televisioon on myös kytketty ajatus sen mahdollistamasta uudesta yhteisöllisyydestä ja toimimisesta uudenaikaisena kansalaisvaikuttamisen kanavana (Digitaalinen televisio kansalaisvaikuttamisen kanavana 2005, Kangaspunta 2006).

Suomalaisessa mediakentässä on valtiovallan taholta yhtäältä aktiivisesti tuettu julkisen palvelun yleisradiotoimintaa ja toisaalta painotettu valtiovallan osuutta laajenevan kaupallisen toiminnan turvaamisessa. Myös kansalaisaktiiviteettiin perustuva radio- ja televisiotoiminta on nähty mediatuotannon muotona, jota valtiovallan on perusteltua turvata. (Yleisradiotoiminnan strategiaselvitys 1995.)

Televisiojärjestelmän digitalisointia perusteltiin erityisesti yleisövuorovaikutuksen muotojen kehittämiseksi. Mediakentän murrokseen sisältyvä teknologinen kehitys on kuitenkin nostanut verkon keskeiseksi vuorovaikutteiseksi mediaksi. Syitä on löydetty niin mediankäyttäjien rutiineista kuin viestintäpoliittisista ratkaisuista; käyttäjät eivät ole kiinnostuneet television vuorovaikutuksellisista palveluista, joiden kehittäminenkin on jäänyt puolitiehen. Sen sijaan verkosta löytyy käyttäjien tarpeisiin ja rutiineihin soveltuvia vuorovaikutuksen malleja, esimerkiksi alustoja keskusteluille. (Näränen 2005, 137-142, ks. myös Digitaalinen televisio kansalaisvaikuttamisen kanavana 2005.)

Televisioverkon digitalisoinnin on odotettu lisäävän uusien toimijoiden kiinnostusta televisiotoimintaan niin alueellisessa kuin yhteisöllisessäkin mielessä (Digitaalinen televisio kansalaisvaikuttamisen kanavana 2005, Kangaspunta 2006). Suomalaista alueellista televisiotoimintaa ja yhteisötelevisiota leimaavat kuitenkin toiminnan käynnistämiseen ja organisointiin, teknologiaan sekä osaamisen liittyvät ongelmat. Hankkeiden sisällöllistä kehittämistä on estänyt se, että toiminnasta kiinnostuneet tahot ja toiminnan edellyttämä teknologia eivät ole kohdanneet toisiaan. Myös toimintaan tarvittavan rahoituksen järjestäminen sisällöntuotannosta kiinnostuneille tahoille on osoittautunut vaikeaksi. (Kangaspunta 2006, Kangaspunta ja Huusko 2003, Lahti & al. 2006, Tarkka & al., 2005, 58-61.)

Vireää alueellista televisiotoimintaa ja esimerkkejä toimivista yhteisötelevisioista löytyy muualta maailmasta (Cooper 2007b, The State of Community Media in the European Union 2007). Alueellista, kaapeliverkkoon perustuvaa televisiotoimintaa harjoittaa esimerkiksi Norjassa toistasataa paikallista televisiokanavaa, joiden toimintalisensseihin on kirjattu paikallisen yhteisöllisyyden sekä uskonnollisten ja

kielellisten ryhmien vahvistaminen. Etnisyyteen perustuvan yhteisöllisyyden vahvistaminen puolestaan on lyönyt leimansa esimerkiksi Alankomaiden, Britannian, Ranskan, Saksan ja Tanskan alueellisten televisiokanavien toimintaan. Osan alueellisesti toimivista televisioista voi toimintansa perusteella luokitella yhteisötelevisioksi.

Euroopassa (esimerkiksi Ruotsissa ja Tanskassa) sekä Japanissa yhteisötelevisio kytkeytyy julkiseen palveluun, kun taas Yhdysvaltoihin on vakiintunut kaupallisella periaatteella toimiva muoto. (Hederström 2004, OSI/EU Monitoring and Advocacy Program 2005, Valaskivi 2004, Cooper 2007b).

1.3 Toimeksianto ja työnjako

Tässä liikenne- ja viestintäministeriön tilaamassa tutkimuksessa selvitetään alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä suomalaisessa mediakulttuurissa. Toimilupia alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan myöntävän liikenne- ja viestintäministeriön näkökulmasta osa digitaalisen jakeluverkon kautta syntyneistä uusista jakelumahdollisuuksista tulisi suunnata alueelliseen toimintaan. Julkisessa keskustelussa on nostettu esiin myös suomalaisessa mediakentässä uutena ilmiönä pidettävä yhteisöllinen televisiotoiminta, jonka toimintamahdollisuuksia suomalaisessa mediakulttuurissa on tarkoituksenmukaista selvittää.

Tutkimuksen tilannut liikenne- ja viestintäministeriö halusi tietoa seuraavista alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksistä:

- alueellinen televisiotoiminta eri maissa – toimintamallit ja taustayhteisöt
- alueellisen televisiotoiminnan taloudelliset toimintaedellytykset eri jakeluverkoissa
- alueellisen television mahdollinen ohjelmatoiminta
- alueellinen televisio monikanavaviestinnän osana
- alueellisen televisiotoiminnan käynnistämistä kiinnostuneet yritykset ja yhteisöt
- tärkeimmät toiminnan käynnistämisongelmat

- yhteisötelevisio eri maissa – toimintamallit ja taustayhteisöt
- yhteisötelevisio kustannukset ja rahoitus
- yhteisötelevisio mahdollinen ohjelmatarjonta
- yhteisötelevisio kansalaistoiminnan osana
- yhteisötelevisiotoiminnan käynnistämistä kiinnostuneet tahot
- tärkeimmät toiminnan käynnistämisongelmat

Tutkimuksen laati Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen tutkimusinstituutti CRC (Communications Research Center). Tutkijoina toimivat viestinnän laitoksen tutkijat VTL Sanna Valtonen ja VTM Sanna Ojajärvi vastuualueinaan alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan suomalaisen nykytilan kartoittaminen sekä teemahaastatteluihin ja kyselytutkimukseen perustuva tulevaisuuden visioiden ja toimintamahdollisuuksien selvittäminen. VTM Ilkka Uronen vastasi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan valikoidusta kansainvälisen tilanteen kartoittamisesta. Hankkeen vastuullisena johtajana toimi professori Hannu Nieminen ja tutkimusavustajana valt. yo Jane Toikka. Hankkeen suunnittelusta, toteutuksesta sekä raportoinnista lukujen 1-2 sekä 5-8 osalta vastasivat Sanna Valtonen ja Sanna Ojajärvi ja lukujen 3-4 raportoinnista vastasi Ilkka Uronen.

Selvitystyö on toteutettu tietohakujen ja tutkimuskirjallisuuden sekä teemahaastattelujen ja kyselytutkimuksen avulla. Tutkimuskirjallisuuteen perustuen on selvitetty alueellisen ja yhteisöllisen television toimintamuotoja, toiminnan rahoitusta ja toiminnan lainsäädännöllisiä ehtoja sekä Suomessa että valikoiduilta osin ulkomailla. Teemahaastattelujen ja kyselytutkimuksen avulla on tuotettu tietoa toimialan konkreettisista toimintaedellytyksistä ja sekä käytännöllisistä ja sisällöllisistä toimintaideoista.

Tutkimuksen lähtökohdat

Tutkimuksen lähtökohtana on toimiluvanvaraisen alueellisen televisiotoiminnan heikko jalkautuminen suomalaiseen mediakulttuuriin. Kiinnostus alueellisen televisiotoiminnan aloittamiseen uudessa digitalisoidussa televisioverkossa oli ensimmäisellä toimilupakierroksella vastoin odotuksia varsin vähäistä, ja toimilupia myönnettiin alueelliselle televisiotoiminnalle neljä kappaletta. Tuleva toimilupakierros toteutetaan tilanteessa, jossa teknologinen kehitys, siihen liittyvä alkuinvestointihintojen lasku sekä lisääntynyt viestintäalan koulutus ovat luoneet uutta potentiaalia alueellisen televisiotoiminnan kehittämiseksi. Alueellisen television osalta tutkimuksessa selvitetään monipuolisesti sen toimintaedellytyksiä.

Uudeksi toimiluvanvaraisen televisiotoiminnan muodoksi on alueellisen televisiotoiminnan ja muun olemassa olevan televisiotarjonnan rinnalle nostettu ajatus yhteisötelevisiosta. Yhteisötelevisiotoiminta on Suomessa vasta aluillaan, ja niinpä sen toimintaedellytysten kartoittaminen edellyttää myös yhteisöllisen televisiotoiminnan taustalla vaikuttavien näkemysten selvittämistä. Yhteisöllisen television toimintaedellytysten kartoittamiseen kytketäänkin tässä tutkimuksessa ajatusten konkretisoimista edesauttava yhteisön käsitteellinen määrittely.

Toimivaa alueellista ja yhteisöllistä televisiota voi pitää osana monipuolista mediakulttuuria, jossa erilaiset näkökulmat ja intressit tulevat julkiseen keskusteluun ja jossa alueellisuuteen tai yhteisöllisyyteen perustuvia identiteettejä voidaan rakentaa ja tukea. Paikallinen televisiotoiminta lisää siis tiedontuotannon monipuolisuutta ja vahvistaa alueellista kulttuuria. Kokemuksia toimivasta alueellisesta ja yhteisöllisestä televisiosta täytyy kuitenkin hakea pääosin muualta Euroopasta, sillä suomalaiseen mediakulttuuriin paikallisuuteen tai yhteisöllisyyteen perustuva televisiotoiminta ei ole syystä tai toisesta juurtunut.

1.4 Käsitteiden määrittelyyn liittyvät ongelmat

Tässä luvussa määritellään lyhyesti alue ja yhteisö. Alueen ja yhteisön määritelmillä on seurauksensa siihen, minkälaiseksi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan voi ajatella kehittyvän. Mediakentän ja mediakulttuurin näkökulmista alueellinen ja yhteisöllinen kytkeytyvät sekä mediatuotantoon (mediajärjestelmään, talouteen, teknologioihin) että median yleisöihin (käyttötavat, rutiinit).

Alue ja alueellinen televisio

Alue määrittyy maantieteelliseksi, suhteellisen selvärajaiseksi fyysiseksi alueeksi, jonka rajoista neuvotellaan kulttuurisesti. Alue voi rakentua esimerkiksi kielellisten, taloudellisten, hallinnollisten tai kulttuuristen tekijöiden perusteella. Alue ei fyysisistä rajoistaan huolimatta ole välttämättä pysyvä; esimerkiksi Suomessa viime aikoina nopeasti edennyt pienten kuntien yhdistäminen kuntaliitoksiksi osoittaa, miten alueen fyysisiä rajoja voi hallinnollisin ja taloudellisin perustein muuttaa.

Alueellisesta näkökulmasta suomalaisessa mediakulttuurissa erityisesti maakuntalehdillä on voimakas rooli alueellisena mediana, mutta myös paikallisradiot ja alueelliset televisiolähetykset ovat nojanneet yleisöjen määrittelyissä selkeärajaisiin maantieteellisiin alueisiin. Liiketaloudellisesta näkökulmasta alueellinen media pyrkii mahdollisimman kattavaan peittoon kohdealueen rajojen sisällä.

Alueellisesta televisiotoiminnasta on Suomessa käytännön kokemuksia muutaman vuosikymmenen ajalta. Toimintamalleja alueelliselle televisiolle on siis olemassa. Alueellisella televisiotoiminnalla on viitattu paikalliseen yleensä journalistisesti toimitettuun ohjelmatuotantoon, jota voidaan jakaa useissa erilaisissa jakeluverkoissa ja joka voi toimia kaupallisin tai ei-kaupallisin perustein (ks. esim. Sirkkunen 2004, Salovaara-Moring 2004, Jauert & Prehn 2001, Jauert 2005).

Yhteisö ja yhteisöllinen televisio

Yhteisö rakentuu joukosta ihmisiä, joilla on esimerkiksi samankaltaisia intressejä tai joiden toiminnalla on yhteinen päämäärä. Yhteisöllisyys voi rakentua esimerkiksi taloudelliselle, aatteelliselle, kielelliselle ja kulttuuriselle perustalle. Myös esimerkiksi harrastukset ja elämäntavat rakentavat yhteisöllisyyttä. Alueellisuus ja yhteisöllisyys eivät ole toisensa poissulkevia käsitteitä; myös alueellisuus muodostaa sekä konkreettisen että kuvitteellisen yhteisön (Kangaspunta 2006, Kunelius 2003).

Toimijoita yhdistävän näkemyksen mukaan luonteva toimintaympäristö yhteisölliselle televisiolle on verkko, jossa yhdistyvät yhteisöllisyyden edellyttämä vuorovaikutuksellisuus, mahdollisuus monenlaisiin organisatorisiin yhteistyömuotoihin sekä pienehköt investointikustannukset. Tulevaisuuden yhteisöllistä televisiotoimintaa kaavaillaan myös mobiiliin.

Mediakulttuuriin ja -tuotantoon liittyvät käsitykset yhteisöstä aukeavat kahteen suuntaan niin akateemisessa tutkimuksessa kuin kentän toimijoiden diskursseissa. Akateemisessa kulttuurintutkimuksessa yhteisö – termin määritelmät ovat lähestulkoon liian moninaiset – yhteisöllä on mahdollista viitata paikallisiin,

alueellisiin, kansallisiin, globaaleihin, kuvitteellisiin ja materiaalisiin intressien tai merkitysten yhteisyyksiin. Yhteisön käsite liitetään näissä teorioissa sekä elämäntapaan, tyyliin, identiteetteihin että poliittiseen yhteisöllisyyteen ja kansalaisyhteiskunnan ja demokratian yhteyksiin.

Yhteisötelevisiolla (community television) on kuitenkin viitattu melko kapeasti yhteisöjen (järjestöt, kansalaisryhmät, kolmas sektori, vapaat taiteen, teknologian tms. alakulttuuriset ryhmät) omaan televisioimintaan.

Televisioiminnan kentällä laajempi määritelmä elää kaupallisten mediayhtiöiden segmentointia ja kohde-yleisöajattelua korostavissa diskursseissa. Näissä yhteisöllä viitataan kulutustottumusten yhtäläisyyteen - yleisöjen segmentoituminen edellyttää entistä selkeämpää tietoa osa- tai kohdeyleisöjen iästä, elämäntavasta, tyylistä ja muista kulutuksellista ja kaupallista yhteisöllisyyttä rakentavista seikoista. Tällainen käsitys yhteisöllisyydestä näkyy esimerkiksi niche-kanavien nousuna, formaattimediaina, entistä tiukemmin kohderyhmilleen markkinoituna elämäntapalehtinä yms.

Toisaalta yhteisöllä viitataan toimijakentällä kapeampaan, community television - tradition yhteisöllisyyteen: ei-kaupallisiin, demokratiaa tukeviin kansalaisyhteisöihin, joiden toimintapotentiaalia yhteisöllisen median nähdään edistävän. Yhteisötelevisio onkin muualla maailmassa rakentunut vaihtoehdoksi niin julkisen palvelun televisioiminnalle kuin kaupalliselle televisiotuotannolle (Kangaspunta 2005, 10).

Demokratiaihanteen mukaisesti toimivan yhteisötelevisiomallin perustavana ideana on saada kansalaisten ja kansalaisryhmien äänet kuuluviin mediassa. Demokratiamallin mukaiseen yhteisötelevisio ajatukseen on liitetty olennaisesti ajatus kaikkien yhteisöön kuuluvien mahdollisuus tuottaa ohjelmia. Vuorovaikutusta painottavaan määritelmään on kirjoitettu sisään myös oletus niin sanotun kansalaisjournalismin toteutumisesta yhteisötelevisiossa. Yhteisötelevisiota tässä mielessä ei ole toimiluvanvaraisesti suomalaisessa televisiokentässä toistaiseksi aloitettu. Demokratialähtöiset ajatukset yhteisötelevisiosta onkin visioitu pääsääntöisesti verkkoympäristössä toteutuviksi. (Kangaspunta 2006, Tarkka & al. 2005.)

Yhteisöllinen televisioiminta on usein ajateltu lähtökohtaisesti ei-kaupalliseksi toiminnaksi ja keskiöön on nostettu ajatus alhaalta ylös ja yleisön kesken suuntautuvasta viestinnästä (Kangaspunta 2005, 257-258). Samanaikaisesti mediakulttuuriin on rakentunut toisensuuntainen, kaupallinen ajatus mediankäyttäjien yhteisöistä, jotka vaikkapa kerääntyvät verkkoon kommentoimaan reaaliajassa draamasarjan tai keskusteluohjelman sisältöjä tai muodostavat omia fanisivustojaan jonkin mediatuotteen tai -ilmiön ympärille (Nikunen 2005).

Yhteisöjen rakentuminen jonkin yhdistävän piirteen (ikä, elämäntapa, tyyli, kieli, uskonto, etninen tausta jne.) ympärille ei vielä rajaa sitä, miten mediatuotanto ja yhteisöllisyys kytkeytyvät toisiinsa. Yhteisöllistä mediaa edustaa yhtä lailla satelliitin välityksellä ympäri maailmaa jaettava Al Jazeera kuin skeittaavia nuoria ympärilleen keräävä verkon kautta seurattava Bassomedia tai avoimena kaupunkikanavana yhteisöjä ympärilleen keräävä M2HZ. Muuttuvassa mediakentässä ja mediakulttuurissa ne kaikki muodostavat mahdollisia yhteisöllisen television

toimintamalleja, jotka sitouttavat yhteisöjä toimintaansa erilaisen perustein ja toisistaan eroavin keinoin.

Yhteisöllisen ja alueellisen television rajanvetoa käydään kaapeliverkossa ja nettitelevisiolla näkyvällä DINA-kanavalla, joka on toteutettu koulutusyhteistyönä sisällöntuotantoon keskittyneen ammattikorkeakoulu Arcadan kanssa.

Suomalainen yhteisötelevisio perinteisen median foorumeilla on vielä kehittelyvaiheessa. Avoin kanava eli kansalaistelevisio on yksi muualla Euroopassa toimivan yhteisötelevisioiden keskeisistä muodoista, ja Suomesta poiketen useissa maissa tämänkaltaisen yhteisötelevisioiden tarjoaminen kansalaisille onkin edellytys televisiotoimiluvan saamiselle. Suomessa alueelliseen televisiotoimiluvan ehdot ovat olleet hyvin väljät eikä siihen ole ainakaan toistaiseksi kytketty yhteisölliseen televisiotoimintaan liittyviä ehtoja. Suomalainen viestintäpolitiikka voikin olla mediakentän ja mediakulttuurin ohella yksi selitys sille, että yhteisöllinen televisio vasta hakee muotoaan.

1.5 Raportin eteneminen

Raportissa kartoitetaan alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaehtoja ja haetaan toimintamalleja, joille löytyy toimintaedellytyksiä suomalaisessa mediakentässä ja mediakulttuurissa.

Alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä kartoitetaan tutkimuskirjallisuuden sekä teemahaastatteluista ja kyselytutkimuksesta kerätyn tiedon avulla. Toimintaedellytyksiä jäsennetään seuraavien toimintaan vaikuttavien rakenteiden suunnasta:

- rahoitusmallit/taustaorganisaatiot
- teknologiat ja jakelualustat
- lainsäädäntö
- kulttuuriset ehdot - esimerkiksi maantieteelliset, etniset, uskonnolliset tai yhteisölliset toimintaedellytykset alueelliselle ja yhteisölliselle televisiotoiminnalle sekä vallitseva mediakulttuuri – keskeisenä käyttäjien tottumukset niin teknologioiden kuin sisältöjenkin suhteen

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan toimintaedellytyksen rakentuvat edellä mainittujen rakenteiden yhteisvaikutuksesta. Raportissa on neljä pääosaa:

- 1) alueellisen ja yhteisöllisen television suomalaiset erityispiirteet (katsaus historiaan ja nykytilanteeseen)
- 2) alueellinen ja yhteisöllinen televisio valikoiduissa Euroopan maissa
- 3) alueellisen ja yhteisöllisen television tulevaisuus entisten, nykyisten ja potentiaalisten toimijoiden ja asiantuntijoiden näkökulmasta
- 4) johtopäätökset ja toimintasuositukset: alueellisen ja yhteisöllisen television kulttuuriset reunaehdot ja toimintaedellytykset suomalaisessa mediakulttuurissa

Lyhyen alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan suomalaista nykytilaa luotaavan katsauksen jälkeen raportissa kartoitetaan kansainvälistä kenttää. Kansainvälinen kartoitus avaa käsityksiä siitä, minkälaiset toimintaedellytykset ovat muulla luoneet pohjaa alueelliselle ja yhteisölliselle televisiotoiminnalle. Tätä vertailuaineistoa käytetään taustana suomalaisen alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytysten ymmärtämiselle. Varsinaiset toimintasuositukset perustuvat kuitenkin pääosin suomalaisen toimijakentän haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa tarjoamaan itseanalyysiin ja visioihin ja näiden tutkijaluentaan.

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan vahvuuksia selvitetään erityisesti Norjan, Tanskan, Hollannin, Yhdysvaltojen ja Britannian osalta. Näissä maissa on toimivaa alueellista televisiotoimintaa, jonka toimintaehdot ovat kuitenkin keskenään hyvin erilaisia. Yhdysvalloissa kaupallisilta kaapelikanavilta on edellytetty paikallisen toiminnan ehtona open acces- tyyppisten kansankanavien järjestämistä, Tanskassa alueellinen televisio on osin julkisrahoitteinen. Norjassa alueellisen television toiminnan ehdot liittyvät pitkälti maantieteellisiin, teknologisiin ja kulttuurisiin tekijöihin ja Britanniassa televisiotoiminta on näiltäkin osin pitkälti kaupallista. Näiden maiden alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan muotojen, toimijoiden, ongelmien ja vahvuuksien selvittäminen auttaa jäsentämään ja ennakoimaan suomalaisen kentän toimijoiden mahdollisuuksia ja mahdollisia haasteita.

Raportin pääpaino on suomalaisten televisiotoiminnan keskeisten toimijoiden haastattelujen ja kyselytutkimuksen tulosten tulkinnoissa. Tutkimuksen kuluessa tehdyt neljäkymmentäkaksi teemahaastattelua sekä verkon välityksellä 699 toimijalle lähetetty kyselylomake tekevät mahdolliseksi suomalaisen alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kentän ajantasaisen kartoittamisen.

Teemahaastatteluihin ja kyselytutkimukseen valikoitiin entisiä, nykyisiä ja mahdollisia alueellisen ja yhteisöllisen televisioalan toimijoita, valtakunnallista televisiotoimintaa harjoittavia toimijoita, alan koulutuksesta vastaavia toimijoita sekä televisiotoiminnan ja mediakentän asiantuntijoita. Tuloksena esitetään näiden keskeisten toimijoiden näkemyksiä alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan edellytyksistä Suomessa. Raportissa nostetaan esiin myös syitä, jotka ovat johtaneet jo aloitetusta toiminnasta vetäytymiseen tai vähäiseen kiinnostukseen toiminnan aloittamiseksi. Olemme haarukoineet myös mahdollisia uusia toimijoita ja toimintaideoita sekä alueellisen että yhteisöllisen televisiotoiminnan osalta.

Yhteenvedona pureudutaan alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan taloudellisiin, teknologisiin, mediakulttuurisiin ja yhteiskunnan sääntelyyn liittyviin haasteisiin. Suomalaisen televisiotoiminnan lähihistorian, kansainvälisen vertailuaineiston sekä kyselytutkimuksen ja toimijoiden haastattelujen perusteella listataan toimivia malleja ja pyritään luomaan kattava kuvan menestyksellisen alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan eritasoisista ehdoista eri konteksteissa. Aineistoihin tukeutuen vedetään johtopäätöksiä siitä, minkälaisten edellytysten vallitessa alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta on Suomessa mahdollista ja kannattavaa.

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan edellytyksiä koskevissa johtopäätöksiä ja ehdotuksia tehdessä otetaan huomioon kansainvälistyvän mediakentän ohella mediakentän murroksen ja mediakulttuurin suomalaiset erityispiirteet.

2. Alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta Suomessa

Suomalainen alueellinen media on yhtä aikaa vahva ja heikko. Alueellisella printtimedialla on vahvat historialliset ja kulttuuriset perinteet ja alueellinen/paikallinen radiotoimintakin on hitaasti käynnistynyt 1980-luvulta lähtien. Alueellinen televisiotoiminta sen sijaan on Suomessa vähäistä. Yhteisöllinen media on lapsenkengissään kaikilla alueilla. Tässä luvussa tarkastellaan lyhyesti molempien historiaa ja nykytilannetta.

2.1 Televisiojärjestelmä ja lainsäädäntö

Suomalainen televisiojärjestelmä rakentuu vahvasta julkisen palvelun televisiosta sekä kaiken aikaa lisääntyvästä kaupallisesta ja maksutelevisiosta. Keskeinen kahtiajako suomalaisessa sähköisessä mediassa on vallinnut julkisrahoitteisen julkisen palvelun Yleisradion ja kaupallisesti rahoitetun mediatarjonnan välillä. Kahtiajako konkretisoitui, kun mainosrahoitteinen MTV3 sai ensimmäisenä kaupallisena televisiokanavana oman toimiluvan vuonna 1993 ja muodosti Yleisradion kanavien rinnalle oman toisenlaisin perustein toimivan kanavansa suomalaiseen televisiokenttään. Samaan kehityskulkuun, taloudellisesti ja sisällöllisesti vapaan median kehittämiseen, kytkeytyy kaupallisen paikallisradio- ja paikallistelevisiotoiminnan aloittaminen 1980-luvulla. Viime vuosina kaupallinen mediakenttä on vielä jakautunut kahteen suuntaan, kun mainosrahoitteinen televisio on saanut rinnalleen nopeasti kasvavan käyttäjärahoitteisen maksutelevision. (Nordenstreng & Wiio 2003, 231-232, ks. myös Television kehitysnäkymät Suomessa –raportti 2008, 110-114)

Kaupallinen paikallistelevisiotoiminta aloitettiin Suomessa 1980-luvulla, kun kaapeliverkossa toimivat suurten sanomalehtiyhtiöiden omistamat PTV-kanavat lähettivät jonkin aikaa sekä valtakunnallista että paikallista ohjelmaa. Lopulta PTV haki kuitenkin toimilupaa valtakunnalliseen terrestriaalijakeluun ja muuttui valtakunnalliseksi Neloseksi vuonna 1997. Kehityskulku kuvaa suomalaista mediakenttää, jossa terrestriaalijakelulla on suhteellisen vahva asema ja jossa alueellinen televisio ei ole suhteellisen väljistä toimilupaperusteista huolimatta käynnistynyt kuin muutamalla paikkakunnalla. Alueellista toimilupaa koskevat radio- ja televisiolaissa määritellyt ehdot tällä hetkellä toimivien alueellisten kanavien ohjelmiston osalta rajoittuvat vaatimukseen eri väestöryhmien huomioimisesta ja ohjelmiston paikallisuuteen. Esimerkiksi ohjelmien laatuun ei ole kohdistettu samankaltaisia vaatimuksia kuin valtakunnallisesti lähetetyn ohjelmiston kohdalla.

Toimiluvanvarainen televisiotoiminta sekä alueellisella että valtakunnallisella tasolla on tähän saakka ollut suomalaisen mediakenttään vakiintunut käytäntö. Suomalaisena erityispiirteenä voi pitää terrestriaalijakelun vahvaa asemaa, jota lainsäädäntö on toimillaan, esimerkiksi kaupallisen toiminnan sallimisella, tukenut ja jonka seurauksena satelliittivastaanotto on Suomessa merkitykseltään vähäistä. Terrestriaalia koskevalla päätöksenteolla nähdäänkin olevan keskeinen merkitys suomalaisen televisiotoiminnan tulevaisuutta muodostettaessa (Television kehitysnäkymät Suomessa –raportti 2008, 97-98).

Televisiotoimintaa säätelevillä viranomaisilla on merkittävä rooli suomalaisen televisiotoimialan tulevaisuuden kannalta. Erityisesti televisiotoiminnan toimilupakäytännöt ja taajuuksien jakeluun liittyvät ehdot ovat viranomaistahon tapoja vaikuttaa televisiotoimialaan. Sähköistä mediaa sääntelevät ja ainakin välillisesti alueellista ja yhteisöllistä mediakenttää muovaavat laki Yleisradio Oy:stä (1380/1993), laki televisio- ja radiotoiminnasta (744/1998), laki valtion televisio- ja radorahastosta (745/1998) sekä Valtioneuvoston asetus televisiomaksuista (718/2007). Lisäksi televisio- ja radio-ohjelmien jakelua joukkoviestintäverkossa sääntelee viestintämarkkinalaki (393/2003), joka määrittää verkkopalvelun tarjontaa maanpäällisessä joukkoviestintäverkossa koskevan toimiluvan.

Televisio- tai radiotoiminnan harjoittamiseen maanpäällisessä televisio- ja radioverkossa vaaditaan siis ohjelmistolupa, joka antaa oikeuden lähettää tai pitää tarjolla ohjelmistoja (laki televisio- ja radiotoiminnasta [744/1998](#)). Lain 9 §:n nojalla toimiluvan julistaa haettavaksi ja myöntää valtioneuvosto.

Sähköisen median säädökset

- Laki Yleisradio Oy:stä 1380/1993
 - Vapauttaa YLE:n toimiluvista
 - Asettaa julkisen palvelun velvoitteen ja määrittää julkisen palvelun käsitteen
 - Määrittää YLE:n rahoituksen
- Laki televisio- ja radiotoiminnasta 744/1998
 - Määrittää toimilupia edellyttävät televisiotoiminnat ja toimilupiin (sisältötoimiluvat) liittyvät velvoitteet
- Laki valtion televisio- ja radorahastosta 745/1998
 - YLE:n rahoituksen kerääminen
- Valtioneuvoston asetus televisiomaksuista 1.1.2008 alkaen 718/2007
 - Määrittää voimassaolevan tv-luvan hinnan

Televisio- ja radio-ohjelmien jakelua joukkoviestintäverkoissa koskevat säädökset

- Viestintämarkkinalaki 393/2003
 - Määrittää toimiluvan, joka koskee verkkopalvelun tarjontaa maanpäällisessä joukkoviestintäverkossa (verkkotoimilupa)
 - Asettaa velvollisuuden välittää YLE:n ja sisältötoimilupien haltijoiden ohjelmistot terrestriäli- ja kaapeliverkossa

2.2. Alueellisen television nykytilanne

Alueellista televisiotoimintaa Suomessa ovat harjoittaneet niin paikallisesti toimivat yksityiset, kaupalliset toimijat kuin valtakunnalliset toimijat, mainosrahoitteinen MTV3 sekä julkisen palvelun Yleisradio, joka käynnisti alueellisten televisioutisten kokeilulähetykset vuonna 2000 Jyväskylässä, Oulussa ja Turussa. Sittemmin Yleisradion alueellinen televisiotoiminta on laajentunut koko maahan. Televisiotoiminnan vahvuutena onkin nähty yhtäältä sen suuntautuminen alueellisen jakeluun ja toisaalta sen valtakunnallinen saavutettavuus. Alueellinen televisio Suomessa ei kuitenkaan ole yhtä vahva osa kansallista mediakulttuuria kuin esimerkiksi Hollannissa, Norjassa tai Britanniassa.

Myös nihkeästi käynnistynyttä alueellista televisiotoimintaa on pyritty tukemaan toimilupapolitiikalla: edellisellä toimilupakierroksella 200x digitaalisia toimilupia alueellisen televisiotoimintaan haettiin ja saatiin niille paikkakunnille, joilla on jo aiemmin harjoitettu alueellista televisiotoimintaa. Toimijoiden niukka kiinnostus alueellisen televisiotoiminnan käynnistämiseen asettaa haasteita toimilupakäytännön tulevaisuudelle.

Televisioverkon digitalisoinnin oletettiin lisäävän kiinnostusta alueellista televisiotoimintaa kohtaan. Alueellisen toiminnan käynnistäminen ja harjoittaminen ovat kuitenkin edelleen haasteellisia tehtäviä eikä pitkäjänteistä toimintaa ole muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta pystytty harjoittamaan. Valtioneuvosto on myöntänyt eri aikoina kaikkiaan parikymmentä (17?) toimilupaa alueellista televisiotoimintaa varten. Myönnettyjen lupien suhteellisen korkeasta määrästä huolimatta alueellinen televisiotoiminta on aloitettu ainoastaan muutamalla paikkakunnalla.

Pitkäjänteisintä toiminta on ollut ruotsinkielisellä Pohjanmaalla, jossa toimintaa on useilla paikkakunnilla harjoitettu reilun parinkymmenen vuoden ajan.

Tällä hetkellä voimassaolevat digitaaliset toimiluvat on neljällä alueellisella televisiokanavalla:

- KRS-TV rf (KRS-TV, Kristiinankaupungin seutu)
- När-TV rf (När-TV, Närpiön seutu)
- Turun Kaapelitelevisio Oy (Turku TV, Turun seutu)
- Vaasan Läänin Puhelin Oy (SVT1, SVT2, paikalliskanava). (www.mintc.fi)

Leimallista toimintansa aloittaneille ja sitä jatkaneille alueellisille televisiokanaville on voimakas kieleen ja/tai paikkakuntaan liittyvä identiteetti. Kielen näkökulmasta on ymmärrettävää, että alueellinen televisiotoiminta on saavuttanut ja pitänyt suosionsa nimenomaan ruotsinkielisellä Pohjanmaalla. Ruotsinkielinen alueellinen televisiotoiminta on täysin näiden yksityisten toimijoiden varassa, sillä edes alueelliseen uutistoimintaan panostanut Yleisradio ei lähetä ruotsinkielisiä uutisia. Huomionarvoista sen sijaan on, että paikkakuntaan sidottu identiteetti ei näytä olevan riittävä peruste kannattavalle televisiotoiminnalle kuin yhdellä pääosin suomenkielisellä paikkakunnalla.

Alueellista televisiotoimintaa on pyritty käynnistämään myös vastapainoksi Yleisradion tarjoamalle julkisen palvelun sisällölle. Vuoden 2004 toimilupakierroksella myönnettiin toimitukset MTV3:n alueelliselle City-tv – toiminnalle, joka sittemmin kuihtui pois valtakunnallisen Sub-tv:n alta. Toimintansa lopettaneista kaupallisista perustein toimivista alueellisista televisiokanavista on syytä mainita myös esimerkiksi pääkaupunkiseudun kaapelitalouksissa 1990 -luvulla toimineet nuorille kaupunkilaisille kohdennetut ATV ja MoonTV. ATV oli kansalaisjournalismin pioneeri, joka jatkoi punkrokin ja alkuperäisen Radio Cityn kulttuuriperintöä. MoonTV:n ohjelmisto koostui lifestyle-, musiikki-, peli-, urheilu- ja ajankohtaisohjelmista, ja näkyi pääkaupunkiseudun lisäksi noin 1,3 miljoonassa kaapelitaloudessa 12 kaupungissa.

Paikallisuudestaan huolimatta esimerkiksi pääkaupunkiseudulla toimineet kanavat voi tietyin edellytyksin määritellä myös yhteisötelevisioksi: ne kokosivat ympärilleen tietynlaista elämäntapaa edustavan katsojajoukon eikä niiden sisältö ollut leimallisesti alueeseen keskittyvää.

2.3 Tämän hetken tilanne: yhteisöllinen televisio

Yhteisöllinen televisio on konsepti, joka ei ole kaikessa laajuudessaan vielä jalkautunut Suomeen. Yhteisölliseksi televisioksi kutsuttavan ohjelmatoiminnan jakelualustana toimii tällä hetkellä pääsääntöisesti verkkoympäristö, joka jakelualustana on kaikkien saatavilla ja madalta toimijoiden kynnystä itsenäiseen sisällöntuotantoon.

Yhteisötelevisiokokeiluja Suomessa on rakennettu niin kaupallisista kuin yleishyödyllisistä perusteista. Järjestöyhteisöjen yhteistoiminnalla toteutettu Terveyskanava Wellnet pyrki maanpäällisen maksutelevision ansaintalogiikkaan. Terveysteen, vapaa-aikaan ja asumiseen keskittynyt Wellnetin ja pirkanmaalaisen LähiTV –hanke edustavat kuitenkin lyhytaikaisiksi jääneitä yhteisökanavakokeiluja. (Kangaspunta 2006 ja Kangaspunta ja Huusko 2003, Lahti, Kantola, Kinnunen, Kivinen, Koivisto, Kortekangas, Ollikainen, Virtanen, Koskela, Noppari, Sirkkunen 2006.)

Tämän hetken yhteisötelevisiotoimijoita ovat muun muassa pääkaupunkiseudulla vaikuttavat huhtikuussa 2008 toimintansa aloittanut M2HZ, joka Welhon verkossa näkyy DINA-TV –kanavalla ja Bassomedian kesäkuussa alkavaksi kaavailtu nettitelevisio. M2HZ on monikanavainen televisiokonsepti, jota rakennetaan taiteilijoiden, mediakehittäjien ja kansalaistoimijoiden yhteistyönä. Tekijöitä yhdistää kiinnostus siihen, millaisia kanavia nykyinen mediaympäristö mahdollistaa, ja millaisia sisältöjä yhteistoiminnallinen, hajautettu mediatuotanto voi synnyttää. DINA-TV:n päämääränä on tukea media-alan opetusta, tutkimusta ja kehitystä. DINAa johtaa ammattikorkeakoulu Arcada, joka tuottaa kanavalle ohjelmasisältöä yhteistyössä muiden media- ja elokuva-alan korkeakoulujen kanssa. Bassomedia puolestaan on kaupallisesti toimiva elektronisen ja mustan rytmimusiikin ja niitä edustavan kulttuurin monikanavakonsepti, jonka toimintakanaviin kuuluu nettiradio ja sekä netissä että printtiversiona ilmestyvä aikakauslehti. Sivusto tarjoaa lisäksi muun muassa blogeja ja keskustelualustoja.

Yhteisötelevisioon on ladattu odotuksia monelta suunnalta: yhtäältä koko mediakenttä ja erityisesti sen kaupalliset toimijat jäsentävät yleisönsä entistä selkeämmin kuluttajasegmentteihin ja toisaalta yhteisötelevisio on nähty toimivan kansalaisvaikuttamisen kanavana. Voitaisiinkin olettaa, että kiinnostusta nimenomaan verkon kautta tapahtuvaan televisiotuotanto- ja -lähetystoimintaan löytyisi kaupallisten toimijoiden lisäksi myös järjestökentästä, kunnista sekä erilaisista organisaatioista ja yhteisöistä.

3. Alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta muualla – valikoitu kansainvälinen katsaus alue- ja yhteisötelevisioiden toimintaympäristöihin

Euroopan radio- ja televisiokanavat jakaantuvat perinteisesti julkisen palvelun, kaupallisiin sekä maksutelevisio-kanaviin. Vaikka teknologia mahdollistaa sen että yhä useammat yksittäiset kansalaiset ja yhteisöt pystyvät tuottamaan helposti ohjelmasisältöjä televisioon, radioon tai verkkoon, olemassa olevien kanavien tarjonta näyttäisi riittävän useimmille television katsojille. Televisioyhtiöiden haluttomuus ottaa uusia kilpailijoita markkinoille kilpailemaan vapaista taajuuksista, katsojista ja mainoseuroista heikentää uusien toimijoiden mahdollisuuksia päästä alalle. Eikä journalistienkaan joukossa suhtauduta täysin kriitikittömästi uusiin public access- tai yhteisötelevisio-tyyppisiin toimijoihin, joiden tuleminen työmarkkinoille saattaa johtaa työpaikkojen vähenemiseen tai palkkakehityksen taantumiseen. Yhteisömedia muodostaa kuitenkin dynaamisen ja monipuolisen kokonaisuuden paikallista eurooppalaista mediamaisemaa, jonka keskeinen väline on televisio.

Pohjois- ja Länsi-Euroopan maissa ei-kaupalliset kanavat ovat nauttineet enemmän julkista tukea kun toimijat Lounais-Euroopan maissa. Esimerkiksi Espanjassa ja Portugalissa sektori on joutunut kamppailemaan tullakseen tunnustetuksi ja se on kehittynyt omaehtoisesti ruohonjuuritasolta ilman julkista tukea. Monissa Itä-Euroopan maissa yhteisömediasektori kehittyi kun kansalaisoikeusliikkeet käyttivät piraattiradioita vallitsevan yhteiskuntajärjestelmän kritisoimiseen. Esimerkiksi Slovenian opiskelijaradio on vuodesta 1969 lähtien ollut keskeinen tekijä Slovenian kansalaisoikeusliikkeessä. Puolassa katolinen yhteisöradio oli läheisesti mukana Solidaarisuusliikkeen toiminnassa ja niissä tapahtumissa, jotka johtivat liikkeen laillistamiseen vuonna 1989. Tämän jälkeen useissa Itä-Euroopan maissa uudistettiin viestinnän ja median toimintaa sääntelevät lait. (The State of Community Media in the European Union 2007)

Yhdysvalloissa public access-tv tarkoittaa lähinnä yksityisten tai pienten yhteisöjen televisiotarjontaa kaapeliverkossa. Tyypillinen public access-tv on paikallinen PEG-kanava (Public – Education – Government) jonka kaapeliverkossa lähettämät ohjelmat ovat paikallisten yhteisöjen (kunta, kaupunki, taajama, muu yhteisö) tekemiä. Japanissa community television-yhtiöt ovat pääosin yksityisiä televisiokanavia. Suureen osaan yhtiöistä on investoitu myös julkista rahoitusta, ja esimerkiksi kunnalliset viranomaiset ovat usein mukana toiminnan rahoittamisessa turvatakseen tiedotuskanavan kriisitilanteissa.

Yhteisötelevisiokentän monipuolisuus näkyy muun muassa siinä, kuinka sektori on organisoitunut eri maissa ja kuinka toiminta huomioidaan osana kansallista viestintää ja kulttuuria. Tällä vertailulla on haettu tietoa siitä, kuinka kanavien toimintaa säädellään, millaiset toimintaedellytykset sektorilla on eri maissa, mikä on lähetysteknologia ja mikä on toiminnan merkitys alueiden asukkaille. Ruotsi, Tanska, Norja, Hollanti ja Iso Britannia valikoituivat mukaan vertailuun, koska muun muassa tutkimusten Öppna radion och televisionen sekä Media System of Sweden mukaan yhteisötelevisiotoiminta on näissä maissa aktiivista. (Hederström 2004, Plogell ja Ullberg 2005)

Pohjoismaiden kesken alueellisten ja yhteisötelevisioiden toiminnassa on eroja, ja ajatus pohjoismaisesta yhteistyöstä julkisen palvelun näkökulmasta on mielenkiintoinen. Toiminta on lähetystoiminnan osalta valtion tukemaa Ruotsissa ja Norjassa, Tanskassa valtio tukee kanavien toimintaa tv-maksuun perustuvalla rahoituksella. Tanskassa ja Ruotsissa viestintälaissa erotetaan toisistaan kaupallinen ja ei-kaupallinen televisio- ja radiotoiminta. Norjassa puolestaan sama laki koskee sekä mainosrahoitteista että muulla tavalla rahoitettua radio- ja televisiotoimintaa.

Pohjoismainen yhteistyö sektorilla on sattumanvaraista, eikä mukana ole esimerkiksi julkisen palvelun yleisradioyhtiöitä. Yhteistyö on spontaania ja tapahtuu pääasiassa erilaisissa media-alan tapaamisissa, konferensseissa ja oppilaitosten välillä sekä ruohonjuuritason yhteistyönä. Esimerkiksi Tanskassa, Norjassa ja Ruotsissa opiskelijoiden televisiokanavat tekevät laajaa yhteistyötä. Åpen Kanal Norjassa on kerännyt ympärilleen asianharrastajia, kansalaisia ja paikallisia kuntatoimijoita. Kanava on tehnyt yhteistyötä muun muassa göteborgilaisen Öppna Kanalenin kanssa sekä erilaisissa nuorten ja maahanmuuttajien projekteissa Tanskassa ja Saksassa.

Toiminnan aktiivisuuden ja julkisen rahoituksen näkökulmista katsottuna alue- ja yhteisötelevisiotoiminnan pohjoismainen edelläkävijä on Tanska. Mutta toiminnan turvaamisen ja kehittämisen näkökulmasta Tanskan tilanne ei ole paljon muita Pohjoismaita parempi. (The State of Community Media in the European Union 2007)

Kuva 4.



Community media-toiminnan aktiivisuus Euroopassa
(Lähde: The State of Community Media in the European Union 2007)

Jotkut alue- ja yhteisötelevisiot toimivat tasavertaisina muiden broadcast-toimijoiden rinnalla kilpaillen samoista katsojista, toiset taas hyvin pienillä resursseilla

ruohonjuuritasolla asialleen omistautuneiden harrastajien toimesta. Ruotsalaisen Öppna Kanalen Växjön tuotantopäällikkö Daniel Westergren ei edes miellä Öppna Kanalen Växjöä televisiokanavana, vaan foorumina kansalaiskeskustelulle sekä paikallisena ja avoimena tiedonvälittäjänä. (Daniel Westergren, haastattelu 22.5.2008)

Alue- ja yhteisötelevisioiden määrittely on värikästä ja kanavat itse käyttävät toiminnastaan nimityksiä public access-televisio, open channel, open access-tv, PEG-center, community television tai community media. Samoin toiminnan rahoitus on järjestetty maasta riippuen eri tavalla. Periaatteessa kanavat voidaan jakaa 1. julkisen palvelun kanaviin, joiden rahoitus on järjestetty osittain tai kokonaan valtion toimesta, 2. kaupallisiin kanaviin, joiden tulot koostuvat erilaisista lähteistä kuten mainosmyynistä ja sponsorirahoituksesta, erilaisesta valtion, kuntien ja organisaatioiden rahoituksesta, jäsenyhdistyksiltä kerättävistä maksuista, paikallisista televisiomaksuista ja esimerkiksi koulutustoiminnasta.

Digitaalinen tuotanto- ja lähetysteknologia sekä verkkomedian mahdollisuudet ovat tilaisuus ja haaste yhteisömedialle. Toisaalta kevyet dv-kamerat ja yksinkertaiset editointilaitteet madaltavat ihmisten kynnyksiä tehdä itse ohjelmia kanaville. Ja vaikka internet on jätetty tässä osiossa vähemmälle huomiolle, se tuo yhteisömediatoimijoille uusia yleisöjä, innovatiivisia tapoja tehdä sisältöjä, ja se on jo nyt ehkä keskeisin sosiaalisen median jakelualusta.

Ruotsalainen yhteisömedian tutkija ja journalisti Christer Hederström sanoo tutkimuksessaan Öppna radion och televisionen että kansalaisten vaikutusmahdollisuuksien voidaan sanoa kasvaneen länsimaissa viimeisen 10 vuoden aikana siksi, että tuotantovälineet ja verkot ovat tulleet jokaisen ulottuville ja yhdistävät maita entistä tiiviimmin toisiinsa. Mutta ilman julkista tukea tai muuta rahoitusta yhteisömedian kehittyminen riippuu kansalaisten omasta halusta taistella oikeuksiensa ja mielipiteenvapautensa puolesta. (Hederström 2004)

Ihmisten liikkuvuus, viestinnän kansainvälistyminen ja hajautuminen asettavat entistä suurempia vaatimuksia viestintävälineille, jotta niiden avulla voitaisiin informoida kansalaisia entistä paremmin, antaa heille mahdollisuus esittää omia mielipiteitään ja mahdollisuus kommunikoida yhteisönsä kanssa. (Cooper 2007)

3.1. Työmenetelmät ja lähdekritiikki

Vertailun tietolähteinä käytettiin aiempaa tutkimusta, aiheesta tehtyjä raportteja sekä verkkosivuilta valikoitua materiaalia. Verkkosivuaineisto oli iältään huomattavasti uudempaa kuin painettu, ja nopean teknologisen muutostahdin vuoksi oli perusteltua turvautua näihin aineistoihin joiden luotettavuuden mittarina toimi julkaisijataho. Toisaalta verkkosivuilta löytyi esimerkkikanavien esittelyt, joista saatiin perustiedot kanavien toiminnasta, rahoituksesta, ohjelmista, tuotantokulttuurista tai ideologisista periaatteista. Maakohtaisten alue- ja yhteisötelevisioiden määrällinen selvittäminen oli haasteellista, koska esimerkiksi European Audiovisual Observatoryn (EAO) vuosikirjaan ei ole kirjattu paikallisia televisiokanavia. EAO:n Mavise ja Persky tietokantoja ja toimijoiden kattojärjestöjen tietoja yhdistelemällä maakohtaiset tiedot saatiin kuitenkin melko luotettaviksi. Tosin paikalliskanavien määrä esimerkiksi Tanskassa tai Yhdysvalloissa on niin suuri, että täysin tarkkojen tietojen saaminen on mahdotonta, eikä tämän vertailun näkökulmasta kovin oleellista.

Ajankohtaisen aineiston saatavuus vaihteli maittain runsaasti ja oli tasaisen vertailun rakentamiseksi ongelma. Euroopasta ja Pohjoismaista löytyi muutamia aiheesta tehtyjä tutkimuksia kuten *The State of Community Media in the European Union* (2007), *Öppna radion ja televisionen* (2004), *Närradio och när-TV i fokus* (2007), *Future reflections. Four scenarios for television in 2012* (2005) ja *Community Media Forum Europe, CMFE* (2008).

Yhdysvalloissa paikallisteleviotoiminta on koko televisioliiketoiminnan pääasiallinen toimintamalli ja tämän johdosta niin laajaa, että sieltä otettiin esimerkeiksi ei-kaupalliset PEG-center (Public – Education – Government) ja PBS (Public Service) jotka ovat tavoitteiltaan ja periaatteiltaan lähellä eurooppalaista alue- ja yhteisötelevisiotoimintaa. Paikallismedian historia on Yhdysvalloissa hyvin dokumentoitu, ja tutkimusten mukaan yhteys median paikallisuuden ja sen monimuotoisuuden välillä on selkeä. Toisaalta toiminnan keskittyminen isoille kaupallisille toimijoille kuten NBC, CBC ja ABC vahvistaa entisestään sitä trendiä, että paikallisia aiheita ja uutisia ei huomioida riittävästi kanavien ohjelmatarjonnassa (Cooper 2007).

Tutkijoiden ja toimijoiden haastatteluilla pyrittiin täydentämään maakohtaisia tietoja, esimerkiksi kansallisen regulaation periaatteista, tai lähetysverkkojen digitalisoinnin vaikutuksista.

3.2. Ruotsi

Ruotsissa analogiset kanavat lopetettiin etuajassa loppuvuodesta 2007 ja maassa siirryttiin digitaaliseen lähetystoimintaan Euroopan aikataulussa heti Luxemburgin, Hollannin ja Suomen jälkeen. Televisiomarkkinoita Ruotsissa hallitsevat perinteisesti valtion omistamat julkisen palvelun yhtiöt SVT kanavillaan SVT1 ja SVT2, Sveriges Utbildningsradio sekä kaupallinen TV4. SVT hallitsee myös Ruotsin katsojalukuja 36.3 % katsojaosuudella. Kompensoidakseen yleisöjen pirstaloitumista SVT ja TV4 ovat keskittyneet monikanavastrategiaan, ja avanneet useita kohderyhmäkanavia. TV4 on avannut kanavatarjontansa myös Suomessa (TV4 Komedi ja TV4 Guld). (Film, Television and Video in Europe, 2007 Edition, Vol 1.)

Isosta Britanniaasta käsin Ruotsissa näkyy useita satelliittikanavia, joiden toiminnan on lisensoinut brittiläinen regulaattori OFCOM. Useat kanavista, kuten Modern Times Groupin omistamat TV3 ja TV8 sekä SBS Broadcastingin omistama Kanal 5 ovat saavuttaneet merkittävän markkinaosuuden, mikä on huolestuttanut ruotsalaisia viestintäviranomaisia kilpailulainsäädännön näkökulmasta. Tilanteen seurauksena Granskningsnämnden för radio och Tv (GRT) on haastanut oikeuteen TV3, ZTV ja Kanal 5:n, jotka on rekisteröity OFCOMin toimesta Isoon Britanniaan, mutta GRT:n mukaan kanavien toiminnan pitäisi olla säädelty Ruotsin lakien mukaisesti.

Myös IPTV markkinoilla vallitsee tällä hetkellä kova kilpailu. Vuonna 2007 alalla oli kuusi palveluntarjoajaa, joista suurimmat ovat Bredbandsbolaget/ Viasat, TeliaSonera, Canal Digital ja FastTv.net. Syyskuussa 2007 teleoperaattori Telia-Soneran IPTV-palveluilla oli Ruotsissa 216 000 käyttäjää.

Sääntely ja teknologiat

Lähetystoiminnan sääntely perustuu Radio- ja Televisiolakiin (RTL) jossa huomioidaan myös must carry- velvoitteet. Esimerkiksi kaapelioperaattoreiden täytyy varmistaa että verkon kautta voidaan välittää julkisen palvelun kanavien ohjelmia sekä TV4:n ohjelmistoa. (Plogell ja Ullberg 2005)

Maaliskuussa 2008 Radio och Tv-Verket (RTVV) myönsi toimiluvat maanpäälliseen digitaaliseen verkkoon. Luvista 40 on koko maan kattavia, 14 paikallista tai alueellista toimilupaa ja yhdeksän näistä 14:sta luvasta myönnettiin uusille toimijoille: 24 Västra Östergötland, 24 Norrbotten 24nt, BTTV (Borås Tidning TV), Kanal 12, Kanal Lokal Dalarna Värmland, Kanal Lokal Norrland. Kanal Lokal ja ST TV. Lähes kaikki toimiluvat otettiin käyttöön 1.4.2008 mennessä, ja uusia lupia voidaan myöntää tänä vuonna kun lähetyskapasiteettia lisätään.

RTVV myöntää paikalliset toimiluvat paikallisille kaapelioperaattoreille. Luvat sisältävät must carry- periaatteen mukaisen yhden paikalliselle toimijalle varatun kanavapaikan verkossa, jonka alueella on enemmän kuin 100 kotitaloutta. Paikallinen operaattori on velvoitettu antamaan verkko tasapuolisesti yhdistysten ja yhteisöjen käyttöön, eikä ohjelmisto saa sisältää mainoksia. Maanpäällistä digitaalista verkkoa koskevilla lupahakemuksissa RTVV tekee hallitukselle oman ehdotuksensa siitä, kuinka toimiluvat tulisi jakaa. GRT valvoo radion ja television ohjelmasisältöjä, ja sillä on toimivalta kaikkeen sellaiseen radio- ja televisiotoimintaan joka tapahtuu Ruotsin alueella. Ne ulkomaiset televisioyhtiöt jotka lähettävät ohjelmia Ruotsissa, ovat sen maan lainsäädännön alaisia josta käsin ne toimivat. (Plogell ja Ullberg 2005)

Alue- ja yhteisötelevisiotoiminta

Ruotsissa alue- ja yhteisötelevisiotoiminta on aktiivista. Maassa on noin 700 yhteisöä ja organisaatiota, jotka ovat mukana tuottamassa radio- ja televisio-ohjelmia alueellisille kanaville. Kaikki alueelliset televisiokanavat toimivat kaapeliverkossa ja katsojia niillä on yhteensä noin kaksi miljoonaa kotitaloutta. Useimmat kanavat toimivat ei-kaupallisesti ja vain muutama rahoittaa toimintansa mainostuotoilla sekä sponsoreiden rahoituksella. Kanavien resurssit koostuvat vapaaehtoistyöstä ja rahoitus erilaisten yhteisöjen, säätiöiden ja organisaatioiden tuesta, ohjelmatoiminnan tuotoista, työmarkkinatuesta, kuntien rahoituksesta, tai televisiomaksuista.

Tällä hetkellä Ruotsissa on toiminnassa kaikkiaan 112 kaapelitelevisioyhtiötä ja lukuun sisältyvät myös maaliskuussa 2008 toimiluvan saaneet yhtiöt. Tutkimuksessa Närradio och när-Tv in fokus kartoitettiin alueellinen ei-kaupallinen radio- ja televisiotoiminta Ruotsissa. Raportti luovutettiin hallitukselle lokakuun lopussa 2007 ja siinä todetaan ei-kaupallisen radion ja television toimintaedellytyksistä seuraavasti:

Tiivistetysti esitettynä tulevaisuuden toimintaedellytykset alueelliselle televisiotoiminnalle ja lähiradiolle muuttuvat koko ajan. Paikallisia kaapelioperaattoreita on noin 10 % kaikissa kunnissa, mikä kertoo siitä että kiinnostus toiminta kohtaan on laimeaa tai toisaalta on vaikea saada aikaan toimivaa kanavakokonaisuutta. Toiminnan aloittamiseksi täytyy ensin rakentaa tuotanto-organisaatio, hankkia laitteet, resurssit, studio ja hankkia operaattorilta kanavapaikka. Samalla tekninen kehitys on mennyt vauhdilla eteenpäin ja tekniikka on tullut halvemmaksi ja yksinkertaisemmaksi. Tämäkään ei ole lisännyt toimijoita. Internet ja muut uudet välineet luultavasti vähentävät ihmisten mielenkiintoa entisestään paikallistelevisio-toimintaa kohtaan.

Toiminnassa on tärkeää että se perustuu aatteelliselle pohjalle, ja on myös niitä jotka suhtautuvat positiivisesti tulevaisuuteen. Kanavien talous on ongelma monilla alueilla, muun muassa laitehankinnat ja tekijänoikeudet aiheuttavat kustannuksia. Useat kanavat ovat riippuvaisia kunnallisesta rahoituksesta, mikä lisää vaikeuksia toiminnan kehittämisen näkökulmasta, kun ei ole varmuutta siitä koska rahoitusta saadaan seuraavan kerran ja minkä verran. (Schierbeck 2007)

Tutkimuksen Öppna radion och televisionen mukaan kehittyvä public access-toiminta edellyttää sitä että kansalaisille annetaan oikeus itse organisoida paikallinen televisiotoiminta sekä tuottaa ohjelmasisältö ilman valtiollisten tai kunnallisten instituutioiden ohjausta. Tutkimuksessa tuodaan esille myös se, että teknologinen kehitys ja uudet välineet lisäävät erilaisten yhteisöjen mahdollisuuksia tuoda äänensä entistä paremmin kuuluville mediassa. (Hederström 2004)

Öppna Kanaler on vapaa mediaympäristö ja yhteisömedian ruotsalainen katto-organisaatio joka tarjoaa tavallisille ihmisille mahdollisuuden tulla kuulluksi mediassa. Öppna Kanaler organisoii alueellisten yhteisötelevisioiden toimintaa ja sen jäsenistöön kuuluu noin puolet kaikista ei-kaupallisista televisiokanavista Ruotsissa. Katto-organisaatioon kuuluu kaapelitelevisioasemia, lähiradioita, lehtiä ja internet-sivustojen ylläpitäjiä. Näillä kanavilla ihmiset voivat esittää omilla ehdoillaan näkemyksiä, näkökulmia ja kritiikkiä ympäröivästä yhteiskunnasta. Tärkeää on myös se, että nämä kanavat antavat mahdollisuuden tuottaa itsenäisesti ohjelmia ilman, että rahoittajan intressit näkyvät ohjelmasisällöissä.

Osa Öppna Kanaler:in jäsenistä suunnittelee lähetysten aloittamista myös maanpäällisessä digitaalisessa verkossa, jolloin nekin kotitaloudet joita ei ole yhdistetty kaapeliverkkoon, voivat seurata kanavan ohjelmatarjontaa. Öppna Kanaler:in tavoitteena on kasvattaa jäsenmääräänsä niin, että kaikki ruotsalaiset alue- ja yhteisötelevisiot, radiot, www-toimijat sekä lehdet saataisiin organisoiduksi saman kattojärjestön alle.

Projektipäällikkö Olof Hulténin mukaan toimijoille on keskeistä se, että ohjelmat saavat katsojia. Esimerkiksi Tukholman Öppna Kanalenilla on runsaasti vastaanottajia, ja tällöin voidaan sanoa, että yhteisötelevisiolla on merkitystä paikallisten yhteisöjen vuorovaikutteisena foorumina. Yhteisötelevisioiden ohjelmasisällöt ovat kuitenkin usein melko sekavia, eikä tekniikan tai sisällön tasaisesta laadusta voida puhua. Tilanne on sama kuin Ruotsin lähiradioilla, joiden ohjelmisto on liian hajanainen, jotta kanava saisi vakituisia kuulijoita.

Ohjelmien taso vaihtelee, eikä yhteisöradiota voi vain "laittaa päälle" - koskaan ei tiedä mitä kanavalta tulee. Sellaisenaan se voi olla mielenkiintoista, mutta yleisönä ovat kuitenkin kaikki ne jotka ovat yhdistettyinä kaapeliverkkoon. Monesti myös kanavien ohjelmat ovat sisäänpäin lämpiäviä, eivätkä paikallisia niin kuin pitäisi. Ruotsissa ongelma se, ettei valtio tue toimintaa muuten kuin antamalla taajuuden yhteisöjen käyttöön. Samoin tulevaisuus näyttää siltä, että liikkuvan kuvan kanssa työskentelevät yhteisöt siirtyvät verkkoon. (Olof Hultén, haastattelu 28.5.2008)

Esimerkkinä Öppna Kanalen Växjö

Öppna Kanalen Växjö on ei-kaupallinen alueellinen televisiokanava jonka toiminta-alueella on 13 000 taloutta. Kaapeliverkon lisäksi kanavalla on lähetyksiä myös

internetissä ja kanava toimii public access-periaatteella. Kanavan keskeinen toimintaperiaate on lisätä asukkaiden osallistumista yhteisön toimintaan sekä kasvattaa alueellista moniarvoisuutta.

Kanavalla on noin 50 jäsenyhdistystä, jotka tekevät suurimman osan ohjelmista. Kanal Växjö rahoittaa toimintansa pääasiassa jäsenorganisaatioilta perittävällä jäsenmaksulla joka on suuruudeltaan 3000 SKR vuodessa. Lisäksi kanava saa tuloja erilaisista workshopeista, koulutushankkeista sekä ohjelmista joita tehdään yliopistolle ja kunnalle, kuten esimerkiksi kunnanvaltuuston kokouksien tallentamisesta. Kanavan johto on palkattuja työntekijöitä ja muusta toiminnasta huolehditaan vapaaehtoisvoimin. Kun kanava aloitti toimintansa muutama vuosi sitten, se sai pienen avustuksen kunnalta. Tämän jälkeen kanava on rahoittanut itse oman toimintansa.

Saimme RTVV:ltä kanavалlemme toimiluvan, ja must carry- periaatteen mukaisesti paikallisen kaapelioperaattorin täytyi antaa meille yksi kanava käyttöömme. Ainoa kriteeri luvan saamiselle oli se, että kaikki paikalliset yhteisöt saavat halutessaan osallistua kanavan toimintaan. Kaksi vuotta sitten kun lupia jaettiin, saimme sen melko helposti koska kilpailu ei juuri ollut. Lupa on voimassa kolme vuotta, ja seuraava haku on tämän vuoden loppupuolella. (Daniel Westergren, haastattelu 22.5.2008)

Tällä hetkellä kaapeliverkon yhteyteen rakennettu must carry- velvoite takaa toimijoille kanavapaikan. Tämä ei kuitenkaan riitä, koska itse tuotantotoiminta täytyy rahoittaa muulla tavalla. Maanpäällisessä verkossa must carry-velvoitetta ei ole, joten päästäkseen valtakunnan verkkoon kanavien täytyisi kilpailla suurten televisioyhtiöiden kanssa, ja käytännössä tämä ei ole mahdollista.

Maanpäällisessä verkossa joutuisimme maksamaan pelkästä ohjelmien välittämisestä miljoona SKR vuodessa, ja toimintamme kaatuisi siihen. Tällä hetkellä ajamme must carry-periaatetta myös maanpäälliseen verkkoon. (Daniel Westergren, haastattelu 22.5.2008)

18.12.2007 Öppna Kanalen Växjö lähetti ensimmäisenä Ruotsissa kunnanvaltuuston kokouksen suorana lähetyksenä samanaikaisesti sekä internetissä että kaapeliverkon välityksellä. Lähetys oli tärkeä, koska se lähensi kunnallista päätöksentekoa ja asukkaita toisiinsa. Samalla se lisäsi kanavan mahdollisuuksia tavoittaa uusia katsojia.

Tuotantopäällikkö Daniel Westergrenin mukaan Öppna Kanalen Växjöllä on kaksi tärkeää tehtävää tulevaisuudessa; sen täytyy vakuuttaa kansallisen tason poliitikot siitä että Öppna Kanaler:ille ja sen jäsenille täytyy järjestää valtion rahoitus, ja että maanpäälliseen verkkoon ja laajakaistatelevisioon täytyy saada must carry- velvoitteet paikallisia televisioasemia varten.

3.3. Tanska

Tanskan televisiosektorilla julkisen palvelun yhtiöillä on hallitseva asema yhteensä 65 % katsojaosuudella. Julkisen palvelun kanavat DR1 ja DR2 rahoittavat toimintansa ilman mainostuottoja ja kanavien yhteinen markkinaosuus vuonna 2006 oli 27,7 %. Mainosrahoitteen TV2 katsojaluku on maan suurin ja sen markkinaosuus vuonna 2006 oli 34,2 %. Jäljelle jäävä 38 % osuus jakaantuu useiden yksityisten ja pääosin ulkomaisten kanavien kesken kuten TV3, TV3+, Viasat Sport 1 ja Kanal 5, joiden lähetystoiminta hoidetaan Isosta Britanniaasta käsin OFCOMin myöntämän lisenssin turvin.

Tanskan mediamarkkinoilla vallitsee tällä hetkellä vahva monikanavapalveluiden esiinmarssi. Yli 60 % kotitalouksista television katselu tapahtuu kaapeliverkon välityksellä ja 14 % vastaanottaa kanavatarjonnan satelliittivälitteisesti. Suurimmat kaapelioperaattorit ovat You See sekä Telia Sofia. Vuoden 2007 lopussa You See- operaattorin välittämää ohjelmatarjontaa vastaanotti 1,1 miljoonaa katsojaa. Keskeiset satelliittioperaattorit ovat Canal Digital ja Viasat. (Film, Television and Video in Europe, 2007 Edition, Vol 1.)

Tanskan parlamentti on päättänyt että digitaaliseen televisiotoimintaan siirrytään vuonna 2009. Ensimmäinen maanpäällinen digitaalinen verkko avattiin 31.3.2006, ja ensimmäinen multipleksi (kanavanippu) sisältää julkisen palvelun kanavat DR1, DR2 ja TV2 sekä TV2:n aluetelevisiotoiminnan. Lisäksi saksalaiset ilmaiskanavat (free-to-air) ovat vapaasti vastaanotettavissa Etelä-Tanskassa ja ruotsalaiset ilmaiskanavat puolestaan Itä-Tanskassa. Digitaalisen verkon etu näkyy jo tällä hetkellä siinä, että noin 500 000 kotitaloutta jotka aiemmin saattoivat vastaanottaa vain DR2:n ohjelmistoa, voivat tällä hetkellä katsoa myös DR1 sekä TV2 -kanavia.

Vuosille 2007-2010 tehdyn mediapoliittisen sopimuksen mukaan toinen terrestriaalinen verkko avataan vuonna 2009 analogisten kanavien sulkemisen jälkeen. Verkon toimilupa myönnetään yksityiselle operaattorille ja se tulee sisältämään neljä multipleksia ja niissä yhteensä 25 kanavaa.

Myös ADSL-laajakaistaverkon kautta välitettävät IPTV-kanavat lisääntyvät nopeasti Tanskassa. Vuosien 2005-2007 välillä TV2, Dansk Bredband, TDC ja Fast TV ovat lanseeranneet omat verkkopalvelunsa. Ja kesällä 2007 Viasat ja puhelinoperaattori TDC testasivat mobiilitelevisiota DVB-H -alustalla.

European Audiovisual Observatoryn uuden Mavise-tietokannan mukaan Tanskassa on alueellisia ja paikallisia (regional/ local channel) televisiokanavia yhteensä 4 kappaletta, yksi uskonnollinen kanava Kanal Hayat sekä TV2 aluekanavia kahdeksan kappaletta. Huhtikuussa 2008 lopetetun European Audiovisual Observatoryn Persky-tietokannan mukaan Tanskassa taas on 18 alueellista televisiokanavaa, ja täysin varmaa lukua ei ole siitä kuinka moni näistä asemista on ylipäätään toiminnassa tai kuinka näistä toimii ei-kaupallisesti. Alue- ja yhteisötelevisioiden määrän arvioiminen on vaikeaa, koska Tanskassa on olemassa useampia paikallistelevisiotyyppejä. 45 kuntaa on antanut lähetysoikeuden 223 paikalliselle televisiokanavalle joko maanpäälliseen verkkoon (113 asemaa) tai kaapeliverkkoon (110 asemaa). Kanavat voidaan jakaa pääpiirteittäin seuraavalla tavalla:

1. TV2 verkossa toimivat networking-asetat. Nämä asemat lähettävät suurten mediayhtiöiden ohjelmistoa ja kuuluvat samaan SBS-konserniin.
2. Paikalliset ruohonjuuritason televisioasemat. Asemat välittävät networking-kanavien ohjelmistoa iltapäivisin prime time-ajan ulkopuolella.
3. Itsenäiset paikalliset televisioasemat. Esimerkiksi Kanal Kobenhavn, joka omalla kanavallaan tarjoaa ohjelma-aikaa myös muille toimijoille.
4. Kaapelikanavat. Nämä voivat olla itsenäisiä televisioasemia, mutta suurin osa on puhtaasti ns. infokanavia jotka lähettävät vain rajoitetusti videokuvaa. (Mavise 23.5.2008, Persky 22.5.2008, Hederstöm 2004)

Sääntely ja teknologia

Must carry-velvoitteissa edellytetään, että kaupalliset televisioyhtiöt lähettävät kanavillaan yhteisötelevisio-ohjelmistoa klo 09.00–12.00 välillä. Ei-kaupallista televisiotoimintaa varten voidaan myöntää toimilupa sellaiselle hakijalle, jolla on laajat yhteistyöverkostot toimialueella. Mainonta on ohjelmissa kielletty, mutta osan tuloista kanava voi hankkia sponsorirahoituksena tai lahjoituksina. Tanskan viestintäviranomaisen Mediesekretariatet myöntää lähetysluvan ja valvoo sen noudattamista. Mediesekretariatet on tasoittanut tietä ei-kaupalliselle televisiotoiminnalle myös maanpäällisessä digitaalisessa verkossa, jossa sille on varattu kanavataajuus lähetystoimintaa varten. (Nordic Media Policy 1/ 2008)

Alue- ja yhteisötelevisiotoiminta

Tanskassa otettiin vuonna 1994 käyttöön tukijärjestelmä (tilskudsordingen) joka takasi alueellisille toimijoille rahoituksen veikkausvaroista. Rahoitus oli suuruudeltaan 7,5 milj. DKR ja se oli tarkoitettu vain ei-kaupallisille paikallisradioille. Vuonna 1997 veikkausvaroihin perustuva rahoitus lopetettiin ja tilalle otettiin tv-maksuun perustuva 50 milj. DKR:n vuosittainen tuki jolla rahoitetaan sekä alueellista radio- että televisiotoimintaa. Vuoteen 2003 mennessä rahoituksen kokonaismäärä oli laskenut 34 milj. DKR:n, ja tällä hetkellä ei-kaupallisen radio- ja televisiotoiminnan vuosittainen valtionrahoitus Tanskassa on 3 milj. euroa. (The State of Community Media in the European Union 2007)

Vuoteen 2004 asti Tanskassa oli toiminnassa hajautettu radio- ja televisiotoiminnan hallintomalli, jonka mukaan kunnat saattoivat antaa lähetysoikeuden paikalliselle televisio- tai radiokanavalle paikallisten radio- ja televisiolautakuntien (lokala radio- och tv- näm) toimesta. Lautakunta sai itsenäisesti määritellä kanavan toiminta-alueen sekä networking-oikeudet. Radio- ja televisiolautakuntien toiminta lopetettiin vuoden 2006 lopussa ja tämän jälkeen kaikki lähetysoikeudet on jakanut keskitetysti Mediesekretariatet. Lisäksi vuoden 2003 jälkeen lähetysoikeutta hakevilta organisaatioilta ja yhdistyksiltä on vaadittu, että televisio- tai radiotoiminta on hakijan pääasiallinen toiminnan kohde. Aiemmin hakijalla ei saanut olla mitään muuta toimintaa. Myös muut hakijaorganisaatioihin kohdistuneet vanhentuneet rajoitukset on poistettu, ja tällä hetkellä ainoastaan ei-kaupalliset televisioasemat eivät saa välittää ohjelmissaan mainoksia. (Hederström 2004)

Mediesekreteriatet jakaa valtionavustukset ei-kaupallisille radio- ja televisiokanaville. Avustusta jaetaan myös koulutukseen ja mediakasvatustoimintaan, minkä tarkoituksena on valmentaa vapaaehtoistoimijoita paikallisille kanaville. Valtion avustus koostuu (1) perusrahoituksesta kanavien toiminnan ylläpitämiseksi sekä (2) erillisestä avustuksesta ohjelmatoimintaa varten. Perusrahoitus paikallisradiolle on 100 DKR lähetystuntia kohden ja tukea saa enimmillään 15 tuntia viikossa. Kanavan toiminnan ensimmäisen puolen vuoden aikana rahoitus on 500 DKR lähetystuntia kohden (vuonna 2003) ja tämän jälkeen 1000 DKR tunnilta enintään kolme tuntia viikossa. Rahoitus koskee vain kanavan omia ohjelmatuotantoja. Ohjelmatoiminnan rahoitusta myönnetään sellaisille ohjelmille, joiden aiheet ovat paikallisia ja käsittelevät esimerkiksi alueen historiaa, kulttuuria ja arkipäivää. Rahoituksen myöntämisessä huomioidaan myös paikallisten kunnallisten viranomaisten

ohjelmapoliittiset vaatimukset. Rahoitusta voidaan myöntää enintään 400 000 DKR vuodessa radioasemaa kohden ja 800 000 DKR televisioasemaa kohden. Edellytys rahoituksen saamiselle on se että kanava ei rahoita toimintaansa mainostuotoilla. Käytännössä kanavat saavat vastaanottaa mainos- ja sponsorirahoitusta enintään 10 % valtiolta saamastaan perusrahoituksesta.

Vuonna 2006 valtionrahoituksen perusteita muutettiin siten, että rahoitus suunnataan pääosin sellaisille paikallisasemille joilla on laajat ja toimivat suhteet paikallisten yhteisöjen ja asukkaiden kanssa. Raportissa Lokal radio og loal-tv nuo fremtiden Mediatutkijat Per Jauert ja Ole Prehn kirjoittivat seuraavaa:

Ei- kaupallisten toimijoiden mahdollisuus tehdä ja lähettää ohjelmia voidaan nähdä julkisen palvelun laajenemisena, jolloin sellaisen tarjonnan lisääntymistä joka edistää taitoja, viihdyttää ja antaa mahdollisuuden itse tuottaa ja välittää ohjelmasisältöjä, ei voi aliarvioida. Lisäksi ei-kaupallisille kanaville tyypilliset ohjelmat tuskin pääsevät esille missään muussa välineessä. On erittäin tärkeää, että on olemassa ei-kaupallista toimintaa jonka puitteissa tekijät voivat kokeilla uusia ohjelmatyyppejä ja ideoita siirtyäkseen ehkä myöhemmin alalle ammatillisiksi. (Jauert ja Prehn 1995)

Esimerkinä Invandrer TV – ITV

ITV on yksi Århusissa sijaitsevan Mediahusetin neljästä ei- kaupallisesta televisiokanavasta. Lähetysalueena on Århusin maakunta ja kanavan potentiaalinen katsojamäärä on noin 650 000 asukasta. Kanava perustettiin paikallisten maahanmuuttajayhteisöjen toimesta vuonna 1997, ja sen toimintaperiaatteena on etnisten vähemmistöjen äänen saattaminen kuuluville sekä taistelu epätasa-arvoa ja rasismia vastaan. ITV on ensimmäinen monikulttuurinen televisiokanava Tanskassa ja sen toimintaa rahoittaa Tanskan Kulttuuriministeriö sekä eri säätiöt.

Kanavalla työskentelee noin 20 ihmistä, ja useimmat heistä toimivat vapaaehtoisina. ITV tuottaa ja välittää uutisia useilla kielillä. Lisäksi ohjelmistoon kuuluu musiikki-, kulttuuri-, ja ajankohtaisohjelmia kohderyhmänä alueellinen maahanmuuttajaväestö. Ohjelmatoiminta on organisoitu tuotantoryhmittäin niin, että jokaisessa ryhmässä on toimittaja, tuottaja, kuvaaja, äänittäjä sekä editoija. Ohjelmaa lähetetään kaapeliverkossa torstaisin, perjantaisin, lauantaan ja sunnuntaisin yhteensä noin 3 tuntia viikossa. Kanavan ohjelmia ovat muun muassa monikielinen uutismakasiini Århus Verdensnyheder, makasiiniohjelma Monitor, nuorten makasiiniohjelma Monsoon, kulinaarinen makasiiniohjelma Jorden Rundt, ajankohtaismakasiini Panorama, maahanmuuttajaryhmien taidetta esittelevä kulttuurimakasiini Urbania sekä lastenohjelma Simsalabim.

3.4. Norja

Muiden pohjoismaiden tapaan myös Norjassa katsotuin kanava on julkisen palvelun kanava, NRK1 39,9 % prosenttiosuudella ja toisena on kaupallinen TV2 29,6 % osuudella. Maksutelevision käyttö on lisääntynyt viime vuosina, ja sektorin markkinajohtaja on Canal Digital, jolla on 466 000 katsojaa Tanskassa ja kaikissa Pohjoismaissa yhteensä 995 000. Telenor on kaapeli- ja satelliittitoimintojensa lisäksi mukana tanskalaisessa IPTV- televisiotoiminnassa, ja sillä on 1/3 osakeomistus myös Norges Television yhtymässä joka vastaa meneillään olevista maanpäällisten

verkkojen digitalisoinnista. Canal Digitalin kanssa satelliittimarkkinoilla kilpailee Viasat ja kaapelikanavamarkkinoilla Canal Digitalin kanssa kilpailee UPC Norge. Muiden Pohjoismaiden tapaan myös IPTV -markkinat kasvavat Norjassa nopeasti, ja palveluntarjoajia ovat Canal Digital, Fast Tv, IVisjon ja Lyse Tele.

Maanpäällisen digitaalisen verkon rakentaminen myönnettiin vuonna 2006 ainoalle hakijalle Norges Televisionille (NTV), jonka omistavat NRK, TV2 ja Telenor Broadcast Holding AS. Lisenssi on voimassa 15 vuotta ja verkossa on viisi multipleksiä. Verkko tulee kattamaan koko maan vuoden 2009 loppuun mennessä, minkä jälkeen analoginen verkko lopetetaan. Tällä hetkellä digitaalinen verkko kattaa noin 40 % kotitalouksista ja operaattori tarjoaa aluksi 20-25 kanavapaikkaa, joihin kuuluvat must carry- periaatteen mukaiset kansalliset palvelut. (Film, Television and Video in Europe, 2007 Edition, Vol 1.)

Muuta televisiotarjontaa edustavat NRK:n 16 aluekanavaa (muun muassa NRK Buskerud, NRK Finnmark, NRK Hedmark og Oppland) sekä yhteensä noin 65 paikallista ja open access- kanavaa (muun muassa Åpen Kanal, K7 Minuter, NYTV Oslo, TVHaugaland ja TVNordvest). (Medieregisteret 18.5.2008)

Sääntely ja teknologia

Norjassa paikalliset televisiokanavat toimivat mainosrahoitteisesti ja lähettävät ohjelmaa VHF- ja UHF- taajuuksilla. Viestintävirastoamme vastaava Medietilsynet on antanut toimiluvan viimeisen lupakierroksen yhteydessä maanpäällisessä verkossa 29 alue- tai yhteisötelevisiolle, joita ylläpitävät kaupalliset toimijat, uskonnolliset yhteisöt, poliittiset puolueet, etniset ja kielelliset vähemmistöt, oppilaitokset sekä lukuisat ei-kaupalliset organisaatiot.

Lupakausi kestää seitsemän vuotta ja ministeriö voi pidentää sitä tarpeen vaatiessa. Nykyinen lupakausi on voimassa 31.12.2009 asti. Erona paikallisradioiden toimilupaan on se että tv-toimiluvanhaltijat saavat yksinoikeuden alueelliseen toimintaan, mutta lähetysoikeus voidaan myöntää viranomaisen toimesta samassa verkossa myös yliopistoille ja korkeakouluille. Alue- ja yhteisötelevisiot eivät joudu maksamaan toimilupamaksua, ja he voivat myöntää omassa verkossaan väliaikaisia lähetysoikeuksia esimerkiksi paikallisradioille. Myös kunta voi antaa toimiluvan kaapeliverkossa esimerkiksi kunnalliselle informaatio- tai kuntakanavalle. Lisäksi yhdistyksillä ja ideologisilla yhteisöillä on mahdollisuus käyttää julkisen palvelun UHF -taajuuksia silloin kun ne eivät ole NRK:n käytössä. Tällöin lähetykset eivät saa sisältää mainoksia.

Medietilsynetin tekemässä tiivistelmässä Norjan viestintälaista (Broadcasting Act of 4 Dec. 1992 no 127) kuvataan ne vaatimukset joita laki asettaa alue- ja yhteisötelevisiotoimilupien hakijoille. Toimilupa myönnetään kilpailuttamiskierroksen perusteella, mikä jälkeen Medietilsynet tekee harkinnanvaraisen arvion luvansaaajista seuraavilla kriteereillä:

- hakijan teknologiset ja taloudelliset edellytykset asianmukaiseen televisiotoimintaan
- ohjelmistokartta

- olemassa oleva toimilupa. Jos hakijalla on voimassa oleva toimilupa, on todennäköisempää että hän saa luvan myös seuraavalle lupakaudelle
- hakija ilmoittaa hakevansa myös radiotoimilupaa
- aiemman lupakauden lähetystoiminnan tuloksellisuus
- mediatarjonnan monimuotoisuus
- paikallisten yhdistysten ja organisaatioiden huomioiminen toiminnassa

Medietilsynet voi asettaa hakijoille lisäehtoja, ja toimiluvan saajan pitää täyttää seuraavat viestintälaissa asetetut ehdot:

- toimilupa täytyy käyttää, ja käyttäjän täytyy olla hakija
- toimiluvan haltijan täytyy tiedottaa Medietilsynetiä siitä, kuka vastaa kanavan lähetystoiminnasta ja kuka on kanavan ohjelmasisällöstä vastaava toimittaja
- 75 prosenttia ohjelmistosta täytyy olla omatuotantoista tai alueellisesti tuotettua
- 25 prosenttia ohjelmistosta täytyy olla toimialueen ulkopuolella tuotettua
- toimiluvan haltijan tulee noudattaa mainonnasta ja sponsoroinnista tehtyjä säännöksiä ja viestintälakia (Medietilsynet 18.5.2008)

Esimerkinä Frikanalen

Maaliskuussa 2008 Föreningen Frikanalen sai luvan lähettää ei-kaupallista ohjelmatarjontaa uudessa maanpäällisessä digitaalisessa verkossa. Lähetystoiminta alkaa syksyllä 2008 ja toimilupa on voimassa vuoteen 2021. Frikanalen korvaa maanpäällisessä analogisessa verkossa toimivan paikallisen NRK2- aluekanavan, jonka toimilupa on alun perin myönnetty uskonnollisille ryhmittymille ja voittoa tavoittamattomille yhteisöille.

Frikanalenin toimilupa on ilmainen ja lisäksi kanava saa rahoitusta Kulttuuriministeriöltä vuosittain 2,5 milj. NKR. Kaksi ensimmäistä vuotta myös lähetystoiminta on ilmaista ja tämän jälkeen kanavan täytyy neuvotella lähetysoikeuksista uusi sopimus Medietilsynetin kanssa. Frikanalen ei saa rahoittaa toimintaansa mainoksilla, mutta se saa käyttää sponsorirahoitusta samoin perustein kuin muut julkisen palvelun yhtiöt. Valtio rahoittaa paikallistelevisiosektorin lähetystoimintaa Norjassa noin 5 milj. NOK vuodessa. (Nordic Media Policy 1/ 2008)

Frikanalenin taustalla on noin 50 yhdistystä suurista urheiluseuroista ja uskonnollisista yhteisöistä aina pieniin muutaman hengen yhdistyksiin. Valtio ei tue ohjelmatuotantoa, ainostaan ohjelmien lähetystoimintaa ja jäsenyhdistykset rahoittavat itse omat ohjelmansa. Frikanalenilla on kaksi palkattua työntekijää, ja parhaillaan rakennetaan teknistä alustaa, joka tekee mahdolliseksi televisio-ohjelmien lähettämisen internetissä ja mobiililaitteissa. Koska julkinen rahoitus koskee vain lähetystoimintaa, haaste on siinä kuinka kanava saa järjestetyksi ohjelmatuotantoja tasapuolisesti kaikille jäsenyhdistyksille. Jokainen yhdistys, joka haluaa lähettää ohjelmaa Frikanalenilla maksaa lähetyksajastaan, ja tämä malli suosii luonnollisesti niitä yhdistyksiä joilla on rahaa käytössään. Nuorten yhdistykset tekevät poikkeuksen, koska nuoret osaavat hyödyntää tekniikkaa ja tehdä laadukkaita ohjelmia pienilläkin resursseilla. Suurimmat ohjelma-ajan käyttäjät ovat isoja organisaatioita kuten Punainen Risti tai uskonnolliset yhdistykset.

Lain mukaan Frikanalen vastaa kanavan ohjelmistokokonaisuudesta, mutta vastuu yksittäisten ohjelmien sisällöstä voidaan luovuttaa ohjelmat tekeville yhdistyksille. Toiminnanjohtaja Finn H. Andreassenin mukaan Frikanalenin toimintaperiaate on auttaa ihmisiä hyödyntämään uutta mediaa tullakseen kuulluksi, tekemään omia ohjelmia ja saamaan niitä mahdollisimman laajaan levitykseen. Tärkein tehtävä on opettaa paikallisille ihmisille, kuinka hyödyntää mediaa, tuottaa ohjelmia ja kuinka toimia mediassa. Andreassenin mukaan on tärkeää, että kaikenlaisilla ihmisillä on foorumi jossa he voivat esittää omia mielipiteitään ja ajatuksiaan. Toinen tärkeä tehtävä on kasvatuksellinen ja koulutuksellinen. Koulutustoiminnan tarkoituksena on auttaa ihmisiä tekemään televisio-ohjelmia ja ymmärtämään kuinka media toimii. (Finn H. Andreassen, haastattelu 20.5.2008)

Frikanalenin toiminta kiinnostaa erityisesti uskonnollisia yhteisöjä, ja heillä on myös rahaa ohjelmien tekemiseen sekä ohjelma-ajan ostamiseen. Kanava on rajoittanut uskonnollisten yhteisöjen ohjelma-ajan neljään tuntiin viikossa, ja tästä ajasta kilpailee keskenään 20 eri uskonnollista yhteisöä. Maanpäällisessä digitaalisessa verkossa syksyllä 2008 aloittavalla Frikanalenilla on käytössään aluksi rajatusti lähetyksia, mutta ongelma poistuu vuoden 2011 jälkeen kun kanava saa lähettää ohjelmaa 24 tuntia vuorokaudessa.

Luulen että omistajayhdistyksillämme ei ole tarkoituksenaan saavuttaa suuria katsojalukuja, vaan heille on tärkeää se, että he voivat tarjota ohjelmia oman yhteisönsä jäsenille televisiokanavan, webin tai mobiilin välityksellä. Ja kun uusi kanava aloittaa, niin myös ohjelmatarjonnan monipuolisuus lisääntyy. Tämä tuo meille uusia yleisöjä ja uusia haasteita. Kun aloitamme lähetykset syksyllä 2008, olemme ensimmäinen kansallinen open channel-toimija digitaalisessa verkossa ja silloin noin puolet kaikista norjalaisista voivat katsoa ohjelmiamme. (Finn H. Andreassen, haastattelu 20.5.2008)

3.5. Muut maat

3.5.1. Iso-Britannia

Ison Britannian televisiomarkkinoita hallitsee perinteisesti BBC jonka katsojaosuus on 22,8 %. Seuraavana on ITV1 19,2 % prosentien osuudella. BBC2 ja Channel 5 katsojamäärät vähenevät samalla kun Channel 4 katsojamäärät pysyvät melko vakaina. Tällä hetkellä tv-markkinoille leimallinen hajaantuminen jatkuu ja suurimmat toimijat panostavat monikanavapalveluihin. (Film, Television and Video in Europe, 2007 Edition, Vol 1.)

Keskeinen muutos Ison Britannian televisiomarkkinoilla on ollut maksu-tv-kanavien tuleminen kaapeli-, satelliitti-, sekä maanpäälliseen verkkoon, ja tämä on lisännyt kilpailua katsojista ja mainostajista. Viimeisten vuosien aikana useimmat maanpäällisessä verkossa toimivat kanavat ovat menettäneet katsojiaan kaapeli-, ja satelliittitoimijoille. Mediakentän yleisen pirstaloitumisen seurauksena katsojamäärien ennustetaan putoavan myös jatkossa (Foster ja Daymon 2002)

Hallitus tekee päätöksen julkisen televisiotoiminnan rahoituksesta useaksi vuodeksi kerrallaan. Rahoitus perustuu katsojilta perittävään tv-maksuun, ja viimeisin päätös

tv-maksun suuruudesta tammikuussa 2007 oli huomattavasti alle BBC:n ehdotuksen. Tällä hetkellä tv-maksu Isossa Britanniassa on 131,50 GBP (199 euroa) ja vuodesta 2012 maksu nousee 151,50 GBP:n eli noin 229 euroon vuodessa. Samaan aikaan Ison Britannian viestintävirasto OFCOM on julkaissut raportin jossa todetaan, että julkisen palvelun televisiotoiminnan tulevaisuus Isossa Britanniassa on laskettu kasvavien katsojalukujen varaan. Markkinoiden hajaantuessa voi olla realistista odottaa, että julkisen palvelun kanavien katsojamäärät eivät tule kasvamaan odotetusti. (The Future of Digital Terrestrial Television 2007)

Iso Britannia on kärkipaikoilla digitaalisten kotitalouksien määrässä Euroopassa, ja analogisten kanavien on määrä lopettaa toimintansa vuoden 2012 loppuun mennessä. Viestintävirasto OFCOMin mukaan maaliskuussa 2007 Isossa Britanniassa oli digitaalisia kotitalouksia 80,5 % kaikista talouksista, mikä tarkoittaa sitä että yli 20,4 miljoonaa kotitaloutta katsoo televisiota digitaalisen verkon kautta. Katselu jakaantuu siten, että maanpäällisen verkon kautta ohjelmia vastaanottaa 8,4 milj., satelliitin välityksellä 8,9 milj. ja kaapeliverkon kautta 3,1 milj. kotitaloutta. Laajakaistaliittymä oli vuoden 2007 alussa yli 50 % kotitalouksista.

Kaupallisten kanavien ja BBC:n yhteenliittymä Freeview ja BSkyB ovat suurimmat digitaalisten televisiopalveluiden tarjoajat, ja keskeisin IPTV-palveluntarjoaja on Video Networks. Video-on-demand -palveluiden tarjonta Isossa Britanniassa on hajanaista ja suurimmat video-on-demand-toimijat ovat Homechoice IPTV ja FilmFlex.

Sääntely ja teknologia

Isossa Britanniassa alueellisen tai yhteisötelevisiion tai -radion perustaminen on ollut hankalaa viime vuosiin asti. Vuonna 2002 toteutetulla RSL (restricted services licence) access radio-pilottihankkeella saatiin aikaan 14 uutta paikallista radioasemaa, ja vuonna 2004 säädettiin pysyväisluontoinen community radio-laki (Community radio-order). Samaan aikaan Labour-puolue yksityisti ja kaupallisti laajasti radio- ja televisiotoimintaa, ja Isossa Britanniassa sallittiin median ulkomainen omistus. Käytännössä tämä tarkoitti yhdysvaltalaisien tv-yhtiöiden lähetystoiminnan aloittamista maassa. (Hederström 2004)

Community Radio Orderin myötä useat kaupungit ja taajamat ovat saaneet käyttöönsä yhden tai kaksi analogista FM-taajuutta. Lähetystoimintaan voidaan käyttää myös AM-taajuuksia, jos keskipitkien taajuuksien määrä on rajallinen. OFCOM ei näe mitään esteitä myöskään digitaalisten paikallisradioiden (DAB) syntymiselle.

Toimiluvat tulevat jakoon kerran vuodessa ja lupakausi kestää enintään viisi vuotta. Toimiluvat jaetaan vain yhdistyksille ja järjestöille, ei yksittäisille henkilöille. Myöskään kunnat, poliittiset tai uskonnolliset yhteisöt eivät voi saada toimilupaa. Toimilupien myöntämisen yhteydessä OFCOM joutuu harkitsemaan myös sitä, mikä vaikutus ei- kaupallisella community radiolla on muulle paikalliselle radiotoiminnalle. Harkinnanvaraisesti toimilupaan saatetaan laittaa rajoituksia, jotka koskevat kanavien mainosmyyntiä ja sponsorointia. Ennen kuin toimilupa voidaan myöntää, OFCOMin tekee arvion siitä, mitä hyötyä tai etuja toiminta tuo alueelle.

Television lähetystoiminnassa maanpäälliset taajuudet ovat Isossa Britanniassa rajalliset ja siirtymä digitaaliseen lähetyverkkoon tapahtuu alue kerrallaan vuosina 2008-2012. Alueellisen ja yhteisötelevision näkökulmasta on kiinnostavaa kuinka uudet digitaaliset taajuudet jaetaan, ja mikä tulee olemaan julkisen palvelun ja yhteisötelevisioiden oma tulevaisuus tässä yhtälössä. (Digital UK 15.5.2008)

Alue- ja yhteisötelevisiotoiminta

Isossa Britanniassa community media sisältää television, radion ja internetin yhteisömediatoimijat. Osa televisiokanavista toimii rajoitetulla toimiluvalla ja on katsottavissa paikallisesti free-to-air- tyyppisinä analogisina kanavina. Osa kanavista toimii kaapeliverkossa tai satelliittivälitteisesti. Vielä 4-5 vuotta sitten maassa oli melko huonosti kehittynyt community media-sektori, mutta uusi community radio-laki on johtanut kasvuun toimijoiden määrässä. Kattojärjestö Community Media Associationiin (CMA) kuuluu tällä hetkellä noin 300 yhteisömediatoimijaa. Lisäksi on lukuisa määrä erilaisia ruohonjuuritason toimijoita.

Viestintävirasto OFCOM on määritellyt sosiaalisen saavutettavuuden kriteeristön, joka yhteisöradioiden ja televisioiden pitää täyttää saadakseen toimilupa, joka myönnetään viideksi vuodeksi kerrallaan. Näitä kriteerejä ovat sosiaalinen saavutettavuus, voittoa tavoittelematon toiminta, yhteistyövalmius alueellisten organisaatioiden ja asukkaiden kanssa sekä vastuullinen toimintatapa. Yksi tulevaisuuden haaste Isossa Britanniassa on saada toimiluvan haltijat toimimaan pitkäjänteisesti ja suunnitelmallisesti. (Community Radio Order 2005)

Instute of Local Televisionin johtaja Dave Rushtonin mukaan Isossa Britanniassa ajatellaan community media-sektorin olevan kokonaan irrallaan kaupallisesta ja julkisen palvelun toiminnasta.

1990- luvun alusta lähtien community median on ajateltu olevan kansallisessa mediakentässä ”paikallisen julkisen palvelun kolmas pyörä”. (Rushton 2007)

Iso Britannia on kuitenkin hyvä esimerkki maasta, jossa regulaatiota on kehitetty niin että community media on löytänyt oman paikkansa kansallisessa mediakentässä. Yhteisötelevisiot ovat paikallisessa omistuksessa ja niiden ohjelmisto on tarkoitettu paikalliselle väestölle tai rajatuille kohderyhmille. Kanavat toimivat useimmiten julkisen palvelun periaatteiden mukaisesti ei-kaupallisesti yhteisön rahoituksella ja resursseilla. Muodollista tai valtiollista toimilupajärjestelmää televisiotoiminnalle ei ole, ja paikallisteleviotoimintaa säädellään lähetystoimintaa koskevassa laissa (The Broadcasting Act) vuodelta 1996 sekä viestintälaissa 2003 (Communications Act) jossa community median toimintaperiaatteita on pyritty selkiyttämään.

Rajoitettu televisiotoimilupa (Restricted Television Service Licences, RTS) säädettiin Viestintälaissa 1996, ja se sallii paikallisen, kaupallisen televisiotoiminnan. Lupa on voimassa neljä vuotta ja luvan saaja voi itse päättää, toimiiko hän kaupallisesti vai ei-kaupallisesti. OFCOMin tilaston mukaan eri puolilla Isoa Britanniaa on 16 paikallista RTS- toimiluvan haltijaa ja kaikki toimivat analogisessa verkossa. Kanavat ovat hyvin erilaisia, toiset toimivat kaupallisesti ja toiset ideologispainotteisesti.

RTS- toimiluvanhaltijat ovat vaatineet selvennystä siihen kuinka heidän toimintansa turvataan pitkällä tähtäimellä, kun digitaalisen verkkoon siirtyminen tapahtuu.

Viestintälaki sallii paikallisten televisio-ohjelmien lähettämisen maanpäällisessä digitaalisessa verkossa, ja tällä hetkellä Community Media Association kampanjoi uuden toimilupajärjestelmän puolesta, jossa sallittaisiin digitaalisessa verkossa myös yhteisötelevisiotoiminta. OFCOM on päättänyt että vuoden 2012 jälkeen analogiset taajuudet eivät ole enää käytössä, ja tarkoitus on että voimassa olevat paikalliset RTS-toimiluvat laitetaan uudelleen hakuun.

Yhteisötelevisiot ja RTS-lisenssillä toimivat televisiokanavat rahoittavat toimintaansa usein eri tavoin. Monet saavat tukea eurooppalaisilta, kansallisilta ja paikallisilta rahastoilta, järjestöiltä ja organisaatioilta. Yhtenäistä rahoitusmallia ei ole, ja useat myyvät kanavilleen mainosaikaa sekä hankkivat sponsorirahoitusta.

Esimerkinä Channel 7

Paikallinen televisiokanava perustettiin vuonna 1988 ja se toimii kaapeliverkossa North and North East Lincolnshiressä. Kanava on 70 000 ihmisen tavoitettavissa ja ohjelmat lähetetään omalta studiolta. Kanava perustettiin alun perin paikallisten asioiden foorumiksi, ja se on onnistunut tehtävässään Virgin Median rahoituksen turvin. Noin 63 % paikallisista asukkaista katsoo säännöllisesti kanavan ohjelmatarjontaa. Kanava poikkeaa aiemmista esimerkeistä siinä, että Channel 7 on enemmän lifestyle- tyyppisen ohjelmiston välittämiseen keskittynyt ja arkipäiväisistä aiheista ohjelmia tekevä kanava, kuin tiettyjen yhteisöjen tai intressiryhmien mediafoorumi.

Kanava pyrkii välittämään katsojille sellaisia ohjelmia jotka suoraan tai epäsuorasti tukevat ja edistävät paikallisia asioita ja aloitteita, tai välittävät paikallista tietoa. Keskeisellä sijalla ohjelmistossa ovat kasvatukseen, alueyhteisön kehittämiseen, taiteeseen, työttömyyden ehkäisemiseen ja talouteen liittyvät ohjelmat. Kanavan verkkosivuilla on ohjelmien videoclippejä sekä ohjelma-arkisto, jossa voi katsoa aiempaa ohjelmistoa. Kanava järjestää myös erilaista koulutusta televisiotyöstä kiinnostuneille. (Channel 7 21.5. 2008)

Isossa Britanniassa mietitään community median mahdollisuuksia myös kasvatuksen ja koulutuksen näkökulmista. Mediakasvatus (media literacy) voisi osaltaan olla mukana ratkaisemassa yhteiskunnan sosiaalisia ongelmia. Koulutukseen varatut rahat menevät suoraan kunnille, ja ihmiset eivät yleensä mieti mediaa kun puhutaan sosiaalisista arvoista tai kasvatuksesta. Mutta media koskettaa kyllä kaikkia yhteiskunnan osa-alueita. Jos esimerkiksi nuorella on huonot kokemukset koulusta, media voi antaa hänelle runsaasti sovellettavaa tietoa, osaamista ja itsevarmuutta. Välttämättä tällainen toiminta ei takaa työpaikkoja, mutta se saattaa olla väline identiteetin löytämiseksi ja itsevarmuuden kasvattamiseksi. (Peter Lewis, haastattelu 27.5.2008)

Kanavan ohjelmia ovat esimerkiksi (1) NunnyTV. Nunsthorpen yhteisötelevisio, jonka ohjelmaidea on tarjota tekniset resurssit kuten kamerat, editointilaitteet ja lähetystekniikka paikallisille asukkaille, jotka puolestaan suunnittelevat ja toteuttavat ohjelmien sisällöt. (2) Street-beat. Tanssikoulu, jossa opetellaan erilaisia streetdancetyylejä sekä opetellaan laittamaan erilaisia ruokia. (3) Chi-Konjaku Shin. Ohjelmassa tutustutaan itämaiseihin taistelulajeihin.

3.5.2. Hollanti

Hollannin julkisen palvelun yhtiö NPO koostuu 21 kanavasta. Yhtiön keskeinen toimija on yleisradioyhtiö NOS joka toimii sekä ohjelmien tuottajana että koordinoi ja johtaa muita julkisen palvelun kanavia. Julkinen palvelu kattaa kaikkiaan 17 erilaista televisiokanavaa eri kohderyhmille. Vuonna 2006 viestintälakia muutettiin ja julkisen palvelun rahoitusta leikattiin yhteensä 11 milj. euroa.

Hollannin analogiset maanpäälliset kanavat lopetettiin vuonna 2006, ja vuoden 2007 loppuun mennessä digitaalisen verkon piirissä oli noin 500 000 vastaanottajaa. Kaapeliverkko kattaa lähes 95 % vastaanottajista, ja must carry-periaate sisältää julkisen palvelun kanavat sekä alueellisen radio- ja televisio toiminnan. Satelliittikanavien kautta ohjelmia vastaanottaa noin 10 % katsojista, ja ne ovat suosittuja erityisesti maahanmuuttajien keskuudessa. (European Audiovisual Observatory Vol.1 2007, De Wit 2007)

92% hollantilaistalouksista on käytössä maksu-tv. Yksityisellä sektorilla suurimmat televisioyhtiöt ovat SBS Broadcasting kanavillaan Net-5, SBS6 ja Veronica, ja NTL Netherland kanavilla RT4, RTL5 ja RTL 7. Viime vuosina perinteisten tv-yhtiöiden markkinoille ovat tulleet IPTV -palveluntarjoajat samoin kuin useimmissa Euroopan maissa.

Muuta televisiotarjontaa edustavat muun muassa (1) Uskonnolliset tv-kanavat (esimerkiksi Boeddhistische Omroep Stichting, Joodse Omroep, Nederlandse islamitische Omroep), (2) Poliittisten puolueiden kanavat (esimerkiksi Democraten 66, Groen Links, LPF, Onafhankelijke Senaatsfractie) (3) Valtakunnallisten kanavien aluekanavat (esimerkiksi SBS6 regio Amsterdam e.o., SBS6 regio de kop van Noord-Holland, SBS6 regio Gooi en Eemland), ja (4) Paikalliset televisiokanavat (esimerkiksi Stichting Omroep Drenthe ja Stichting Omroep Gelderland.

Mediarahasto Stimuleringsfonds voor de Media tarkoitus on saavuttaa Hollannissa sellainen mediatarjonta, joka vastaa yhteiskunnan tämänhetkisiin tarpeisiin ja kulttuuriseen monimuotoisuuteen. Rahasto tukee laajasti erilaisia toimijoita ja tutkimusta, ja se pyrkii kasvavassa määrin rahoittamaan nimenomaan mediakentän innovatiivista toimintaa.

Sääntely ja teknologia

Useimmat alueelliset radio- ja televisiokanavat Hollannissa toimivat maanpäällisessä verkossa. Ja vaikka niille ei ole määritelty julkisen palvelun mukaista tehtävää, niiden toimintaperiaatteena on suuren yleisön palveleminen, mikä on sovittu viestintälakissa vuodelta 1988. Aluetelevisiolähetyksiä Hollannissa on tehty 1970-luvulta lähtien, ja alkuvaiheessa niitä sai välittää vain kaapeliverkon kautta. Nykyään paikallisradioiden käytössä ovat myös FM-taajuudet.

Alueellisen radio- tai televisiokanavan on oltava yhtiömuotoinen, ja sen pääasialliseksi tehtäväksi toimiluvassa on kirjattu paikallisia asukkaita ja yhteisöjä hyödyttävien, alueellisten ohjelmien tuottaminen ja lähettäminen. Useimmat paikalliskanavat ovat omaksuneet tämän perustehtävän ja tekevät ohjelmia paikallisista aiheista paikallisille asukkaille. Kanavien perusresurssi on

vapaaehtoistyö. Paikallisten radio- ja televisiokanavien toiminnassa voidaan laskea olevan mukana yhteensä yli 20 000 - enimmäkseen vapaaehtoista – harrastajaa. Suurimpien kanavien kuten RTV Drenthen työntekijämäärä on 100, joista noin neljännes toimii kanavan erilaisissa työtehtävissä ja noin kolme neljäsosaa ohjelmatuotannossa.

Alueellisilla kanavilla Hollannissa työskentelee palkattuina työntekijöinä yhteensä noin 500 ihmistä. Pääasiassa he toimivat johtotehtävissä kuten kanavajohtajina tai vastaavina tuottajina ja toimittajina. Noin 95 % kanavien työntekijöistä toimii vapaaehtoisperiaatteella.

Lain mukaan meidän täytyy huomioida ohjelmissamme paikalliset asukkaat. Alueellamme asuu paljon maanviljelijöitä, joten teemme runsaasti ohjelmaa heille. Lisäksi teemme paljon ohjelmia turisteille. Emme tee paljoakaan ohjelmia esimerkiksi lapsille, koska he eivät varsinaisesti katso kanavaamme, meidän katsojamme ovat pääasiassa yli 30-vuotiaita. Yritämme selviytyä ilman mainosmyyntiä, joten periaatteessa olemme julkisen palvelun yhtiö. (Gerrit Meijering, haastattelu 14.5 2008)

Alueellinen radio- ja televisiotoiminta rahoitetaan pääosin mainostuotoilla. Mutta mainosrahoitus on vain lisä- tai täydentävä rahoitus, koska markkina-alueet ovat liian pieniä. Vuoteen 2000 asti kunnilla oli lain mukaan oikeus periä paikallista tv-maksua asukkailta. 60 kuntaa ehti ottaa tv-maksun käyttöön ennen kuin siitä luovuttiin vuonna 2000, jolloin myös radio- ja tv-maksuista luovuttiin Hollannissa kokonaisuudessaan. Nykyään julkisen palvelun toiminta rahoitetaan kokonaan verovaroin ja korvaukseksi menetetyistä tv-maksuista kunnille alettiin maksaa korvausta noin 7.6 milj. euroa vuodessa (1,06 euroa/ asukas). Ongelmaksi muodostui kuitenkin se, että kunnat eivät käyttäneet rahaa siihen mihin se on tarkoitettu eli yhteisömediatoiminnan kehittämiseen. (De Wit 2007)

Alue- ja yhteisötelevisiotoiminta

Monet kunnat tukevat alueellista radio- ja televisiotoimintaa erilaisilla verojärjestelyillä ja rahastoilla. Suoraa valtionrahoitusta kanavat eivät saa, mutta valtio rahoittaa paikallisradioiden ja televisioiden yhteisjärjestö OLONin (Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland) toimintaa. (Hederström 2004)

Ei-kaupallisena yhdistyksenä toimivaan OLONiin kuuluu 296 erilaista yhteisömediatoimijaa, joista televisiokanavia oli 130. Määrällisen kasvun lisäksi OLONin jäsenkenttä on monimuotoistunut ja muuttunut pelkästä radio- ja televisiotoiminnasta niin, että tällä hetkellä toimintaa on FM- verkossa, kaapeliverkossa, ja internetissä on-demand- palveluina sekä erilaisina tietokantapalveluina. OLON neuvottelee parhaillaan myös lähetysoikeuksista maanpäällisessä digitaalisessa verkossa. OLONin hallituksen jäsen Peter de Wit kertoo että vuosibudjetti on tällä hetkellä noin 1 milj. euroa. Puolet vuosituotoista koostuu jäsenmaksuista (376 euroa/ kanava) sekä jäsenille suunnatusta palvelutoiminnasta (noin 300 000 euroa). 470 000 euroa on suoraa tukea valtiolta julkiseen palveluun varatusta määrärahasta. (De Wit 2007)

Kanavien toimilupa on haettu Hollannin viestintäviranomaiselta (Commissariaat voor de Media) ja se on voimassa viisi vuotta. Kanavat rahoittavat pääosin toimintansa julkisin varoin ja lisärahoitusta ne hankkivat mainosten myynnillä. Kaikki kanaville

ohjelmia tekevät yhteisöt myyvät itse oman mainosaikansa ja mainoksista tehdään sopimus OLONin kanssa. OLONilla puolestaan on velvollisuus valvoa kanavien mainontaa kokonaisuudessaan.

OLONiin kuuluu kaikkiaan yhdeksän kanavaa, joista kolme on televisiokanavia ja kuusi radiokanavia. Televisiokanavista yksi on paikallinen uutiskanava jonka ohjelmat tehdään ammattilaistuotantoyhtiön toimesta, ja näihin ohjelmiin käytetään paljon resursseja. Toinen televisiokanava on nuorille suunnattu Fenix, ja loput ovat public access-tyyppisiä radio- tai televisiokanavia. OLONin jäsenyhdistykset ostavat kanavilta ohjelma-aikaa, joka maksaa radiossa 4,80 euroa tunnilta, studioaika 4,80 euroa tunnilta ja televisio-ohjelma-aika 30 euroa tunnilta.

Amsterdam on yksi maailman monikulttuurisimmista kaupungeista ja siellä on noin 180 erilaista ryhmää tai yhdistystä. Toiminnanjohtaja Rudolf Burman mukaan OLON on erittäin tärkeä näille ryhmille. Burma kertoo haastattelussaan, että kaikille ohjelmatyöstä kiinnostuneille opetetaan perustiedot- ja taidot ohjelmien tekemisestä, laeista, tekniikasta ja osaamisesta.

Koska OLONilla on myös lukuisia radiokanavia, tekijänoikeusmaksumme ovat vuodessa noin 150 000 euroa. Emme saa näyttää ohjelmissamme väkivaltaa, tai kansallisuuksien ja rotujen välisiä ristiriitaisuuksia. Mutta tarkoitus on kuitenkin tarjota ohjelma-aikaa niin antiglobalisteille kuin liberalisteille. Lähetämme ohjelmia 26 eri kielellä - kielillä joista en ole koskaan kuullutkaan - muun muassa urdulla ja punjabilla, ja verkkosivuillamme vierailaan joka kuukausi noin 92 eri maasta. Tämä kertoo vähän siitä kuinka monikulttuurisessa ympäristössä me toimimme. Olemme suurin paikallinen julkisen palvelun yhtiö maailmassa kanavien määrissä ja toiminnan laajuudella mitattuna.

Olemme tärkeä mediafoorumi Amsterdamissa, koska valtamedian tekijät eivät huomioi riittävästi monikulttuurisuutta kaupungissamme. Kun puhutaan journalismista ja kulttuurisista vähemmistöistä, median mahdollisuuksien hyödyntäminen on erittäin tärkeää. Ja kun näet ohjelmiamme tason, niin hämmästyit. Käytämme sanaa ”mediawise” tai ”mediawisdom”, jota täytyy olla jokaisella, jotta voisi osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun. Täytyy myös tietää kuinka ohjelmia tehdään, jotta voisi välttyä median manipuloinnilta (Rudolf Burma, haastattelu 21.5.2008)

Joissakin kunnissa on asetettu rajoituksia alueellisten medioiden toiminnalle ja rahoitukselle. Tämän vuoksi OLONin aloitteesta suunnitteilla oleva laki tulisi muuttamaan valtion rahoitusjärjestelmää siten, että julkinen tuki ohjattaisiin jatkossa suoraan paikallisille yhteisömediatoimijoille. Laki on neuvottelukierroksella parlamentissa ja sillä on ainakin toistaiseksi puolueiden tuki takanaan. (De Wit 2007)

3.5.3. Yhdysvallat

Eurooppalaisen ja yhdysvaltalaisen yhteisötelevisio-ero voidaan nähdä suhteessa julkisen palvelun televisiotoimintaan, jonka merkitys Euroopassa on keskeinen ja Yhdysvalloissa marginaalinen. Julkisen palvelun (Public Broadcasting Service PBS) keskeinen tehtävä Yhdysvalloissa on kaupallisen tarjonnan vastapainoksi tuottaa sellaisia ohjelmia joita kaupalliset kanavat eivät tarjoa, kuten kulttuuri- ja opetusohjelmia sekä dokumentteja.

Useat Federal Communications Commissionin (FCC) aiheistoihin perustuvat tutkimukset osoittavat, että Yhdysvalloissa paikallisuus ja monimuotoisuus kärsivät

mediamarkkinoiden keskittymisestä. Suurten yleisöjen tarpeet sanelevat ohjelmatarjonnan, eikä kulttuurisesti monipuolisen ohjelmiston lähettäminen ole tv-yhtiöille kannattavaa. (Cooper 2007)

Yhteisötelevisio (public access-television) on osa kansalaismediaa ja tarkoittaa lähinnä yksityisten tai pienten yhteisöjen televisiotarjontaa kaapeliverkossa. 2000 luvun alussa Yhdysvalloissa oli noin 2000 yhteisötelevisiokeskusta (PEG-center) joista paikallisia kaapeliyhtiöitä oli noin 37 %, ei-kaupallisia kanavia 26 %, paikallisia julkisrahoitteisia kanavia 21 % sekä erilaisia koulujen ja oppilaitosten kanavia noin 13%. (Linder 1999)

Kaapeliverkon lähetystoiminnasta säädetty laki Cable Franchise Policy and Communications Act vuodelta 1984 velvoittaa kaapelioperaattoreita varaamaan kanavapaikan ei-kaupallista lähetystoimintaa varten. Lisäksi operaattoreiden täytyy rahoittaa teknologiaan ja jakeluun liittyvää paikallisten asukkaiden koulutusta. Sellaisilla kunnilla joiden alueella toimii yksi tai useampi kaapelitelevisioyhtiö, on oikeus kerätä kaapeliyhtiöltä maksu jolla rahoitetaan osittain myös public access-toimintaa.

Ei- kaupallisen televisiotoiminnan periaatteet Yhdysvalloissa ovat hyvin samankaltaiset kuin Euroopassa, eli paikallisten asukkaiden ja yhteisöjen televisiotarjonnan monipuolistaminen sekä asukkaiden osallistumisen edistäminen yhteisön toimintaan. Public access-toimintaa ovat myös radiossa ja internetissä välitettävä paikallinen ja yhteisöllinen ohjelmatarjonta.

Yhdysvaltalainen mediatutkija Laura Linder on määritellyt yhdysvaltalaisen public access- toiminnan keskeiseksi tavoitteeksi yhteisöllisyyden luomisen, ja tätä varten on välttämätöntä tarjota yhteisöille teknisiä resursseja ja koulutusta. Tavoitteena on luoda sellaisia median toimintaympäristöjä, joissa yhteisöt voivat tuottaa paikallisia televisio-ohjelmia ja monipuolistaa alueellista tiedonsaantia, mediatarjontaa ja osallistumista. Ohjelmatuotannoissa mukana olevien ammattilaisten tehtävä on opettaa paikallisille asukkaille teknisiä ja tuotannollisia taitoja. (Linder 1999).

Esimerkkinä PEG-center

Tyypillinen public access-tv on PEG-center (Public – Education – Government) jonka kaapeliverkossa lähetettävät ohjelmat ovat yhteisön (kunta, kaupunki, taajama, yhteisö) tai niiden yksittäisten jäsenien tekemiä. Monilla PEG-kanavilla ohjelmatuotannosta vastaavat poliittiset tai uskonnolliset ryhmittymät. Ja samat ohjelmat yleensä kiertävät kanavalta ja alueelta toiselle. Opetusohjelmia tekevät ja tuottavat kasvatukselliset yhteisöt kuten päiväkodit, koulut tai aikuisoppilaitokset. Kunnallisia ohjelmia tuottavat kunnan toimielimet. Nämä ohjelmat voivat olla esimerkiksi kunnanhallituksen kokousten videointeja, tiedotusasioita tai paikallisuutisia. Lain mukaan kunnilla on PEG-centereiden lähetysoikeudet sekä kaikki sisällöllinen vastuu ohjelmista. PEG-centerit toimivat liittovaltion toimiluvalla, jonka mukaan luvanhaltijalla tulee olla tuotantoresurssit, osaaminen sekä kanavapaikka paikallisessa kaapeliverkossa.

Käytännössä PEG-centereiden toiminta on usein tasapainoilua ilmaisunvapauden, kaapelioperaattoreiden ja ohjelmatuotannon välimaastossa. Kaapelioperaattori kerää

kanavien tilaajilta tv-maksut, joista osa tuloutetaan PEG-centereille. On tavallista että sopimusten neuvotteluissa on ongelmia kunnan viranomaisten kanssa, ja että kaapelioperaattoreiden keräämät maksut ovat myöhässä. Tai että kunnan viranomaiset pyrkivät rajoittamaan kanavien toimintaa. Kanavat ovat kohdanneet haasteita myös kaupallisten kaapelijättien taholta, joiden liikevoitosta käytetään muutamia prosentteja PEG-centereiden rahoitukseen. Yhdysvaltojen suurimmat kaupalliset kaapeliyhtiöt Comcast, AT&T ja Verizon ovat olleet ajamassa merkittävää lakiuudistusta, jonka tarkoitus on vähentää tai lopettaa PEG-centereiden rahoitus kokonaisuudessaan.

Linderin mukaan public access-tv on elänyt uhan alla ja kaupallisen televisiotoiminnan varjossa koko olemassaolonsa ajan. Hän esittelee tavoitteellisen ohjelman jonka tarkoitus on tehdä public access-tv:sta eräänlainen kansalaisten ”Hyde Park” (soap box). Tähän tavoitteeseen pääsemiseksi tarvitaan tietoisuuden lisäämistä public access-toiminnasta, oma-aloitteisuutta, aktiivisuutta, rahoitusta, medialukutaidon lisäämistä, yhtenäistä regulaatiota, yhtenäiset jakelukanavat sekä toimijoiden järjestäytymistä saman kattojärjestön (Alliance of Community Media) alle. (Linder 1999)

Alliance for Community Median verkkosivuilla on listattu vuonna 2007 Yhdysvalloissa toiminnassa olleet PEG-centerit, joita on kaikkiaan 373 public-kanavaa, 108 educational-kanavaa ja 233 government-kanavaa. Kanavien määrä ei aina korreloi asukasmäärään. Esimerkiksi New Yorkin osavaltiossa jossa on noin 19 miljoonaa asukasta, on vähemmän kanavia kuin esimerkiksi Minnesotassa (5 miljoonaa asukasta) tai Michiganissa (10 miljoonaa asukasta). Alliance of Community Media on verkkosivuillaan määritellyt tehtävänsä seuraavasti:

Demokratian ylläpitämiseksi ihmisten täytyy olla aktiivisia osallistujia, kasvatettuja ajattelemaan kriittisesti ja vapaita ilmaisemaan itseään. Alliance for Community Median tehtävä on edistää demokraattisen yhteiskunnan päämääriä varmistamalla, että ihmisillä on pääsy mediaan sekä tehostamalla viestintää ja median yhteisöllisyyttä. (Alliance for Community Media 25.5.2008)

Muuttuvassa teknisessä toimintaympäristössä yhdysvaltalaiset public access -yhtiöt investoivat koulutukseen ja teknologiaan toimiakseen uusilla jakelualustoilla. Viime vuosina mediamarkkinoille on ilmestynyt runsaasti uusia sovelluksia kuten blogit, facebookit, YouTube, Rss- syötteen. Ja useat PEG-centerit ovat ottaneet nämä uudet välineet käyttöönsä palvellakseen paremmin alueensa yhteisöjä.

Esimerkinä The Public Broadcasting Service (PBS)

The Public Broadcasting Service (PBS) on yksityinen, ei-kaupallinen mediayritys jonka jäseniä ovat yhdysvaltalaiset julkisen palvelun ei-kaupalliset televisioasemat. PBS saavuttaa ohjelmillaan noin 73 miljoonaa ihmistä joka viikko, ja sen keskeinen tarkoitus on tarjota vaihtoehtoista ohjelmistoa television katsojille ja internetin käyttäjille. 168 toimiluvanhaltijaa ylläpitää yhteensä 355 ei-kaupallista televisiokanavaa kaikissa osavaltioissa. Kanavista 86 on kunnallisten organisaatioiden tai yhteisöjen, 56 lukioiden tai yliopistojen, 20 osavaltion kanavia ja kuusi paikallista opetus- tai kunnalliskanavaa.

Kanavat tuottavat korkealaatuisia dokumentteja, draamaa, ja lisäksi PBS on digitaalisten verkko-opetusisältöjen suurin tuottaja Yhdysvalloissa alle 12-vuotiaille.

PBS ei ole public access-tv, eikä se ole osa PEG- toimintaa. PBS:n toiminta rahoitetaan osin hallituksen rahoituksella, osittain yksityisillä apurahoilla ja avustuksilla. PBS valvoo jäsenkanaviensa televisio-ohjelmien hankintaa, jakelua, koulutuspalveluita, uusmediahankkeita, erilaisia rahankeräyshankkeita, teknologian kehitystä sekä ohjelmien markkinointia.

PBS-toiminnan periaatteet:

1. Sisällön yhtenäisyys (editorial integrity). PBS:n toiminta perustuu katsojien luottamukseen, ja osaamiseen monimuotoisten ohjelmien tuottajana ja jakelijana.
2. Laatu (quality). Valitessaan televisio-ohjelmia kanaville PBS hakee korkeaa laatua, ja keskeisiä ohjelmien valintakriteereitä ovat luovuus, taiteellisuus, todenmukaisuus, tasapainoisuus, oikeudenmukaisuus, innovatiivisuus, uskottavuus ja tekninen osaaminen.
3. Monimuotoisuus (diversity). Saavuttaakseen paikalliset asukkaat ja tarjotakseen katsojille monipuolista ohjelmistoa kanavan täytyy tuntea paikalliset tarpeet.
4. Paikallisten kanavien autonomia (local station authonomy). Julkisen palvelun suurin potentiaali saavutetaan silloin kun se palvelee paikallisten yhteisöjen yksilöllisiä tarpeita. (The Public Broadcasting Service 25.5. 2008)

Vaikka public access- tyyppiset televisiokanavat ovat Yhdysvalloissa marginaalissa toiminnan volyymin mitattuna, ne tarjoavat kaupalliselle televisiotoiminnalle paikallisen vaihtoehdon tiedon tuottajana ja yhteisöllisten kokemusten kanavana. Kohderyhmäajattelussaan ei-kaupallinen televisiotarjonta lähtee siitä periaatteesta, että sen ohjelmat on lähtökohtaisesti tarkoitettu laajoille kohderyhmille. Eikä ohjelmien rahoittajina ole sellaisia yrityksiä tai intressitahoja, joiden tavoitteet pitäisi huomioida ohjelmasisällöissä.

Mediatarjonnan ja uusien välineiden konvergenssi sekä omistajuuden keskittyminen aiheuttavat tarjonnan yksipuolistumista ja kentän pirstaloitumista. Mutta samalla median merkitys kasvaa yhteisöllisyyden näkökulmasta. Merkittävää tässä kehityksessä on se, että väline sitoo yhteen kansallisen ja paikallisen. Ja tarjoaa ihmisille vaihtoehtoisia välineitä reflektoida, heikentää tai vahvistaa omaa ja yhteisönsä identiteettiä. (Tapper, 2000)

4. Yhteenveto: alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan yhteisistä piirteistä eri maissa

Yleisesti voidaan sanoa että yhteisötelevisio elää julkisen palvelun ja kaupallisen televisiotoiminnan välisessä puristuksessa. Vielä ei ole myöskään kokemuksia siitä, kuinka maanpäällisen verkon digitalisointi Euroopan maissa vaikuttaa sektorin toimintaan. Toisaalta internet ja maanpäällinen digitaalinen verkko tuovat kanaville lisää potentiaalisia katsojia. Ja toisaalta tekijöiltä puuttuu osaamista, resursseja ja kansallisen regulaattorin tuki. Esimerkiksi Englannissa yhteisötelevisiopotentiaalinen yhteistyökumppani BBC on jäänyt kaupallisen televisiotoiminnan jalkoihin, ja valtiollisen mediakontrollin ylläpitäminen on vaikeampaa kuin aikaisemmin. (The State of Community Media in the European Union 2007)

Vaikka eurooppalainen alue- ja yhteisötelevisiokenttä on monimuotoinen ja hajanainen, lainsäädäntöön nojaava toiminta on tärkeää kaikille yhteisömedian tekijöille. Joitakin johtopäätöksiä voidaan tehdä siitä, mitkä tekijät yhdistävät alue- ja yhteisötelevisioita vertailun kohteina olevissa maissa: (1) Paikallisuus. Paikalliset ihmiset tekevät ohjelmia paikallisista aiheista paikallisille asukkaille, (2) Ei-kaupallisuus. Riippumaton julkinen rahoitus ja/ tai rahoitus monesta eri lähteestä, vapaaehtoistyö on keskeinen toiminnan resurssi. (3) Itsenäisyys. Halu toimia itsenäisesti ja pienimuotoisesti, (4) Lainsäädäntö. Pyrkimys siihen että toiminta on hyväksytty osa kansallista mediapolitiikkaa, ja että sillä on laillinen status, (5) Kansalaisdemokratia. Toimiminen erilaisten ihmisten ja yhteisöjen mediafoorumina, kansalaisten äänen saaminen kuuluville, (6) Ohjelmatarjonta. Vaihtoehtoinen ohjelmatarjonta ja ohjelmien monimuotoisuus, tehdään sellaisia ohjelmia joita ei näe muilla kanavilla, 7) Organisoituminen. Järjestäytyminen kansallisesti kuten Öppna Kanaler Ruotsissa tai OLON Hollannissa. (7) Mediakasvatus. Kriittisyyden opettaminen jatkuvasti kasvavaa mediatarjontaa kohtaan.

Maasta riippumatta keskeisesti nousee esille kysymys toiminnan jatkuvuuden turvaamisesta osana maanpäällisten verkkojen digitalisoimisprosessia. Keskeinen on myös kysymys siitä kuinka yhteisötelevisiotoiminta pitäisi huomioida osana kansallista mediapolitiikkaa lainsäädännön ja julkisen rahoituksen näkökulmista. Alla olevaan matriisiin on kerätty keskeiset tiedot maiden alue- ja yhteisötelevisiotoiminnasta rahoituksen, sääntelyn, toiminnan tavoitteiden ja lähetysteknologian näkökulmista. Koska toiminta on hajanaista ja monimuotoista yksittäisenkin maan sisällä, kohta ”Toiminnan tavoitteet” edustaa vain tässä kartoituksessa esillä olleiden toimijoiden tavoitteita.

Kuva 5.

| | SUOMI | RUOTSI | NORJA | TANSKA |
|----------|--|---|--|--|
| Rahoitus | Mainosrahoitteinen tai avustukset rahastoilta ja järjestöiltä. | Ei suoraa ohjelmatoiminnan tukea valtiolta. Useimmat toimivat ei-kaupallisesti ja vain muutama rahoittaa toimintansa mainostuotoilla sekä sponsoreiden rahoituksella. | Valtio ei tue ohjelmatuotantoa, ainoastaan ohjelmien lähetystoimintaa. Toiminta mainosrahoitteista ja luvanhaltijoilla on yksinoikeus alueelliseen toimintaan. | Valtion rahoitus koostuu perusrahoituksesta kanavien toiminnan ylläpitämiseksi sekä erillisestä avustuksesta ohjelmatoimintaa varten. Mainonta on ohjelmissa kielletty, mutta ei sponsorointi. |

| | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|
| Säätely | Maanpäällisessä televisio- ja radioverkossa ohjelmistolupa jonka myöntää valtioneuvosto. | Operaattori on velvoitettu antamaan verkko yhdistysten ja yhteisöjen käyttöön. Ohjelmisto ei saa sisältää mainoksia. | Ei toimilupamaksua. Luvanhaltijoilla yksinoikeus alueelliseen toimintaan. | Must carry-velvoitteissa edellytetään että kaupalliset televisioasemat lähettävät kanavillaan community media-ohjelmistoa. |
| Toiminnan tavoitteet | Kielellisen ja kulttuurisen identiteetin vahvistaminen (ruotsinkielinen rannikkoseutu). Lisäksi erilaisia kaupallisia ja yleishyödyllisiä yhteisö-tv- kokeiluja. | Media demokration, integraation ja monimuotoisuuden välineenä. Asukkailla oikeus itse organisoida paikallinen televisiotoiminta ja tuottaa ohjelmasisältö. | Auttaa ihmisiä hyödyntämään uutta mediaa tullakseen kuulluksi, tekemään omia ohjelmia ja saamaan niitä levitykseen. | Etnisten ja muiden vähemmistöjen äänen saattaminen kuuluville sekä toimiminen tasa-arvon puolesta. |
| Lähetysteknologia | Maanpäällinen digitaalinen verkko ja kaapeliverkko (Turku-tv). Kaapeliverkko (Närpes, Kristiinankaupunki ja Vaasa), lupa myös digitaalisessa verkossa. | Kaikki paikalliset televisiokanavat toimivat kaapeliverkossa. | Käytössä kaapeliverkot ja analogiset taajuudet. Ensimmäinen ei-kaupallinen televisiokanava Frikanalen aloittaa maanpäällisessä digitaalisessa verkossa 2008. | Käytössä maanpäällinen verkko sekä kaapeliverkko. Varattu taajuus ei-kaupalliseen toimintaan aloittavassa digitaalisessa verkossa. |
| Toimivia kanavia | När-tv, KRS-tv, Turku TV, Tampereen kaupunkitelevisio, lisäksi netissä toimivia kaupunki- ja yhteisötelevisioita kuten basso.tv, M2Hz | 24 Västra Östergötland, 24 Norrbotten, BTTV, Kanal 12, Kanal Lokal Dalarna Värmland, Kanal Lokal Norrland, Kanal Lokal, ST TV, Öppna sekä Kanaler-kattojärjestön kanavat, esim. Öppna Kanalens Växjö | NRK.n 16 aluekanavaa, Frikanalen | 223 paikallista tv-kanavaa joista 113 maanpäällisessä verkossa ja 110 kaapelissa, esim. Invandrer TV |

Kuva 6.

| | HOLLANTI | ISO BRITANNIA | YHDYSVALLAT (PEG) |
|----------------------|---|---|--|
| Rahoitus | Toiminta rahoitetaan jäsenmaksuilla ja mainostuotoilla. Perusresurssi on vapaaehtoistyö. Suora valtion tuki vain kattojärjestö OLONille. Monet kunnat tukevat paikallista radio ja tv- toimintaa. | Yhtenäistä rahoitusmallia ei ole ja useat kanavat myyvät mainosaikaa ja hankkivat sponsorirahoitusta. Monet saavat tukea rahastoilta, järjestöiltä ja organisaatioilta. | Kaapelioperaattori kerää kanavien tilaajilta tv-maksut, joista osa tuloutetaan PEG-kanaville. |
| Säätely | Toimilupajärjestelmä. Luvassa kirjattu tavoitteeksi paikallisia asukkaita ja yhteisöjä hyödyttävien, alueellisten ohjelmien tuottaminen ja lähettäminen. | Muodollista tai valtiollista toimilupajärjestelmää televisiotoiminnalle ei ole. Osa kanavista toimii rajoitetulla toimiluvalla. | Kunnilla on oikeus kerätä yhtiöltä maksu jolla rahoitetaan PEG-toimintaa. Lisäksi kaapeliyhtiöiden täytyy varata kanava ei-kaupallista toimintaa varten. |
| Toiminnan tavoitteet | Median mahdollisuuksien hyödyntäminen on oltava jokaisen oikeus. Mediakasvatuksen näkökulma on erittäin tärkeä. | Kanavat ovat hyvin erilaisia, toiset toimivat kaupallisesti ja toiset ovat ideologisesti painottuneita. | Tarkoituksena rikastuttaa paikallisten yhteisöjen toimintaa antamalla heille tilaisuuksia tuottaa omia |

| | | | |
|------------------------|--|---|---|
| | | | ohjelmia ja käsitellä niissä omia aiheita. |
| Lähetys- teknologia | Useimmat toimivat maanpäällisessä verkossa. Lisäksi käytössä FM- ja kaapeliverkko. | Osa kanavista toimii kaapeliverkossa ja osa satelliittikanavina. | Ohjelmat välitetään kaapeliverkon kautta. |
| Toimivia kanavia | Amsterdamin kaupunkitelevisio Salto. Yhteisjärjestö OLON, jolta 130 tvkanavaa ostavat ohjelma-aikaa. Esitys kolmella varsinaisella tv-kanavalla – uutiskanavalla, nuorisokanava Fenixillä ja open acces-kanavalla. | CMA:n jäsenenä 300 yhteisötoimijaa, free-to-air – analogisia kanavia rajoitetuilla toimitiluvilla, esimerkkinä Channel 17 | Kaapeliverkossa toimivia PEG-center-kanavia, esimerkkinä PBS – mediayritys, jolla 355 ei-kaupallista kanavaa. |

Toimivia esimerkkejä eurooppalaisesta alue- ja yhteisötelevisiosta ovat norjalainen Frikanalen sekä hollantilainen OLON. Frikanalen aloittaa lähetykset digitaalisessa verkossa syksyllä 2008 ja tähtää taloudellisesti kannattavaan toimintaan. Toiminnan käynnistämisen tekee mahdolliseksi Kulttuurinministeriöltä saatava rahoitus, joka on vuositasolla noin 2,5 milj. NKR. Tämän lisäksi kanavan lähetystoiminta on siirtymävaiheen ajan ilmaista, eikä Frikanalen joudu maksamaan toimitiluvasta. Jatkossa Frikanalen aikoo rahoittaa toimintansa mainoksilla ja sponsorirahoituksella.

Hollantilainen alueellisten ja yhteisömediatoimijoiden kattojärjestö OLONin toiminta on erittäin aktiivista ja keskeisessä asemassa Amsterdamin monikulttuurisen maahanmuuttajayhteisön mediafoorumina. OLONin jäsenkanavat eivät saa suoraa valtionrahoitusta, mutta valtio rahoittaa OLONin toimintaa julkisen palvelun määrärahasta 1 milj. eurolla vuodessa. Tämä on noin puolet OLONin kaikista tuloista ja toinen puoli koostuu yhdistysten jäsenmaksuista sekä näille yhdistyksille suunnatusta palvelutoiminnasta. OLON on laajentanut toimintaansa viime vuosina ja tällä hetkellä toiminta kattaa kaapeliverkon lisäksi FM-verkon, internetin on-demand- ja erilaiset tietokantapalvelut.

Laajakaistan nopeudet kasvavat koko ajan ja yhteisömedia on löytänyt paikkansa myös internetissä. Laajakaistaliittymien määrän lisääntyessä yhteisömedian tekijät saavat ohjelmilleen lisää vastaanottajia nimenomaan verkossa. Verkko mahdollistaa myös vuorovaikutteisen toiminnan, ja tämä muuttaa lähtökohtaisesti yhteisömedian sisällöntuotantoa ja jakelua. Lisäksi useimmilla yhteisötelevisiokanavilla on verkkosivuillaan on-demand- tyyppisiä palveluja, mistä ei ole kovin pitkä matka siihen että yhteisötelevisioiden tekijät ja vastaanottajat löytävät toisensa internetissä tai mobiileissa laitteissa. (The State of Community Media in the European Union 2007)

Mediakenttä on muuttunut uusien välineiden (myspace, facebook, wikit, blogit) myötä niin että isot mediayritykset eivät enää pysty kontrolloimaan mediaa, eivätkä vastaamaan paikallisiin viestintätarpeisiin. Median käyttäjistä ja vastaanottajista on tullut toimijoita jotka tuottavat aktiivisesti erilaisia online- mediasisältöjä verkkoon. Kansalaisten tekemät ohjelmat ja uutisjournalismi ovat yhteisötelevisioiden yksi keskeinen päämäärä.

Ruohonjuuri-journalismi (grassroots journalism) tarjoaa jatkuvasti tuoreita sisältöjä uusille mediavälineille, joiden avulla tiedon kerääminen, käsittely ja jakelu on helppoa. Teknologian mahdollisuuksien ymmärtäminen sekä käytännön teknologiaosaaminen ovat välttämättömiä kansalaisjournalismin toteutumiseksi.

Voidaan myös sanoa, että teknologian lisäksi kansalaisten tyytymättömyys mediatarjontaan muuttaa median toimintaympäristöä. (Gillmor 2007)

Vertailtavina olevissa maissa alue- ja yhteisötelevisio on muotoutunut useamman vuosikymmenen kuluessa, aina kulloinkin olemassa olevien resurssien, tekniikoiden, lainsäädännön ja kulttuuristen tekijöiden pohjalta. Vielä toistaiseksi televisio on oma mediavälineensä, jolla on ihmisten arjessa oma käyttötarkoituksensa ja -tilanteensa. Mutta tuotantovälineisiin, sisältöihin ja talouteen liittyvä konvergenssi muuttaa toiminnan mahdollisuuksia niin, että jos julkiseen rahoitukseen tai regulaatioon liittyviä kansallisia päätöksiä pitäisi tehdä nykytilanteessa, toiminta voisi järkevintä toteuttaa internetissä. Myös useimmat haastateltavat olivat sitä mieltä, että muuttuvan yhteisömedian tulevaisuus on internetissä.

5. Katse tulevaan: alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan tulevaisuus toimijoiden haastatteluissa

Haastattelututkimuksen avulla selvitettiin, miltä alueellinen ja yhteisöllinen televisio näyttävät televisiokentän keskeisten toimijoiden, alan asiantuntijoiden ja potentiaalisina pidettyjen toimijoiden näkökulmista. Teemahaastattelujen ja verkossa tehdyn kyselytutkimuksen avulla kartoitimme suomalaisten toimijoiden näkemyksiä alueellisen ja yhteisöllisen television toimintamuodoista, toiminnan keskeisistä esteistä ja ihanteellisista toimintaedellytyksistä sekä tulevaisuuden kehitysnäkymistä.

5.1. Haastattelujen ja kyselytutkimuksen motivaatio ja metodologiset lähtökohdat

Laadullisen tutkimusotteen valitseminen kirjallisuuskatsauksen tueksi johtuu siitä, että sitä yleisesti ottaen pidetään soveltuvana tutkimuskohteisiin, joissa selvitetään vaikeasti hahmoteltavissa olevia, vielä kehittymässä olevia ilmiöitä (Esim. Eskola ja Suoranta 2003, Alasuutari 2006). Laadullisen tutkimuksen avulla on mahdollista tarkastella toteutuneiden alue- ja yhteisötelevisiomallien ja tilastoitujen ja raportoitujen faktojen lisäksi televisiokentän toimijoiden käsityksiä tulevaisuuden kehityksistä sekä kartoittaa toimijoiden arvioita vallitsevasta tilanteesta.

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui teemahaastattelun ja strukturoidun ja laadullisen kyselytutkimuksen yhdistelmä. Teemahaastattelulla tarkoitetaan vain kevyesti strukturoitua haastattelumenetelmää (Esim. Hirsjärvi & al. 2003, Suoninen 2004). Tutkija lähestyy haastateltavaansa ennakkotietojen ja taustatutkimuksen avulla rakennetun teemaluettelon kanssa. Teemaluettelo toki jäsentää haastattelua, mutta olennaista on, että tutkija on valmiina keskittymään tarkemmin haastateltavan näkökulmasta tärkeisiin teemoihin ja reagoimaan vastakysymyksiin ja tarkentavin kysymyksiin yllättäviinkin tietoihin. Teemahaastattelu edellyttää siis hyviä perustietoja tutkimusalueesta sekä hyvää ymmärrystä tutkimusmenetelmästä ja sen vaatimasta tilannekohtaisesta osallistumisesta ja luovimisesta. Teemat, joita haastateltava ei koe olennaisiksi, on osattava muotoilla haastateltavalle niin, että yhteinen kommunikaatiopinta löytyy ja haastateltavan käsitykset voidaan hyödyntää. Haastattelustrategiaa kutsutaan tällöin interventionistiseksi (ks. esim. Suoninen 2003).

Teemahaastattelujen haastateltavat valikoituivat niin sanotun lumipallo-otannon avulla. Teemahaastatteluihin valikoimamme muutama avainhenkilö laajensi haastateltavien määrää ehdottamalla oman näkemyksensä mukaan keskeisiä alan toimijoita. Näin katsoimme saavamme edustavan otoksen televisioalan varsinaisista toimijoista sekä asiantuntijoista ja muista alaan vaikuttavista tahoista (menetelmästä ks. Esim. Kantola 2002).

Teemahaastatteluun keräsimme tietoa kaiken kaikkiaan neljäntäkymmeneltäkahdelta alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan näkökulmasta keskeiseltä toimijalta, joiksi tutkimuksessa määrittelimme valtakunnalliset televisiotoimijat, alueellista televisiotoimintaa harjoittaneet tai tällä hetkellä harjoittavat tahot sekä niin sanotut potentiaaliset toimijat. Potentiaalisina toimijoina lähestyimme muun muassa

maakuntalehtien, radioalan, teleoperaattoreiden sekä tuotantoyhtiöiden toimijoita. Lisäksi haastattelimme televisiotoiminnasta päätöksiä tekeviä, sitä valvovia ja suunnittelevia virkamiehiä, tutkijoita, teknologia-asiantuntijoita ja järjestöjen edustajia. Valitun otantamenetelmän näkökulmasta keskeinen oli kysymys ”kenen kanssa näistä teemoista kannattaisi keskustella?”. Se laajensi haastateltavien kenttää, mutta osoitti myös sen, että kun riittävän laaja toimijoiden joukko oli haastateltu, haastateltavat nimesivät lähinnä jo haastateltuja henkilöitä merkittäviksi informanteiksi. Tämä osoittaa lumipallo-otannalla kerätyn aineiston saavuttaneen ns. saturaatiopisteensä (ks. esim. Alasuutari 2006) – useimmat haastattelut tuskin olisivat enää lisänneet ymmärrystä toimintakentästä merkittävällä tavalla.

Verkon välityksellä toteutetun kyselytutkimuksen laadimme osin strukturoiduksi, sillä oletimme näin toimimalla saavamme enemmän vastauksia kiireisiltä toimijoilta. Jätimme kuitenkin lomakkeeseen mahdollisuuden kommentoida niin kysymyksiä kuin tarjoamiamme vastauskategorioita sekä perustella omia valintoja näistä kategorioista. Avoimiin kenttiin saimme paljon vastauksia, jotka vahvistivat ja täydensivät teemahaastatteluin kerätystä materiaalista tehtyjä johtopäätöksiä. Koska kyselytutkimus tehtiin melkoisen laajana, se mahdollistaa yleistysten tekemisen. Lisäksi se avasi pohdittavaksi joukon konkreettisia kysymyksiä, joihin ylätason toimijoiden teemahaastatteluissa ei päästy käsiksi.

Kyselytutkimuksessa alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kenttää laajennettiin entisestään. Lähetimme nettikyselylomakkeen 699 henkilölle, jotka toimivat valtakunnallisen, alueellisen tai yhteisöllisen televisiotoiminnan kentällä tuottajina, tekijöinä, asiantuntijoina tai kouluttajina/opettajina. Myös potentiaalisten toimijoiden kenttää laajennettiin, ja kysely lähetettiin lähestulkoon kaikille televisiotuotannon kanssa tekemisissä oleville tuotantoyhtiöille, uuden median ja luovan talouden hankkeille, paikallisille kaapelioperaattoreille, maakuntalehdille, paikallisradioille, verkkoviestinnän ja mobiiliteknologian toimijoille, mainonnan ja markkinoinnin ammattilaisille sekä peliteollisuuden edustajille, järjestöille ja erilaisille internetissä toimiville televisuaalista viestintää ja liikkuvaa kuvaa hyödyntäville yhteisöille. Kyselyyn vastasivat lisäksi monet virkamiehet, asiantuntijat ja tutkijat. Vastausprosentti oli reilu 20 – saimme kyselyyn 141 vastausta.

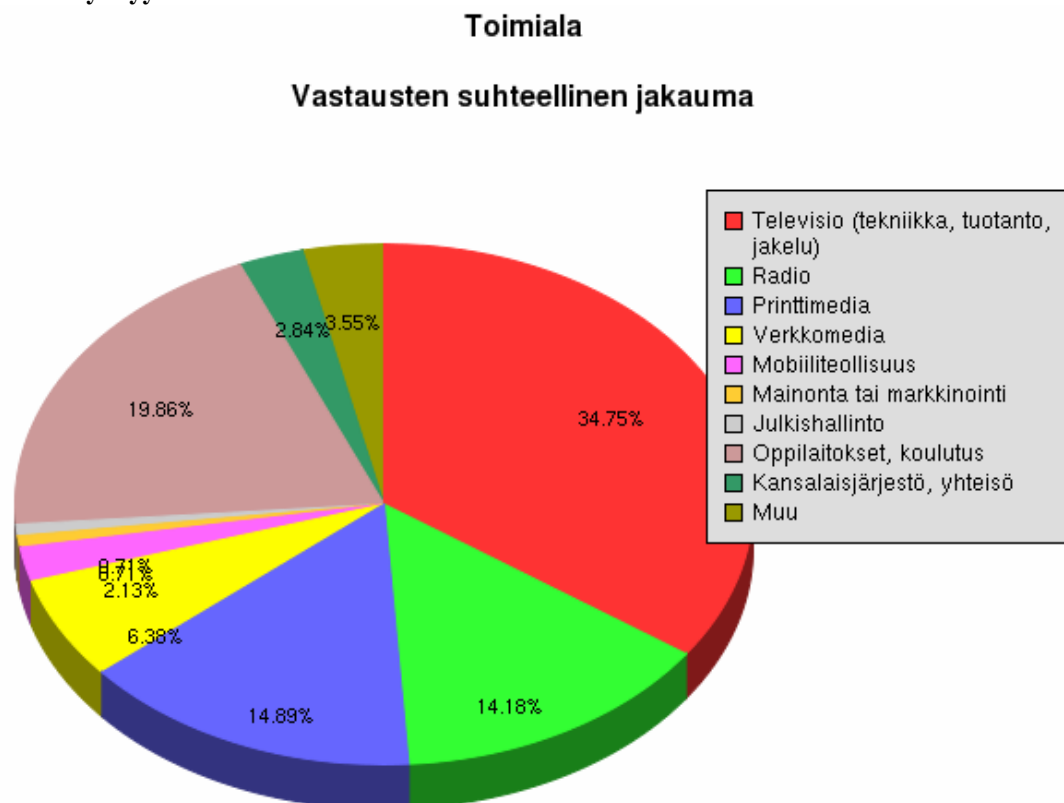
Haastatellut ja kyselytutkimukseen osallistuneet voi karkeasti jakaa toiminnan ja toimialan perusteella seuraaviin kategorioihin:

- harjoittanut alueellista tai yhteisöllistä televisiotoimintaa
- harjoittaa alueellista tai yhteisöllistä televisiotoimintaa
- potentiaalinen toimija/yhteistyökumppani alueellisen tai yhteisöllisen television kentällä
 - o radio
 - o verkkomedia
 - o maakuntalehti
 - o teleoperaattori
 - o tuotantoyhtiö
- asiantuntija
 - o virkamies
 - o tutkija
 - o tuotantoyhtiö

- valtakunnallinen televisiotoimija
- julkishallinnon edustaja
- opettaja/kouluttaja
- tuottaja, sisällöntuottaja
- palveluntarjoaja (esim. kaapelioperaattorit, teleoperaattorit tms.)

Haastatellut ja kyselyyn vastanneet eivät asetu luokitteluun täysin yksiselitteisesti, sillä osan toimijoista voi esimerkiksi ajatella olevan samanaikaisesti sekä televisiotoiminnan harjoittajia että asiantuntijoita. Varsinkin kyselytutkimuksen analyysissä pidimme kuitenkin tärkeänä vastausten suhteuttamista vastaajan sijoittumiseen kentällä, sillä eri toimijaryhmillä näytti olevan erilaisia käsityksiä niin televisiotoiminnasta kuin sen tulevaisuuden potentiaalista. Luettelo haastatelluista henkilöistä löytyy liitteestä 3 ja luettelo organisaatioista, jonne kyselytutkimus on lähetetty, löytyy liitteestä 4. Liitteistä löytyy myös teemahaastattelurunko (liite 1) sekä verkkokyselylomake (liite 2). Kyselyyn vastanneiden toimialajakauma näkyy kuvasta 7.

Kuva 7: Kyselyyn vastanneiden toimialat



Teemahaastattelujen tarkoitus oli tuottaa tietoa siitä, millainen on keskeisten toimijoiden näkemys alueellisesta ja yhteisöllisestä televisiotoiminnasta, sen ongelmista, esteistä ja ihanteellisista olosuhteista. Pyysimme haastateltavia pohtimaan myös alueellisen ja yhteisöllisen television tulevaisuutta muuttuvassa mediakentässä, teknologian kehitystä, monimediamalleja ja kansalaisten osallistumismahdollisuuksia.

Haastatteluja ja kyselylomakkeita lähestyttiin metodisesti hyvin yksinkertaisesti. Strukturoitujen lomakekyselykohtien analyysi tapahtui tilastollisesti SPSS-ohjelmaa

käyttäen. Laadullisten tekstikohtien (haastattelut ja kyselyjen avoimiin kysymyksiin saamamme vastaukset) analyysiä ohjasivat kolme periaatetta.

- 1) Ensinnäkin suhtauduimme haastateltaviin informanteina ja etsimme heidän puheestaan suoraan vastauksia Liikenne- ja viestintäministeriön toimeksiannossa esittämiin kysymyksiin ja tiedontarpeisiin.
- 2) Toiseksi haastattelu- ja kyselymateriaalia teemoiteltiin ja tyypiteltiin osana tutkijaluentaa. Pyrimme astumaan ulos haastateltavien henkilökohtaisen argumentoinnin tasolta ja kokoamaan haastateltavien puheista yhtenäisiä näkökulmia, jotka leimaisivat pikemminkin koko televisiotoiminnan kenttää kuin yksittäisten toimijoiden visioita. Kulttuurintutkimuksellisesti haastateltavien puheenvuoroihin suhtauduttiin ns. faktanäkökulmasta käsin (ks. Alasuutari 2006) ja tyypitellen – etsimme yksittäisten argumenttien takaa argumentoinnin yleisempiä rakenteita ja tiivistimme niiden sisältöä. Lopputuloksena syntyi kolme näkökulmaa alueellisen ja yhteisöllisen television tulevaisuuteen.
- 3) Kolmanneksi halusimme illustroida esittämiämme puhetapoja sekä muutenkin nostaa esille haastattelemiemme toimijoiden muotoiluja. Tekstin sisään on sijoitettu valikoima suoria haastattelulainauksia sekä lainauksia kyselytutkimuksen monista avokysymyksistä, joiden toivomme selventävän kunkin näkökulman olemusta ja osoittavan, minkälaisia argumentteja kunkin teeman suhteen näkökulmaan on sisällytetty.

Alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa määrittävät teemat jaoinme neljään ulottuvuuteen: rahoitusmallit, teknologia ja jakelualustat, kulttuurinen toimintaympäristö ja yhteiskunnalliset edellytykset (lainsäädäntö, koulutuspolitiikka ja muut tukitoimet). Tulosten esittäminen on nähdäksemme ekonomisinta tätä jaottelua noudattaen. Jokaisen neljän ulottuvuuden osalta esittelemme muodostuneiden kolmen näkökulman argumentteja sekä osoitamme määrällisen analyysin avulla näkökulmien suhteellista voimakkuutta. Lopuksi esitämme omassa kappaleessaan toimijoiden ehdotuksia alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan edellytysten kehittämiseksi ja parantamiseksi. Viimeiseksi esitämme yhteenvedon analyyseista ja pohdimme analyysin rajoituksia.

5.2 Tulokset: miten alueellisen ja yhteisöllisen television on toimijoiden mukaan mahdollista kehittyä Suomessa

Tähän lukuun on koottu toimijoiden näkemyksiä siitä, minkälaisen edellytysten vallitessa alueellisen ja yhteisöllisen television on toimijoiden mukaan mahdollista kehittyä Suomessa. Luku etenee neljän keskeisen ulottuvuuden, talouden, teknologian, kulttuurin ja oikeudellisten ehtojen ja sääntelyn mukaisesti.

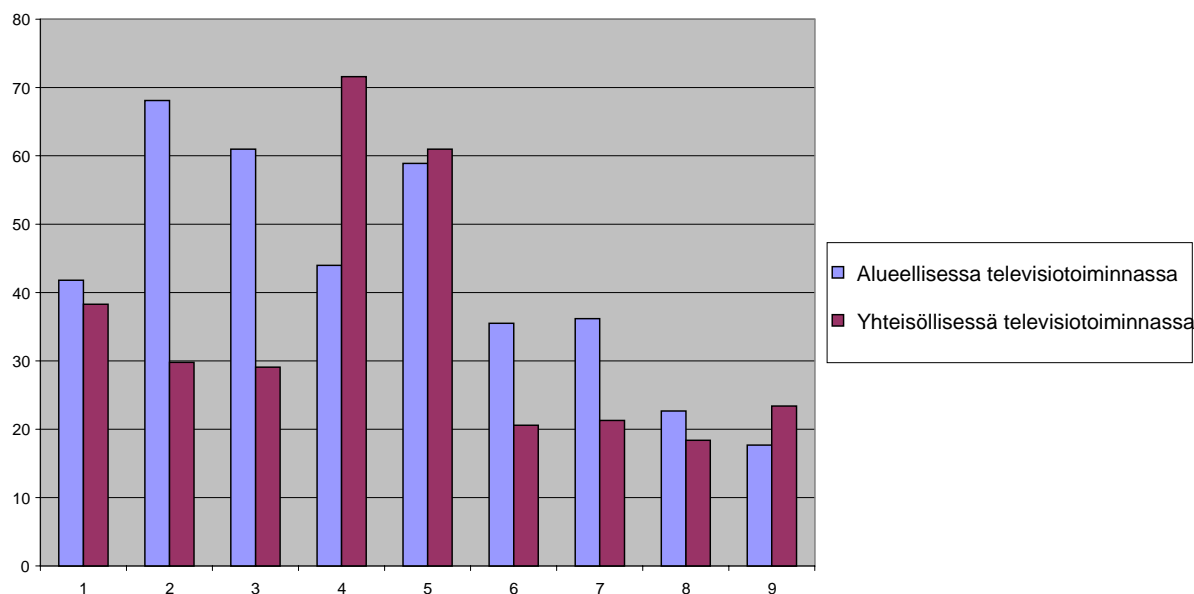
Keskeinen kysymys alueellisen ja yhteisöllisen kenttää ja sen toimintaedellytyksiä kartoitettaessa oli kysymys potentiaalisista toimijoista. Toimintaedellytysten näkökulmasta huomionavoista on, että näkemykset alueellisen ja yhteisöllisen television mahdollisista toimijoista eroavat toisistaan. Alueellisen televisiotoiminnan nähdään rakentuvan jo olemassaolevan alueellisen median toimijoiden ympärille: potentiaalisiksi toimijoiksi nostetaan maakuntalehdet ja paikallisradiot. Yhteistyö

alueellisten oppilaitosten kanssa nähdään oleellisena alueellisen televisiotoiminnan lisäksi myös yhteisölliselle televisiolle. Sen sijaan yhteisöllisen television ensisjaiseksi toimijaksi nousee järjestö- ja yhteisökenttä.

Oheinen kuvio osoittaa, miten näkemykset alueellisen ja yhteisöllisen television toimijoista eroavat toisistaan.

Kuva 8. Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan potentiaaliset toimijat

Ketkä ovat alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan mahdollisia toimijoita



1. Kunnat ja kuntayhtymät
2. Maakuntalehdet
3. Paikallisoradio
4. Järjestöt, yhteisöt
5. Oppilaitokset
6. Teleoperaattorit, kaapeliyhtiöt
7. Valtakunnalliset televisiokanavat
8. Muut valtakunnalliset mediat
9. Kirjastolaitos

5.2.1 Talouden haasteet

Tähän lukuun on koottu haastateltavien näkemyksiä alueellisen ja yhteisöllisen television taloudellisista toimintaedellytyksistä. Alueellisen television toimintamahdollisuuksiin suhtauduttiin melko varauksellisesti; Suomessa pääsääntöisesti kaupallisin perustein toimiva alueellinen televisiotoiminta koettiin talouden näkökulmasta vähintäänkin haasteelliseksi, ellei sitten mahdottomaksi. Taloudelliset haasteet liittyvät niin investointi- ja ylläpitokustannuksiin, työvoimakustannuksiin, suhteellisen pieniin markkina-alueisiin kuin televisiotoiminnan sisällöllisiin kysymyksiin. Mahdolliseen yhteisölliseen televisioon

liittyvät toiminnan käynnistämisen ja ylläpitämisen taloudelliset haasteet nähtiin hyvin samankaltaisina, vaikka jakelualustaksi yhteisölliselle televisiolle lähes pääsääntöisesti kaavailtu internet asettaa haasteet hieman toisenlaisiin suhteisiin keskenään.

Alueellinen televisio ja talous

Alueellisen televisiotoiminnan taloudellinen kannattamattomuus nousi esiin lähes kaikissa haastatteluissa. Taloudellisesti kannattavan televisiotoiminnan näkökulmasta yksittäinen alue, esimerkiksi maakunta, nähtiin pääsääntöisesti liian pienenä markkina-alueena. Pääkaupunkiseutua ja muutamaa suurehkoa kaupunkia lukuun ottamatta Suomi on liian vähäinen väeltään eivätkä alueelliset kanavat kerää ympärilleen riittävän laajaa katsojakuntaa. Pienten katsojalukujen vuoksi mainostuotoin rahoitettua alueellista televisiotoimintaa on vaikea saada kannattavaksi, mistä syystä mainostajia on vaikea saada sitoutettua riittävän pitkäjänteiseen toimintaan. Näkemykset alueellisen televisiotoiminnan potentiaalista voi taloudellisesta näkökulmasta kiteyttää seuraavasti: ”*Jos puhtaana kaupallisesti toimiva alueellinen televisio olisi mahdollinen, se olisi jo toteutunut*”.

Pitkäjänteisen alueellisen televisiotoiminnan aloittamiseen liittyvät investointi- ja ylläpitokustannukset nousivat haastatteluissa keskeiseen asemaan, ja investoidun pääoman huonot tuotto-odotukset karsivat enimmäns osan toiminnasta kiinnostuneista tahoista. Erityisesti terrestriaaliverkossa lähetettävän toimilupatelevision käynnistämiseen liittyvät investointikustannukset ovat suuret eikä toimintaan sijoittamaan valmiita tahoja ole helppo löytää. Lähestulkoon kaikki toimijat nostivat esiin myös rahoittajien lyhytjänteisen voitontavoittelun ja selittivät sillä jo aloitettujen alueellisten ja sisällöllisesti ainakin kohtalaisen kiinnostavina pidettyjen televisiokanavien kuten ATV:n ja Moontv:n kaatumista. T

Kaiken kaikkia toimiluvanvarainen alueellinen televisio näyttäytyi vastauksissa taloudellisesti raskaimpana toteuttaa. Toimiluvan hakemiseen sisältyvien kustannusten lisäksi esiin nostettiin erityisesti jakeluverkkoon liittyvät kustannukset, joita pidettiin suhteettoman korkeina. Digitaalisen hinnoittelu herätti paljon kriittistä keskustelua – alueellisen lähetystoiminnan lähetyskustannukset terrestriaaliverkossa tulevat lähestulkoon samalle tasolle valtakunnallisen lähetystoiminnan kanssa.

Sen sijaan paikallisten jo olemassa olevien kaapeliverkon hyödyntäminen jakelussa mahdollistaa haastateltavien mukaan toiminnan käynnistämisen ja ylläpitämisen pienemmin kustannuksin. Kaapeliverkossa toimivat alueelliset televisiot ovat viime aikoina investoineet digitaalitekniikkaan ja näin sitoutuneet pitkäjänteiseen toimintaan myös tulevaisuudessa. Toiminnan taloudelliset haasteet kuitenkin koskettavat myös näitä tahoja, sillä tehtyjen investointien tuotot kumuloituvat hitaasti ja toiminnan jatkaminen on sekin kallista. Yleisesti ottaen alueellista televisiotoimintaa pidettiin siis taloudellisesti kannattamattomana tai ainakin tuotto-odotuksiltaan erittäin vaatimattomana.

Niin maanpäällistä kuin kaapelivälitteistä jakeluverkkoa pidettiin toimijoiden puheessa raskaana eikä sen kaltaiseen toimintaan juuri löytynyt halukkuutta. Sen sijaan viimeaikaisen teknologisen kehityksen nähtiin pienentävän myös alueellisen

television investointikustannuksia, ja useamman toimijan näkemyksen mukaan ”pienen henkilöauton hinnalla” on mahdollista ostaa toimiva tuotantokalusto varajärjestelmineen nimenomaan internetissä toimivalle televisiokanavalle. Internetin välityksellä jaettavan alueellisen televisiotoiminnan voisi siis käynnistää suhteellisin pienin kustannuksin. Televisiotoimintaan yleisesti liittyvät toiminnan ylläpitämiseen, sisällöllisen kehittämiseen ja sitä kautta työvoimakustannuksiin kytkeytyvät taloudelliset haasteet koskevat kuitenkin myös televisio-ohjelmiston internetissä tapahtuvaa jakelua, eikä nettitelevision mahdollisuuksia rahoittaa toimintaansa esimerkiksi mainosin pidetty kovin suurina.

Teemahaastatteluissa esiin nostetut taloudelliset haasteet näyttäytyivät samankaltaisina myös kyselytutkimuksen valossa. 85 % kyselyyn vastanneista näki alueellisen televisiotoiminnan taloudellisesti kannattamattomana liiketoimintana ja piti joko julkista tukea tai erilaisia monen toimijan muodostamia monirahoitusmalleja useampine päällekkäisine ansaintalogiikkoineen toiminnan perusedellytyksenä.

Kuva 9: Toimijoiden vastaukset väitteeseen alueellisen televisiotoiminnan taloudellisesta kannattavuudesta



Alueellista televisiotoimintaa parhaiten tukevat rahoitusmallit

Alueelliseen televisiotoimintaan suhtauduttiin siis yleisesti ottaen tietyllä varauksella, ja alueellisen televisiotoiminnan puolesta puhuivat lähinnä sitä jo harjoittavat tahot, demokratiaperustaisesta kansalaisten valtaistamista (*empowerment*) merkittävänä

toimintana pitävät tahot sekä tietyin varauksin muuta alueellista mediatoimintaa harjoittavat tahot.

Toimijat esittivät useita mahdollisia malleja alueellista televisiotoimintaa parhaiten tukevaksi rahoitusmalliksi. Ääripäiksi toimijat määrittivät yhtäältä julkisella rahoituksella tuetun ja toisaalta puhtaan kaupallisen logiikan mukaisesti toimivan alueellisen television. Pääsääntöisesti kaupalliset toimijat vastustivat julkista rahoitusta, jonka ajateltiin vääristävän kilpailua jo olemassa olevalla mediakentällä. Yhden alueellisen median tukeminen julkisella rahoituksella koettiin siis pikemminkin uhkana kuin toimivana yhteistyömahdollisuutena.

Kaupallisesta näkökulmasta mahdollisiksi rahoitusmalleiksi nousivat alueellisen television mainosrahoitteisuus, maksu-televisiona toteutettava katsojarahoitteisuus tai niin sanottu monirahoitusmalli, jossa osa tuloista rakentuisi mainosrahoituksesta ja osa esimerkiksi katsojien maksuista.

Mainosrahoitteisen alutelevision ongelma on jo mainittu markkinoiden pienuus sekä mediakulttuurin murrokseen liittyvä yleisöjen fragmentoituminen. Mikäli alueellisen television oletetaan olevan mainosrahoitteista, sen pitää sisällöillään pystyä kilpailemaan valtakunnallisen television kanssa niin voimakkaasti, että mainostajien on kannattavaa mainostaa alueellisella kanavalla ja alueellisen sisällön yhteydessä. Mainosrahoitteiset kanavat myyvät mainospeittoa, eli mainonnan tavoitavuutta tavoitellussa kohderyhmässä. Digitalisoituminen on aiheuttanut niin paljon katselun ja yleisöjen fragmentoitumista, ettei tavoitelluimpien kohderyhmien saavuttaminen enää ole selvää osana suurinta katsojakuntaa. Haastateltavat puhuvat ohjelman osumistarkkuudesta, joka määrittää, kannattaako sen yhteydessä mainostaa. Alueellisen sisällön täytyy olla todella osuvaa, jotta sen osumistarkkuus kilpailisi valtakunnallisen lähetystoiminnan ja erilaisten kohderyhmä- ja niche -kanavien kanssa.

Myös maksutelevisiona toteutettava alueellinen televisio näyttäytyi ongelmallisena nimenomaan sisällöntuotannon näkökulmasta. Mitä niin kiinnostavaa sisältöä on mahdollista tuottaa ja tarjota nimenomaan alueellisesti, että ilmaiseen tai lupamaksuperustaiseen televisioon tottuneet kuluttajat olisivat valmiita maksamaan siitä erikseen. Jos tällaista sisältöä pystytään generoimaan, eikö sitä olisi tuottajan näkökulmasta kannattavampaa levittää valtakunnallisesti?

Monirahoitusmallia pidettiin potentiaalisimpana tapana saada toiminta kannattavaksi ja esimerkiksi nostettiin usein usean rahoittajan mallilla toimivat esimerkiksi ruotsinkielisellä Pohjanmaalla näkyvät Närpes När-tv ja Kristiinankaupungin Krs-tv. Esimerkiksi Närpes När-Tv:n rahoitus perustuu vapaaehtoiseksi käyttäjämaksuksi kutsuttuun katsojarahoitukseen, Svenska Kulturfondenin ja kaupungin suoraan tukeen sekä esimerkiksi tervehdystilan myymiseen kansalaisille uutena vuotena tms. juhlapyhinä.

Monirahoitusmallien lisäksi haastateltavat nostivat esille alueen oppilaitosten kanssa tehtävän yhteistyön, jonka avulla kustannusrakenteet eivät muodostu niin raskaiksi. Yhteistyöllä alueen oppilaitosten kanssa työvoimakustannuksia olisi mahdollista saada alemmaksi ja parhaassa tapauksessa sitoutettua ammattimaisia osaajia

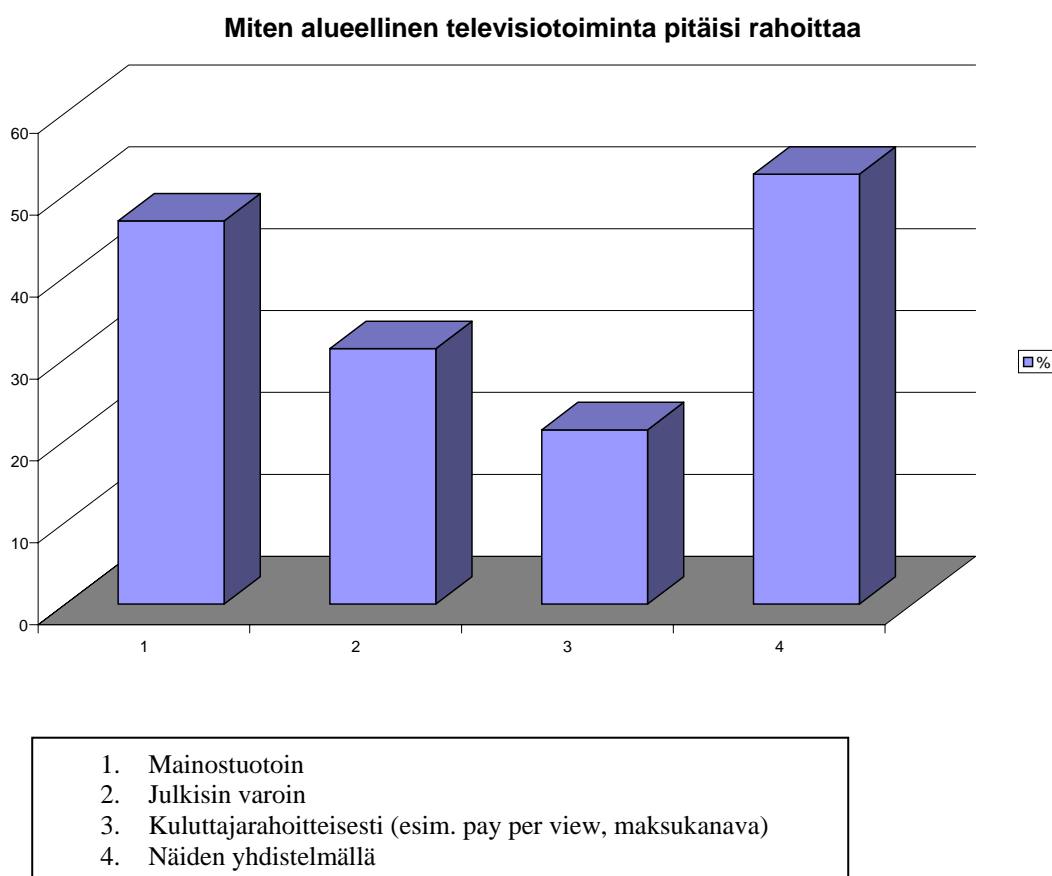
alueelliseen televisiotoimintaan. Myös televisiotoiminnan edellyttämä jatkuvuus saattaisi parhaiten olla turvattu, jos mukana olisi esimerkiksi oppilaitos.

Eräänlaiseksi välimalliksi julkisen rahoituksen ja puhtaan kaupallisen toiminnan välille toimijat esittivät mallin, jossa alueellista televisiotoimintaa kannattavat kunnat osallistuvat kanavien rahoittamiseen. Tällainen malli vaatii kuitenkin selkeät perustelut alueellisen televisiotoiminnan tarpeellisuudelle. Edellytyksenä on, että kuntalaiset kokevat alueellisen televisiotoiminnan sisällöt mielekkäiksi. Ylipäätään alueellisen televisiotoiminnan rahoittaminen julkisin varoin herätti varsinkin kaupallisia mediayhtiöitä edustavien haastateltavien mukaan kysymyksen veronmaksajien varojen käyttämisen oikeutuksesta.

Julkisen rahoituksen mallia kannattivat yhtäältä toimijat, jotka näkivät alueellisen televisiotoiminnan keskeiseksi rooliksi kansalaisten informoimisen, valtaistamisen ja aktiiviseen päätöksentekoprosesseihin osallistuvaan demokraattiseen kansalaisuuteen kannustamisen. Tällä hetkellä tällainen demokrateorioiden ihanteisiin, kansalaisten vapaan itseilmaisun ihanteisiin ja teknologisiin ja taiteellisiin kokeiluihin nojautuva televisiotoiminta toteutetaan pääosin netissä. Esimerkkinä toiminnasta voi mainita huhtikuussa 2008 nettitelevisiotoimintansa aloittaneen M2HZ:n., jonka ohjelmisto voi seurata myös Welhon verkossa DINA-TV kanavalla. Toimijoiden näkemyksen mukaan julkinen rahoitus olisi perusteltua, sillä kanavan tarjonta toisi esiin marginaalista, mutta demokratian ja kansalaisten voimaantumisen kannalta keskeistä kulttuuritarjontaa. Tällaista kansalaislähtöistä toimintaa voisi rahoittaa muun muassa kansanvalistustyön ja sivistystyön sekä kulttuurin ja taiteen tuen perustein. Myös kuntia ehdotettiin toiminnan rahoittajaksi.

Toisaalta julkista rahoitusta perusteltiin alueellisen televisiotoiminnan kulttuurisella merkityksellä. Näiden näkemysten mukaan julkiseen rahoitukseen liittyvin sopimuksin alueellinen televisio voisi saada tuekseen isojen toimijoiden tekniseen ja sisällölliseen tuotantoon liittyviä ammattimaisia resursseja. Alueellisen televisiotoiminnan harjoittaja voisi tällöin olla ”idealistinen toimija”, joka saamansa ammattimaisen tuen turvin voisi toteuttaa aatteelliseen ja yhteisölliseen ideaan pohjautuvaa alueellista ohjelmistoa. Toiminnan ylläpitämiseen tarvittava varainhankinta toteutuisi tässä mallissa kaupallisin perustein (mainonta, käyttäjäveloitus) eli perustaltaan kanavarahoitus olisi edellä esitetyn monirahoitusmallin mukainen.

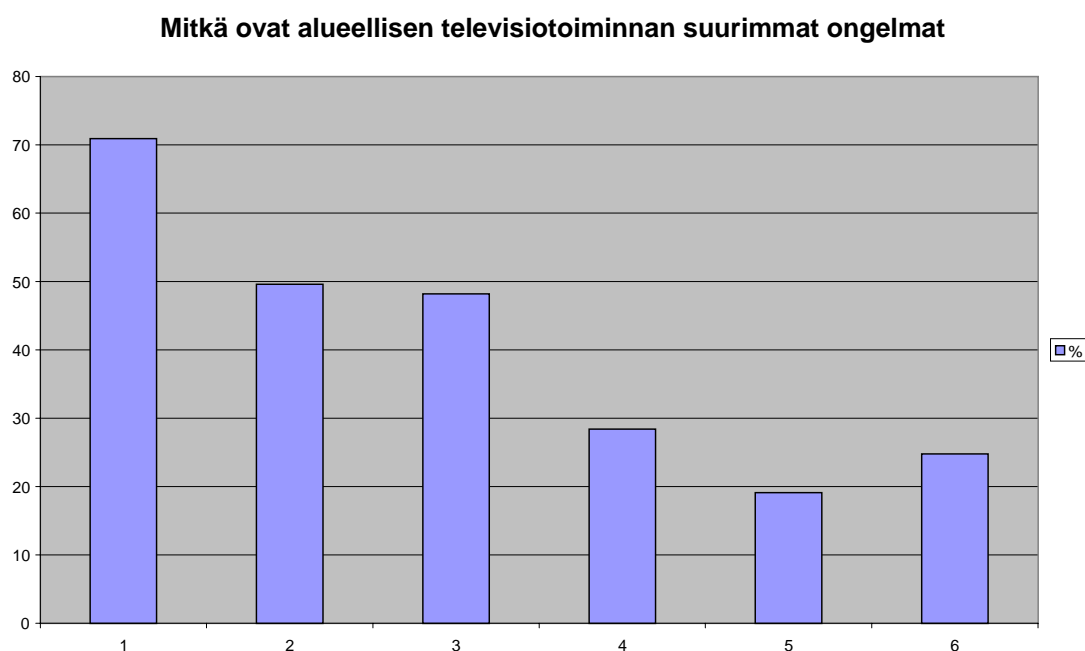
Kuva 10. Alueellisen televisiotoiminnan rahoitus



Mediakulttuurin uudenlainen vuorovaikutteisuus avaa tilaa myös totutusta poikkeaville ansaintalogiikkamalleille. Esimerkiksi teleoperaattorit ja paikalliset kaapeliyhtiöt pohtivat niin sanottuja ugc-sisältöjä näyttäviä kanavia, jotka keskittyisivät katsojien itse tuottamien materiaalien esittämiseen. Tällaisen toimintamallin taloudellinen voitto olisi välillistä ja tapahtuisi mediankäyttäjien sitouttamisen avulla. Toimintamallina UGC ei ole vieras myöskään valtakunnalliselle medialle, sillä niin Yleisradio kuin valtakunnalliset ja maakunnalliset sanoma- ja iltapäivälehdet sekä ilmaisjakelulehdet hyödyntävät lukijoidensa tuottamaa materiaalia (matkapuhelimella otettuja kuvia, tekstiviestejä ja chat-tyylisiä keskustelupalstoja), joilla käyttäjät sitoutetaan tietyn median käyttöön. Etäisesti toiminta muistuttaa demokratiateoriasta noussutta kansalaisjournalismin ihannetta, jonka kulmakivenä on ajatus käyttäjille tärkeiden elämänalueiden ja -kokemusten nostamisesta media sisällöksi. Talouden näkökulmasta voi kuitenkin ajatella, että kysymyksessä on pääasiassa pyrkimys vaikuttaa kuluttajien mediankäytön rutiineihin. (Valtonen & Ojajarvi 2003.)

Toimijoista osa nosti esiin kuluttajaan kohdistuvat taloudelliset paineet: myös ohjelmiston vastaanottaminen on kallista, sillä perinteisten televisiolähetysten vastaanottaminen edellyttää investointeja uusiin televisiolaitteisiin ja/tai digisovittimiin kun taas verkossa lähetettävä televisio edellyttää vastaanottajilta nopeaa laajakaistayhteyttä ja tehokkaita tietokoneita.

Kuva 11. Alueellisen television keskeiset ongelmat



1. Alueellinen televisiotoiminta ei ole taloudellisesti kannattavaa
2. Alueellinen televisiotoiminta tarvitsisi julkista rahoitusta
3. Alueelliselle televisiotoiminnalle ei ole toimivia rahoitusmalleja
4. Yleisöä kiinnostavien alueellisten sisältöjen tuottaminen on vaikeaa
5. Televisiotoiminnan edellyttämää osaamista ei ole riittävästi
6. Televisio ei ole paras väline alueellisen mediasisällön vastaanottamiseksi

Alueellisen television kannattavat sisällöt

Alueellisen televisiotoiminnan käynnistäminen ja ylläpitäminen edellyttää laitteiston yms. teknisten investointien lisäksi kilpailukykyisen osaamisen takaavia työvoimainvestointeja. Alueellinen televisio sisältöineen kilpailee katsojista muiden medioiden ja vapaa-ajanviettopöytäjen kanssa. Haastavassa kilpailussa mukana pysymiseksi alueelliselta televisioltä edellytetään riittävän mielenkiintoisia sisältöjä, joita parhaiten pystyvät tuottamaan vakituiset, ammattimaiset tekijät.

Alueellisuus toiminnan ja kiinnostavien sisältöjen lähtökohtana jakoi haastateltavien näkemyksiä. Yhtäältä haastattelussa toistui alueellisuutta korostava näkemys, jonka mukaan alueellisen sisällön tuottaminen on jo itsessään riittävän mielenkiintoista ja tärkeää. Alueellisen median tehtäväksi nähtiin nimenomaan alueen asioista informoiminen ja alueellisen identiteetin vahvistaminen alueellisia tapahtumia ja henkilöitä esiinnostamalla ja alueellista omaleimaisuutta korostamalla. Alueellisen televisiosisällön kulmakiveksi rakentuisi tällöin esimerkiksi uutistuotanto ja kansalaisia informoiva ja valtaistava kuntatason politiikan julkituominen vaikkapa kunnanvaltuuston kokousten kuvaamisen muodossa. Samansuuntainen näkemys

toistui niin pienillä kuin isoillakin paikkakunnilla, joskin jälkimmäisissä tapauksissa kansalaisten informointi ja valtaistaminen liitettiin suppeampiin aihekokonaisuuksiin, kunnanvaltuuston tapahtumien lisäksi esimerkiksi kaupunginosiin tai jonkin yksittäisen ilmiön ympärille rakentuviin liikkeisiin tai yhteisöihin.

Taloudellisesta näkökulmasta keskeiseksi kysymykseksi nousi tällöin esimerkiksi maakuntalehtien ja alueellisen televisiotoiminnan mahdollinen yhteistyö. Sisällöntuotannon näkökulmasta katsottuna maakuntalehdet tarjoavat sisältöjä, joiden hyödyntäminen myös televisiossa saattaisi olla mahdollista. Televisio-ohjelman tekemiseen tarvittava erityinen osaaminen olisi toki varmistettava, mutta sisällön tuotannon synergialla saattaisi olla mahdollista täydentää ja tukea molempien medioiden toimintaa.

Toisaalta alueellinen lehdistö kerää nykyisessä mediakulttuurissa lähestulkoon kaikki alueen mainostulot. Esimerkiksi Nelosen alueellisen mainonnan osuus on noin 5 % koko mainostuloista. Vaikka alueellinen televisiomainonta on kasvussa, on se vielä vähäistä verrattuna printtimainontaan, ja maakuntalehdet kokevat mainosrahoitteisen alueellisen televisiotoiminnan samoista niukoista resursseista kilpailuksi.

Toisaalta alueellinen televisio nähtiin mediana muiden, niin alueellisten, valtakunnallisten kuin ylikansallistenkin, medioiden joukossa. Tämän näkemyksen mukaan alueellinen televisiosisältö ei ole kilpailukykyistä, ellei se pysty kilpailemaan sisällöillään tasaveroisena muun mediatarjonnan kanssa. Sisällöksi ei tällöin riitä alueellinen näkökulma, vaan ammattimaisen henkilöstön on tuotettava ohjelmaformaatteja, jotka vastaavat valtakunnallisen television haasteisiin. Kustannussyistä tällainen toiminta nähtiin vaikeana toteuttaa, sillä se toisi mukanaan mittavat työvoimakustannukset. Lisäksi toiminta, joka tällä periaatteella kannattaa alueellisesti, kannattaisi todennäköisesti vielä paremmin valtakunnallisesti – motivaatio vain alueelliseen toimintaan olisi vaikeaa löytää.

Haastateltujen näkemykset kiinnostavan alueellisen sisällön toteuttamisesta vaihtelivat sen mukaan, kuinka tärkeänä alueellisuutta toiminnan sisällöllisenä määrittäjänä pidettiin. Alueellinen uutistoiminta koettiin tärkeäksi, mutta yksinään riittämättömäksi perustaksi mainosrahoitteiselle televisiokanavalle. Kaupallisten toimijat nostivatkin esille näkemyksiä, joiden mukaan alueellisuus sisällöntuotannon lähtökohtana ja yhteisörakenteen kiinnekohtana alkaa vähitellen menettää merkitystään. Sen tarve tulee hoidettua alueellisen lehdistön ja esimerkiksi Ylen alueellisen uutistoiminnan kautta. Sen sijaan televisiotoiminnan kaupallisesti merkittävät tulevaisuudennäkymät löytyvät erilaisten ulottuvuuksiltaan jopa globaalien yhteisöjen tavoittamisen suunnasta esimerkiksi niche -kanavien ja on demand -palvelujen muodossa. Toisaalta alueellisen median piirissä toimivat ymmärrettävästi korostivat alueellisuutta ja alueellista omaleimaisuutta sisällöntuotannon keskiössä.

Yhteisöllinen televisio ja talous

Yhteisölliseen televisioon liittyvät talouden näkökulmasta hyvin samankaltaiset ongelmat kuin alueelliseen televisiotoimintaan: televisiotoimintaan sisältyvät

taloudelliset riskit ja toiminnan liiketaloudellinen kannattamattomuus ovat keskeisiä toimintaa rajoittavia tekijöitä.

Yhteisöllinen televisiotoiminta Suomessa on tällä hetkellä varsin vähäistä. Mikäli yhteisöllisyys ymmärretään kulttuuritutkimuksen hengessä väljästi, sitä edustavat edustavat valtakunnallisesti lähetettävien kaupallisten kanavien niche-kanavat, valtakunnallisesti kaapeliverkossa ja nettitelevisiolla näkyvä Taivaskanava TV7 sekä pääosin verkkoa jakelualustanaan käyttävät vahvasti UGC-sisältöihin ja kansalaistoimintaan nojaavat nettitelevisiot. Näistä uusimpia ja näkyvimpiä ovat ehkäpä avoin kaupunkitelevisio M2HZ, kokeileva DINA-kanava, eteläpohjanmaalainen taide- ja kulttuurikanava Trissa-TV, Pet TV sekä kesäkuussa toimintansa aloittava kaupallinen alakulttuurikanava Bassomedian nimikkeen alla.

Yhteisöllisen television tuoreutta kuvaa sen moninainen organisoituminen: esimerkkejä löytyy niin järjestö- ja yhteisökentän sekä koulutuslaitosten yhteistyöstä (M2HZ, DINA) kuin kaupallisesta toiminnasta (Bassomedia).

Yhteisöllinen televisio kilpailee katsojien huomiosta yhtäläillä muun mediatarjonnan kanssa. Sisällöllisesti yhteisöllisen television haasteet kuitenkin eroavat alueellisesta televisiosta: alueellisen televisiotoiminnan kulmakiveksi muodostunut uutistoiminta ei ole yhteisöllisen televisiotarjonnan ytimessä. Sen sijaan yhteisöllinen televisio pyrkii sitouttamaan katsojansa esimerkiksi tarjoamalla jakelualustan näiden tuottamille sisällöille. Hiljalleen vakiintuva yhteisöllinen televisio joutuu vielä ratkaisemaan ohjelmatarjontansa suhteessa muuhun mediatarjontaan – esimerkiksi televisioilmaisulle keskeinen sarjaohjelmisto puuttuu toistaiseksi yhteisöllisestä televisiosta, mutta toimijat näkevät sen mahdollisena ja oleellisena ohjelmaformaattina myös yhteisöteleviisiotarjonnalle.

Yhteisöllistä televisiotoimintaa parhaiten tukevat rahoitusmallit

Näkemykset yhteisöllisen television ihanteellisista rahoitusmalleista vaihtelivat kanavien perusajatuksen mukaisesti: vaihtoehtoina esitettiin rahoitus tai osin julkinen monirahoitusmalli. Julkista rahoitusta tai monirahoitusmallia kannattivat toimijat, jotka näkivät yhteisöllisen television keskeisenä ajatuksena demokratiaperustaisen kansalaistoiminnan. Kaupallisin kriteerein määritelty yhteisöllisyys laajentaa yhteisöllisen television kohti niche-kanavia ja muita kohderyhmille tarkasti suunniteltuja sisältöpalveluja. Näiden toiminta on tietenkin mainosrahoitteista tai kuluttajarahoitteista maksuteleviisiot toimintaa.

Asiantuntijakommentteja

”Yhteisöllistä tv-toimintaa voitaisiin tukea ehkä vain julkisin tuin ja tietysti yhteisön omin varoin. Kulujen pitäisi olla minimissä ja sponsorirahaa tulisi hankkia, mikä vaatii uskomattoman paljon työtä. Erityisesti tällaisissa ”erityisissä” sisällöissä.”

”Yhteisöllinen tv (sellaisenaan kuin itse sen ymmärrän) toimii vain marginaaliryhmän tavoitteiden ja tarpeiden ehdoilla. Rahoitus tulee pääsääntöisesti yhteisön sidosryhmiltä. Julkista tukea yhteisölliselle tv-toiminnalle ei mielestäni tarvita.”

”Toimintaa voitaisiin tukea liittämällä kaupallisten kanavien toimintaan rahoitusmallijakoja. Jos kaupalliset kanavat voivat hyödyntää yhteistä omaisuutta (jakeluverkot), olisivat he mielestäni myös vastuullisia tarjoamaan laadukasta asiaohjelmaa roskaviihteen sijaan. Näin myös rahaa jaettaisiin kotimaisille tekijöille eikä ulkomaisille sijoittajille.”

”Julkisen rahoituksen lisäksi tarvittaisiin alueille eräänlaisia 'fasilitaattoreita': mediakasvattaja-yhteisöyöntekijöitä, joiden tehtävänä olisi sosiokulttuurisen innostamisen hengessä mobilisoida yhteisöjä ja mahdollistaa yhteisöjen osallistuminen, tarjoamalla tarvittavaa koulutusta televisiosisältöjen tuottamisessa. Tällainen rooli voi olla esimerkiksi oppilaitoksella, kunnan palkkaamalla mediakasvattajalla tai kansalaisjärjestöllä. Lisäksi tarvittavan kaluston olisi oltava yhteisöjen ulottuvilla.”

”Ei sitä tarvitse tukea. Jos julkisella tuella pistetään pystyyn kanavia, niitä on pian pilvin pimein tuottamassa epämääräistä ohjelmaa ja vääristämässä samalla kilpailua niiden medioiden kanssa, jotka elättävät itse itsensä.”

”Kokeilut pystyyn, joissa ensinnäkin erittäin kevyt tekninen tuotantoinfrastruktuuri annetaan käyttöön ja toiseksi järjestetään tehokas koulutusmalli yhteisöllisen television tuottamiseksi (sisältö, tuotanto, tekniikka).”

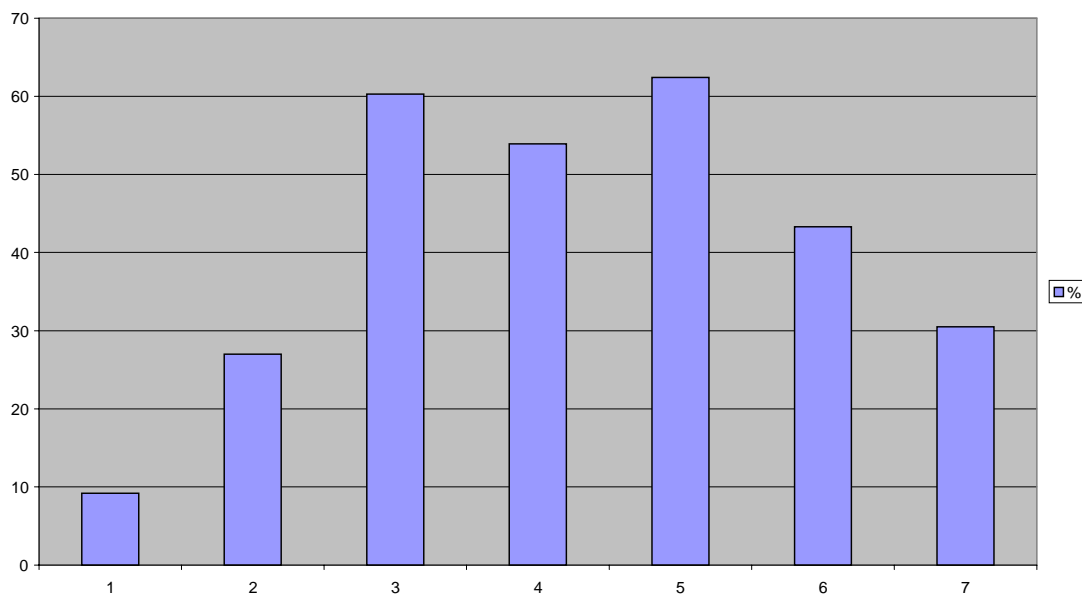
Talouden näkökulmasta riittävän suuren ja rahoittajia kiinnostavan yhteisön löytäminen nähtiin suurena haasteena yhteisötelevisiotoiminnalle. Yhtäältä eksklusiivisten tuotteiden mainostaminen samanhenkiselle yhteisölle (esimerkiksi lumilautailijoille tai ikäihmisille) saattaa olla kannattavampaa kuin yleisesti kaikille suunnattu mainonta, mutta toisaalta riittävän ison ja yhtenäisen yhteisön löytäminen on toiminnan haaste. Yleisesti ottaen täytyy muistaa, että kaupallinen mediakulttuuri on entistä enemmän menossa kohdennetuille osayleisöille suunnattujen sisältöjen ja tuotteiden suuntaan (valtakunnalliset niche-kanavat urheilusta kiinnostuneille, miehille jne., entistä tarkemmin ikä- ja elämäntyyli-ryhmille suunnatut naistenlehdet). Tämän mediakulttuurisen muutoksen imussa myös kaupallinen yhteisötelevisio voisi kehittyä nuoriso- ja musiikkikulttuurien lisäksi esimerkiksi terveyskysymysten, ikääntymisen tai vaikkapa lemmikkieläinharrastuksen ympärille.

Taloudellisesti realistisena mallina yhteisötelevisiolle nähtiin edellä mainittujen mahdollisuuksien lisäksi myös katsojarahoitteinen maksu-tv, jonka nopeaa etenemistä valtakunnallisessa verkossa on pidetty jopa hieman yllätyksellisenä (Television kehitysnäkymät Suomessa, 2008). Käyttäjämaksuihin perustuvan television sisällöllisenä haasteena olisi katsojien sitouttaminen yhteisöön riittävän kiinnostavalla ja relevantilla sisällöllä. Keskeinen kysymys muun mediatarjonnan ja vapaa-ajanviettopojen kanssa kilpailevaa yhteisöllistä televisiotoimintaa käynnistettäessä on käyttäjämaksuun perustuva kysymys ”mistä olisit valmis maksamaan euron”. Käyttäjämaksun mahdollisena mallina pidettiin kanavamaksun tai kanavapakettimaksun lisäksi yksittäisiin valintoihin perustuvaa ”pay per view” –maksua, jota perusteltiin sillä, etteivät sitoutuneet yhteisötkään välttämättä halua silkkää kohderyhmäohjelmaa (koiraharrastusta, ikäihmisten ohjelmaa tai terveysohjelmaa) aamusta iltaan.

Kyselytutkimuksen tulokset tukevat haastatteluja – yhteisötelevisio näyttää kulttuurisesti kiinnostavalta ja niin haastateltavat kuin lomakekyselyyn vastanneet nostivat esille sisällöllisesti kiinnostavia ja jopa jonkinlaiseen omavaraisuuteen edenneitä kansainvälisiä esimerkkejä yhteisötelevisiosta. Taloudelliset haasteet kuitenkin peittosivat selvästi muut näkökulmat.

Kuva 12. Yhteisöllisen televisiotoiminnan motiivit.

Mitkä ovat syitä harjoittaa yhteisöllistä televisiotoimintaa

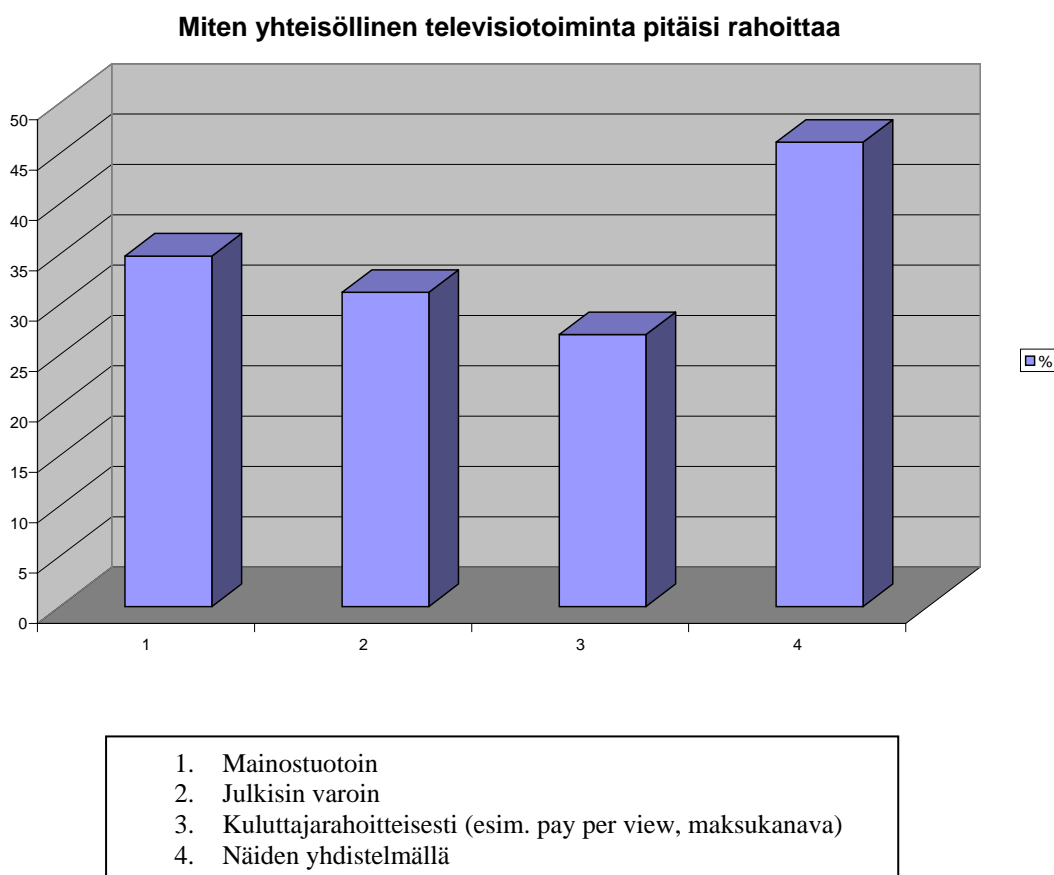


1. Yhteisöllinen televisiotoiminta on liiketaloudellisesti kannattavaa
2. Yhteisöllinen televisiotoiminta mahdollistaa kohderyhmämainostamisen
3. Yhteisöllinen televisiotoiminta rikastaa mediakulttuuria
4. Yhteisöllinen televisiotoiminta mahdollistaa ryhmien itseilmaisun
5. Yhteisöllinen televisiotoiminta sitoo yhteisöjä ja vahvistaa identiteettejä
6. Yhteisöllinen televisiotoiminta on merkittävä kansalaisvaikuttamisen kanava
7. Yhteisöllinen televisiotoiminta rikastaa poliittista kulttuuria

Yhteisöllisen televisiotoiminnan mediakulttuuria rikastava ja yhteisöllisiä identiteettejä vahvistava vaikutus näyttävät toimijoiden vastauksissa kiistattomilta. Toimijat olivat yhtä mieltä siitä, että halua yhteisölliseen televisiotoimintaan löytyy, mutta toiminnan rahoittaminen olemassa olevien mallien mukaisesti koetaan ongelmalliseksi.

Yhteisöllisen televisiotoiminnan rahoitusperustaksi ehdotettiin monirahoitusmallia, joka yhdistäisi julkisen rahoituksen, mainosrahoituksen ja mahdollisesti myös käyttäjärahoitteisen maksutelevision ansaintalogiikan, jota sellaisenaan ei toistaiseksi ole missään televisiotuotannossa kokeiltu.

Kuva 13. Yhteisöllisen televisiotoiminnan rahoitus



5.2.2 Teknologian haasteet

Tässä luvussa esittelemme haastateltujen toimijoiden näkökulmia teknologian kehitykseen ja sen alueelliselle ja yhteisölliselle televisiotoiminnalle kohdistamiin haasteisiin ja vaikutuksiin.

Teknologian kehitys vaikuttaa televisiokenttään yleisesti, ei erityisesti alueelliseen tai yhteisötelevisioon. Niinpä haastateltavien kanssa käydyt keskustelut teknologiasta ovat aika yleisiä. Linkit alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan tulevat talouden kautta – joko teknologiaan investoimisen kannattavuuden näkökulmasta tai kuluttajakäyttäytymisen muutosten kautta. Yleisesti ottaen mediateknologian kehitys nähtiin positiivisessa valossa, erilaisia asioita ja toimintatapoja ainakin teoriassa mahdollistavana asiana. Kehityksen nopeudesta vallitsi erilaisia käsityksiä, mutta suuntaviivat kehityksessä nähtiin samanlaisina. Samoin kuluttajien ratkaisujen nopeus näyttäytyi hyvin erilaisena isoille valtakunnallisille toimijoille kuin alueellisille toimijoille: osa ajatteli kuluttajien jo odottavan uusia palveluita ja olevan niille valmiita, osa ajatteli teknologian kehityksen olevan huomattavasti nopeampaa kuin muutoksen kuluttajien tarpeissa, asenteissa ja ennen kaikkea ostopäätöksissä.

Teknologian kehitys tulee vaikuttamaan toimijoiden mukaan erityisesti sisältöjen jakeluun sekä kuluttajalaitteisiin, mutta myös sisältötuotantoon. Digitalisointi on lähentänyt televisiotoimialaa tietotekniikkaan ainakin teknologian, siirtämisen, lähettämisen ja tallentamisen näkökulmista. Kuluttajan näkökulmasta digitalisoiminen tarkoittaa sitä, että yhä useammilla laitteilla on mahdollista seurata televisiota. Tämä hämärtää toimialarajoja – internetissä esimerkiksi on jo nyt sivustoja, jotka ovat lähempänä perinteistä televisiota kuin internetsivustoa (esimerkiksi Yle Areena tai FanCast). Kehityksen myötä televisiotoimiala muuttuu koko ajan vaikeammin hahmotettavaksi; selkeärajainen maanpäällisessä tai kaapeliverkossa jaettu toimilupatelevisio on hajaantunut. Liikkuvaa kuvaa ja ääntä lähetetään muuallakin kuin perinteisessä televisiossa; verkko ja mobiili ovat ainakin periaatteessa nousseet kilpailijoiksi perinteisen television rinnalle. Samalla voidaan kysyä, mitä on televisio? Ovatko M2hz:n ja vaikkapa PetTV:n kaltaiset nettitelevisiot televisiota? Jos ovat, niin millä perusteella?¹

¹ Perinteisen television keskeinen piirre on ohjelmistoa (lähetysaikoja, oletettuja kohdeyleisöjä) jäsentävä ohjelmakartta. Ohjelmien sijoittelu perustuu ajatukseen kullekin ohjelmatyypille parhaasta mahdollisesta lähetysajasta. Parhaaseen katselu aikaan (prime time) sijoitettujen ohjelmien oletetaan keräävän laajimpia yleisöjä ja sen ulkopuolelle on sijoitettu ohjelmistoa pienemmille yleisösegmenteille. Lähetysaikoihin sidotusta näkökulmasta käsin nettitelevisio ei ole televisiota, sillä sen ohjelmistorakenne on täysin vastakkainen: katsoja voi valita haluamansa ohjelmat haluamaansa ajankohtaan on demand –periaatteella – toki täytyy muistaa, että teknologia mahdollistaa myös perinteisen television ohjelmiston katselun haluttuna ajankohtana. Myös ohjelmistojen sisällöt eroavat oleellisesti toisistaan perinteisessä televisiossa ja nettitelevisionissa. Perinteisen television kanavat ovat lähteneet niin sanotusta täyden palvelun ohjelmistosta eli ne tarjoavat katsojilleen useita lajityyppisiä edustavia ohjelmia. Perinteisen television perusohjelmiston muodostavat esimerkiksi uutiset, ajankohtaisohjelmat, lastenohjelmat, visailut, kilpailut ja peliohjelmat, sarjaohjelmat sekä elokuvat. Sisällöllisesti perinteisen television ja nettitelevision rajat ovat kuitenkin liudentumassa; esimerkiksi perinteisen television niche-kanava -ajattelu on lähellä nettitelevision kohdennettua ohjelmatarjontaa. Samanaikaisesti nettitelevision ohjelmistoa rakennetaan perinteisen television suuntaan, ja esimerkiksi nettitelevision sarjamoitotiset webisodit nojaavat perinteisen television sarjamaiseen kerrontaan.

Televisiotoiminnan digitalisoimisen myötä nähtiin tapahtuneen suuria muutoksia sekä sisältöjen tarjonnassa että kuluttajalaitteissa. Tarjonnan monipuolistuminen ja ylipäättään lisääntyminen nousi keskeisesti esille, mutta toisaalta esitettiin myös näkemyksiä siitä, että nimenomaan tarjonnan monipuolistumiseen ja moninkertaistumiseen digitalisoimis päätöksen aikoihin liitettyjä lupauksia ei ole pystytty vielä täyttämään.

Kuluttajan näkökulmasta digitalisoimisen välittömät vaikutukset liittyvät tarjonnan lisäksi teknologian välttämättömään päivittämisen tarpeeseen. Television kehitysnäkymät Suomessa –raportin (LVM 2008) mukaan televisioelektronikan osalta on käynnissä muutos, jossa televisiosta on tulossa tietokoneiden ja kännyköiden kaltaista kulutuselektroniikkaa kestokulutushyödykkeen sijasta. Varsinkin digiboksikantaa on jo ehditty uusiakin ja tallentavien laitteiden leviäminen on ollut nopeaa. Televisiotoimijoiden näkökulmasta tallentavat digiboksit ovat ristiriitainen ilmiö: aikasiirron avulla ne mahdollistavat yhtäältä määrällisesti enemmän vastaanottoa, mutta toisaalta myös esimerkiksi mainosisältöjen ohittamisen. Tällä voi olla vaikutuksensa television perinteisiin liiketoimintamalleihin ja ansaintalogiikkoihin.

Varsinaisten uusien teknologioiden volyymit ovat vielä pieniä markkinoilla ja vielä pienempiä kotitalouksissa. DVB-H -kännyköiden yleistyminen on ollut varsin hidasta, ja televisiota ja internetiä hyödyntävien laitteiden kuten IPTV:n kehitys on vielä alkuvaiheessaan.

Yleisesti ottaen haastatellut toimijat suhtautuivat teknologiaan erilaisia asioita *mahdollistavana* ulottuvuutena. Vaikka suurin osa toimijoista ajattelee digitaalisen television säilyttävän kulttuurisesti keskeisen asemansa television katselussa, uskotaan päätelaitteiden nopeaan kehitykseen nimenomaan internetin ansiosta. Internetin ja television uskotaan tulevaisuudessa paitsi kilpailevan keskenään, myös tukevan toisiaan – esimerkiksi internetpohjaiset ohjelmatietokannat, erilaiset on-demand -palvelut sekä internetiselailun mahdollistavat televisio-päätelaitteet voivat haastateltavien mukaan sekä helpottaa että lisätä molempien medioiden käyttöä.

Jakeluteknologian suhteen haastateltavat nostivat esille sekä suljetun IPTV:n että avoimet internet-televisioratkaisut, joiden molempien ajateltiin tuovan uudenlaista kilpailua televisiomarkkinoille, vaikka kuluttajien käyttötottumusten suhteen kaapelitelevisio näyttää yhä keskeiseltä eikä esimerkiksi internetissä tapahtuvaan televisionkatseluun ole vielä olemassa helpokäyttöisiä kuluttajalaitteita. Myöskään itse internet ei vielä teknologisesti tue televisio-ohjelmien jakelua, sillä kuormitusta tasaavaa multicasting-tyyppistä teknologiaa ei juurikaan ole vielä käytössä operaattorien välisissä verkoissa. Nyt runkoverkkojen kapasiteetti mahdollistaa digitv-tasoisien kuvan lähettämisen noin 10 000 kotitalouteen kerrallaan. Internet-televisiota on kuitenkin mahdollista jakaa ja vastaanottaa kaiken aikaa multicastingin sekä P2P-jakelun kautta yksittäisten operaattoreiden omissa verkoissa.

Haastatellut toimijat toivat esille kahdenlaisia näkemyksiä uusien jakeluteknologioiden suhteen. Pienten yhteisöllisten organisaatioiden edustajat

uskoivat avoimen, mutta multicastingia hyödyntävän nettitelevisiion mahdollisuuksiin ja ajattelivat myös kuluttajien löytävän tiensä palvelujen äärelle. Isommat kaupalliset toimijat puolestaan korostivat kuluttajalaitteiden puutteita sekä vetosivat IPTV:n ja kaapelitelevisiion nopeasti kehittyviin palveluihin. He myös korostivat internet-televisiion palveluiden runsaan käytön kapasiteettivaatimuksia ja operaattoreiden isoja investointeja riittävään kapasiteettiin.

Muutammat haastatelluista nostivat esille hybridilaitteet (esimerkiksi DVB-T/C - vastaanotin), jotka hyödyntävät esimerkiksi kaapelijakelujärjestelmää että internetiä saattavat tulevaisuudessa olla jopa suosituimpia kuin IPTV. Kuluttajan näkökulmasta kyseessä on järjestelmä, jonka avulla IPTV:n ominaisuuksia on mahdollista saada edullisesti ja vain päätelaitteita päivittämällä. Myös lähettäjän (erityisesti kaapelioperaattoreiden) kannalta jo olemassa olevia teknologioita hyödyntävät sovellukset ovat järkeviä, sillä ne eivät vaadi kalliita investointeja valokuituun.

Mobiilitelevisiion tulemiseen suhtauduttiin ristiriitaisesti. Yhtäältä oltiin varmoja sen tulemisesta ”jollakin aikataululla”, toisaalta käytettävyys ja katselukokemuksen laatu arveluttavat. DVB-H:ta pidetään yleisesti mobiilitv:n tulevaisuuden muotona, mutta päätelaitteiden kehittymättömyys ja tarjolla olevien palveluiden vähäisyys on haastateltujen näkökulmasta alueellisen ja yhteisöllisen mobiilitelevisiion mahdollisuuden esteenä. Lisäksi palvelujen ja liittymien tuottamisen ansaintalogiikat ovat ongelmallisia. Suurin osa haastatelluista myöskin korosti suhteellisen hitaasti uusia teknologioita omaksuvien kuluttajien merkitystä.

Teknologiasta keskusteltaessa haastateltavat nostivat myös esille lähihistorian. Digitalisoinnin suhteen mielipiteet jakaantuivat kahtia: toiset näkivät digitalisoinnin konvergenssia syventävänä kehityksenä, sillä sama sisältö käy yhä useampiin jakelukanaviin ja päätelaitteisiin, kun se lähetetään digitaalisessa muodossa. Toisaalta digitalisoinnin kuluttajille aiheuttamien kustannusten ja siitä käydyn ristiriitojen leimaaman keskustelun ajateltiin vahvistavan muutosvastarintaa uuden teknologian hankkimisen ja käyttämisen suhteen. Ylipäätään kuluttajan ajateltiin olevan pääsääntöisesti hidas liikkeissään ja rutiinien olevan mediakäytön keskeinen perusta. Niinpä uuden teknologian ja uudenlaisten palvelujen ei oleteta suoraan löytävän tietään kulutustottumuksiin, vaan uudenlaiset palvelut voivat ainakin aluksi lähinnä täydentää vanhoja.

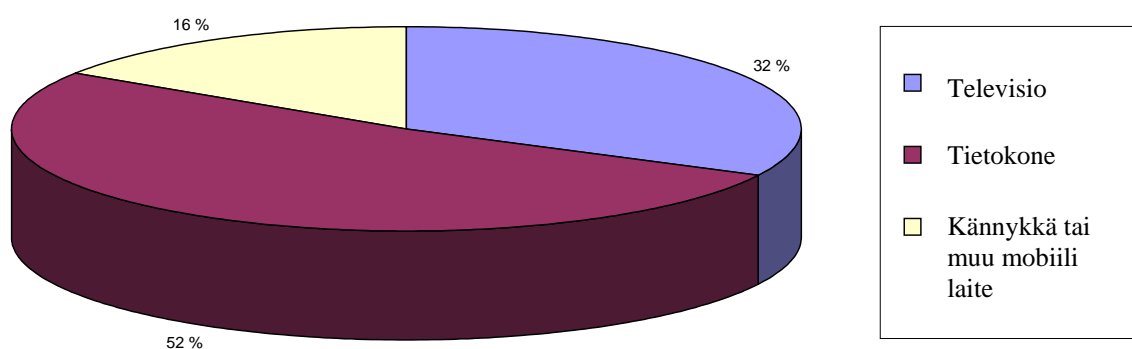
Ne haastateltavat, jotka kytkivät televisiion uudet muodot ja jakelukanavat suoraan alueelliseen ja yhteisölliseen televisioon esittivät, että uutta teknologiaa ja uusia jakelualustoja voi käyttää toiminnan porrastamisessa. Esimerkiksi alueellinen televisiotoiminta voisi alkaa netti-tv:nä ja siirtyä osaamisen kasvaessa ja ansaintalogiikkojen selventyessä broadcast -puolelle. Suurin osa haastateltavista piti selvänä, että ainakin toistaiseksi mediakulttuurissa kuitenkin uskottavuus tulee nimenomaan broadcast -televisiosta.

Toiset toimijat taas ajattelivat, että alueellisen ja yhteisöllisen televisiion on kannattavuussyistä lähestulkoon pakko toimia netissä. Netistä löytyy jo nyt televisiion kaltaisia ja televisiion reunalla toimivia sisällöntuottajia ja kansalaisten,

taiteilijoiden, yhteisöjen, järjestöjen ja erilaisten aktivistien tuottamia sisältöjä televisiota muistuttaville sivuille koottuina. Erilaisia nettitelevisiokokeiluja on Suomessakin tehty jo vuosia ja esimerkiksi DINA -televisiokanava (Digital Inventive Narrative Appliances) on toiminut aktiivisesti monikanavajakelua kokeilevana ja tutkivana organisaationa paikallisen kaapelitelevisiotoiminnan lisäksi. Tällä hetkellä DINA lähettää netissä toimivan M2Hz -kaupunkitelevision ohjelmaa säännöllisesti omalla ohjelmapaikallaan.

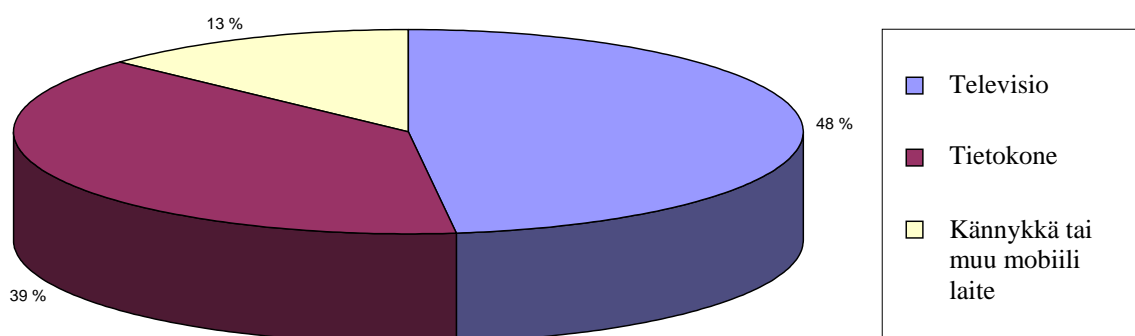
Kuva 14: Toimijoiden käsitykset yhteisötelevisiion vastaanoton päätelaitteista

Mikä on paras mediaväline yhteisöllisen tv-sisällön vastaanottamiseen



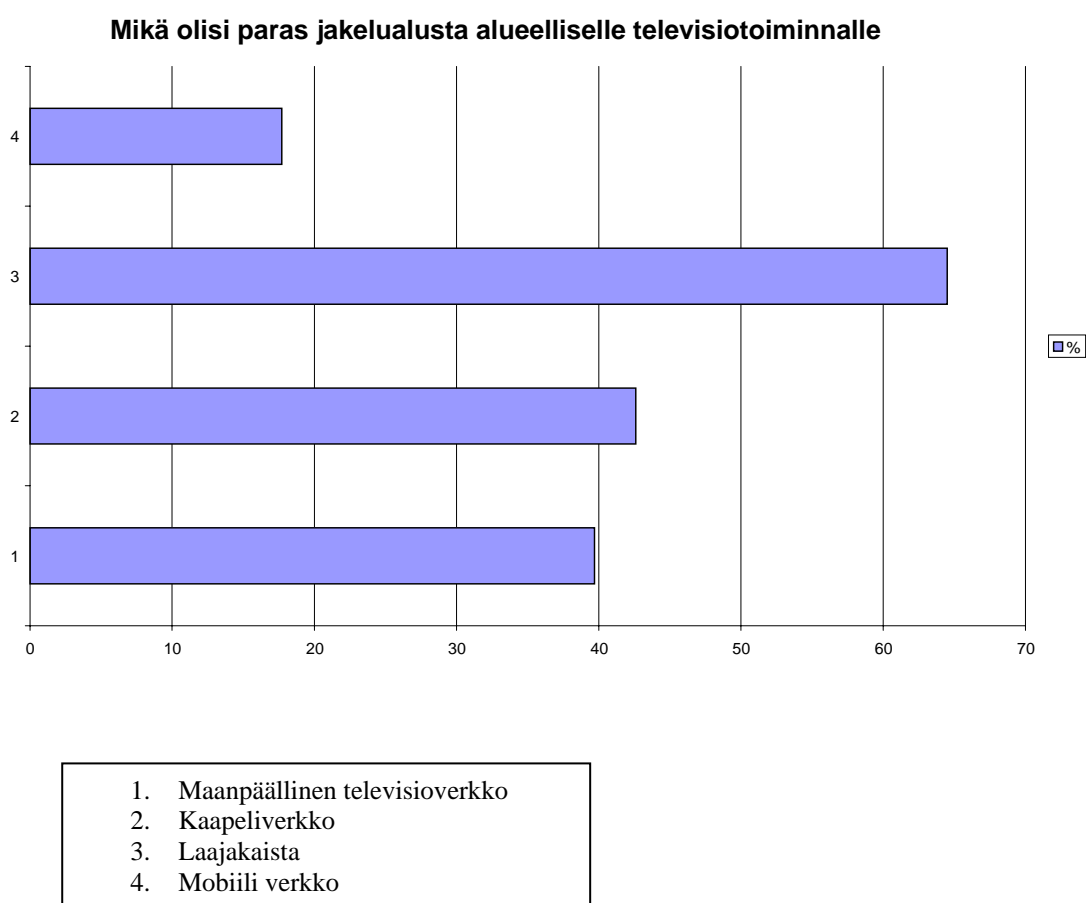
Kuva 15: Toimijoiden käsitykset alueellisen television vastaanoton päätelaitteista

Mikä on paras mediaväline alueellisen tv-sisällön vastaanottamiseksi



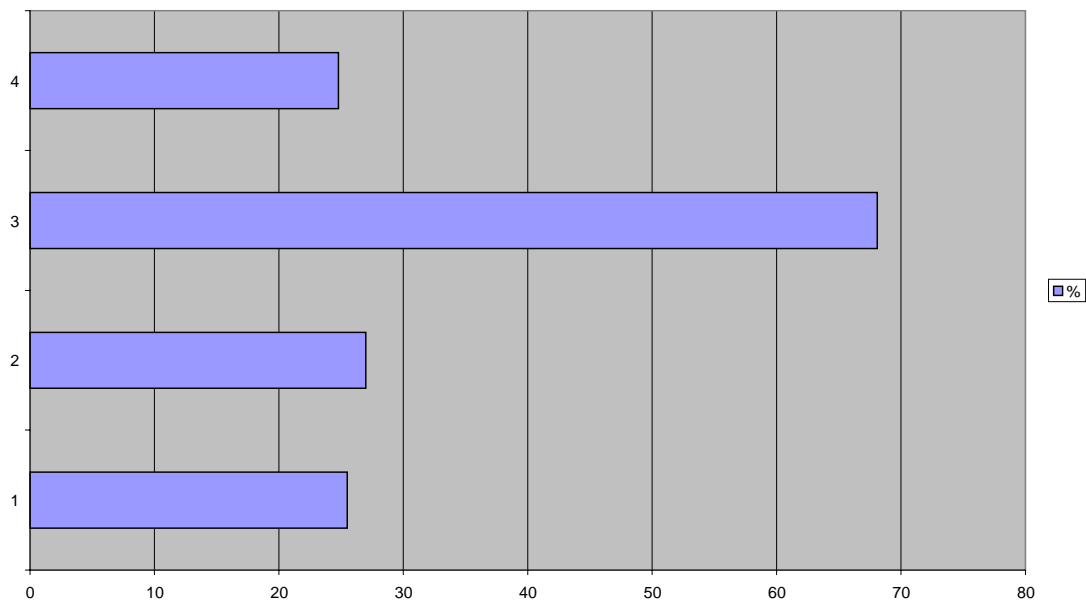
Kyselyyn vastanneista noin puolet näki yhteisöllisen television luontevimmaksi päätelaitteeksi tietokoneen, kun taas alueellisen televisiosisällön vastaanotto kytkettiin vastauksissa perinteiseen televisiovastaanottimeen. Tällainen näkemysero vastaanottoon parhaiten soveltuvista päätelaitteista kytkeytyy oletuksiin sisällöistä, vastaanottajista ja heidän mediankäyttötavoistaan sekä vastaanoton konteksteista. Kyselyvastaukset tukevat temahaastatteluun osallistuneiden toimijoiden näkemyksiä. Haastateltujen toimijoiden näkemykset mobiilien laitteiden tulevaisuudesta ennustavat, että mobiili tulee teknologian kehityksen myötä n sekä yhteisöllisen että alueellisen ja valtakunnallisen televisiosisällön vastaanoton muotona.

Kuva 16: Toimijoiden käsitykset alueellisen television jakelusta



Kuva 17. Toimijoiden käsitykset yhteisöllisen television jakelusta.

Mikä olisi paras jakelualusta yhteisölliselle televisiotoiminnalle



1. Maanpäällinen televisioverkko
2. Kaapeliverkko
3. Laajakaista
4. Mobiili verkko

Uutta ja muuttuvaa mediakenttää kartoittavissa tutkimuksissa ja visioissa on esitetty ajatuksia ”mobiiliheimoista”, joita esimerkiksi mobiilitelevision ja nettitelevision ympärille voisi tulevaisuudessa rakentua, mutta tämänkaltaisen toiminta etenee haastateltaviemme mukaan hitaasti. Ylipäätään yhteisön syntyminen vaatii voimakasta sosiaalista ja kulttuurista sidosta eivätkä kaikki haastatellut toimijat suinkaan uskoneet median kykyyn synnyttää ympärilleen yhteisöä. Edesmenneet ATV ja Moon-TV ovat kuitenkin monelle esimerkki kahteen suuntaan toimivasta yhteisöllisestä mediasta. Yhtäältä vaaditaan yhteisöllistä kulttuuria, että edellä mainittujen kaltaisia kanavia voi syntyä, mutta toisaalta kannattavuuteen pääseminen edellyttää myös sitä, että kanava itsessään sisältöjensä kautta toimii yhteisön rakentajana.

Valtakunnallisen televisiotoiminnan toimijat muistuttivat voimakkaiden yhteisöjen syntymisen mahdollisuudesta myös perinteisten televisio-ohjelmien ympärille. Näiden yhteisöjen foorumit löytyvät netistä, ja nimenomaan tässä mielessä internetin ja television voidaan konkreettisesti nähdä tukevan toisiaan ja sitouttavan käyttäjiä/katselijoita sisältösyntysiin yhteisöihin.

Internetin kehitys näkyy televisiotoimialalla nyt jo lisääntyneenä on demand-katseluna: teknologinen kehitys on muuttanut toimialaa siten, että katsojat haluavat entistä enemmän itse vaikuttaa ajankäyttönsä myös perinteisen television lähettämän ohjelmavirran katselussa.

Suomalaisen jakelukentän ongelmaksi toimijoiden puheessa nousi satelliittijakelun puute, sillä satelliitin kautta levittäminen onnistuisi ilman Digitan siirtomaksuja. Satelliittijakelun kautta lähetetty ohjelmatarjonta olisi myös vähemmän säänneltyä kuin toimiluvanvaraisesti lähetetty ohjelma. Ylipäänsä toimijoiden puheessa esitettiin toivomus mahdollisimman vähäisestä toiminnan sääntelystä ja luotettiin ohjelmantarjoajien itsesäätelyyn.

5.2.3 Mediakulttuuri

Tässä luvussa nostetaan esiin toimijoiden näkökulmia suomalaisesta mediakulttuurista ja sen keskeisistä muutostrendeistä ja niiden suhteesta alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan sekä sen kulttuuriseen potentiaaliin. Mediakulttuurilla viitataan tässä yhteydessä ennen kaikkea mediasisältöihin ja yleisöjen mediakäytön tapoihin ja rutiineihin².

Suomalainen mediakulttuuri

Alueellisiin mediasisältöihin on Suomessa totuttu. Suomalaiseen mediakenttään on vakiintunut vahva alueellinen mediakulttuuri, jonka ytimessä on sanomalehdistö. Kilpailu on keskittänyt alueellisen mediasisällön vahvoihin maakuntalehtiin, joilla on alueen sisällä vankka ja arvostettu asema ja uskollinen lukijakunta ja vähän alueiden välistä keskinäistä kilpailua.

Sähköisen median puolella valtakunnallisessa verkossa lähetetyillä radion ja Yleisradion tuottamilla alueellisilla televisiouutisilla on vakiintunut kuluttajakuntansa. Sen sijaan alueellisen, kaupallisesti (tai muulla kuin julkisella rahoituksella) tuotetun televisiotoiminnan asema suomalaisessa mediakulttuurissa ei ole yksiselitteinen. Toiminta ei ole odotuksista huolimatta käynnistynyt. Toimijoiden näkemykset alueellisen televisiotoiminnan merkityksestä vaihtelevat: yhtäältä sen toiminnan nähdään rikastuttavan oleellisesti alueellista mediakulttuuria, toisaalta sen taloudellista kannattavuutta, sisällöllistä kilpailukykyä ja alueellista lisäarvoa epäillään.

Mediankäyttäjän näkökulmasta mediakulttuurin murrokseen kuuluu myös perinteisten mediavälineiden rajojen liudentuminen ja asteittainen häviäminen. Perinteinen televisio on kuitenkin vahva väline muiden perinteisten medioiden, esimerkiksi maakuntalehtien rinnalla. Uusien medioiden sisällyttäminen arjen rutiineihin vie käyttäjiltä aikaa.

Sisältöjen näkökulma

Televisiotoiminnan keskeisiä sisältöihin vaikuttavia kehitystrendejä ovat yhtäältä talouteen ja teknologiaan kytkeytyvä sisältöjen segmentoituminen ja toisaalta näiden rakenteiden mahdollistamaan monikanavaisuuteen ja moniarvoisen kansalaisyhteiskunnan kulttuurisiin edellytyksiin kytkeytyvä yleisövuorovaikutuksen lisääntyminen.

² Mediakulttuurilla viitataan yleensä mediatuotteisiin ja yleisöjen tapoihin tulkita ja käyttää niitä. Mediakulttuurin tutkimuksellinen painopiste on siis yhtäältä mediatuotteiden sisällöissä ja toisaalta ihmisten mediasisällöistä tuottamissa tulkinnoissa ja mediaan liittyvissä käyttötavoissa. Yhteiskuntakriittinen mediakulttuurin tutkimus kiinnittää huomionsa erityisesti mediasisältöjen hegemonisiin diskursseihin eli niihin ensisijaisiin tulkinnan tapoihin, jotka on kirjoitettu median esityksiin. Tämänkaltainen tutkimus on nostanut esiin huolen sisältöjen yhdenmukaistumisesta ja esimerkiksi kapitalistisen ideologian hegemonisesta asemasta mediakulttuurin sisällöissä. Näin mediakulttuurin tutkimus kytkeytyy myös esimerkiksi yhteiskunnan taloudellisiin rakenteisiin. Tässä raportissa mediakulttuuri on analyttisistä syistä erotettu talouden ja tuotannon teknologisista rakenteista, joita käsitellään erillisessä luvussa.

Sisältöjen muutostrendinä kaupallinen niche-ajattelu on ohjannut sisältöjen tuotantoa selkeästi kohdennetuille yleisöille. Tämä sisältöjen kehityksen trendi voisi osaltaan tukea alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa – voihan alueen ja yhteisön nähdä myös eräänlaisena niche-kohderyhmänä. Toisena sisällöllisenä trendinä ohjelmatuotantoon vaikuttaa kansalaisyhteiskunnan odotuksiin vastaava kansalaisten näkökulmien julkituominen.

Yleisövuorovaikutuksen ja kansalaisten kuulemisen trendit näkyvät myös perinteisessä journalistisessa tuotannossa, johon on viime vuosina vakiintunut esimerkiksi sanomalehtien lukijoiden nettikeskustelujen käsitteleminen myös journalistisessa tuotannossa tai kännykkäkuvien julkaiseminen siellä, missä aiemmin käytettiin ainoastaan ammattivalokuvaajien otoksia. Myös viihdeohjelmistoon on vakiintunut formaatteja, joissa tavallinen ihminen pääsee esiintymään: kotivideot, tosi-tv –ohjelmisto ja Duudsonit-tyyppiset rajoja rikkovat ohjelmat ovat tuoneet televisioon uuden, rosoisen videoestetiikan. Esteettisestä rososta huolimatta ylikansallisen median sisällöntuotannossa korostuu ammattimaisuuden vaatimus, jonka paineet näkyvät myös alueellisessa ja yhteisöllisessä televisiotoiminnassa.

Sisällöntuottajien ja laitevalmistajien yhteistyönä mediakulttuuriin on rakentunut rosoiselle estetiikalle vastakkainen kehityskulku, kun niin tuottajat kuin käyttäjät panostavat yhä korkeampaan kuvan laatuun – teräväpiirtotelevision odotettu tuleminen rakentaakin rosoisen estetiikan kanssaristiriitaisia vaatimuksia sisällöntuotannolle.

Sisällöllisesti televisio-ohjelmiston perinteinen ohjelmakartta on murroksessa. Esimerkiksi perinteisille televisiokanaville keskeinen uutistuotanto on ohjelmavirrassa rakentumassa osaksi selkeärajaista kohderyhmäajattelua; televisiossa on jo lukematon määrä kanavia, joilla ei lähetetä uutisia lainkaan, kun taas jotkut kanavat panostavat ainoastaan uutisiin ja uutisia taustoittaviin asiaohjelmiin. Uutiset on myös ohjelmatyyppejä, jonka sisällöntuotanto on suhteellisen helposti siirtynyt välineestä toiseen eikä televisio välineenä pysty kaikin tavoin kilpailemaan esimerkiksi netin kanssa. (Television kehitysnäkymät Suomessa 2008, 12-13.)

Mediakulttuurin kehitystrendien näkökulmasta alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminnalle voi nähdä asettuva aiemmasta toiminnasta eroavia sisällöllisiä haasteita.

Alueellinen näkökulma

Alueen mediakulttuurinen merkitys on murroksessa; yhtäältä perinteinen maakuntarakenteen on murtumassa ja toisaalta esimerkiksi suurissa kaupungeissa kaupunginosat muodostavat omia, muista erottuvia yhteisöllisiä alueita. Näillä kaupunginosilla on omia lehtiä ja varsin aktiivisia nettisivustoja. Alueellista televisiotoimintaa on pyritty kehittämään Suomessa alun alkaen tilanteessa, jossa toimilupatelevisio näyttäytyi keskeisenä televisiotoiminnan muotona ja alueellisuus valtakunnallisen tarjonnan ohella keskeisenä mediakentän sisältöä määrittävänä tekijänä.

Näkemykset alueellisten sisältöjen kulttuurisesta merkityksestä vaihtelivat toimijoiden puheessa. Yhtäältä alueellisia mediasisältöjä pidettiin arvokkaana ja oleellisena osana

monipuolista mediatarjontaa. Alueellisen televisiotoiminnan keskiöön nostettiin sisällöt, jotka erottaisivat kanavat valtakunnallisesta televisiotarjonnasta ja tarjoaisivat näin lisäarvoa alueen asukkaille. Alueellisesti toimivan television tehtäväksi nähtiin toimijoiden puheessa yhtäältä mediakulttuurisen sisällön rikastuttaminen ja toisaalta kansalaisten keskusteluforumina toimiminen. Näkemyksissä painotettiin pienimuotoisen toiminnan mahdollistamaa sisällöllistä vastapainoa valtakunnalliselle, suurelta osin ylikansallista mediasisältöä tarjoavalle toiminnalle. Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan arvo nähtiin siis moniarvoisen mediakulttuurin edistämisesssä.

Toisaalta jotkut toimijat kiinnittivät huomiota siihen, että kansainvälistyvässä ja monimediaisessa mediakentässä alueellisuus ei ole ensisijainen toimintaa ja sisältöjä määrittävä tekijä.

Toimijoiden näkemykset alueellisen televisiotoiminnan potentiaalista olivat linjassa eri paikkakunnille vakiintuneen mediakulttuurin kanssa. Alueellisen televisiotoiminnan puolesta puhutaan erityisesti alueilla, joilla toiminta on vakiintunut osaksi mediakenttää. Toisin sanoen paikkakunnilla, joilla on alueellista televisiotoimintaa, sitä myös seurataan ja arvostetaan eikä siitä olla valmiita luopumaan. Päinvastoin, alueellisen televisiotoiminnan nähdään tarjoavan sisältöä, joka muutoin on jäänyt niin alueellisen kuin valtakunnallisen mediasisällön marginaaliin. Erityisesti ruotsinkielisellä Pohjanmaalla alueelliset televisiot ovat ainoita ruotsinkielisen alueellisen ajankohtais- ja uutisohjelmiston tuottajia.

Ruotsinkielinen Pohjanmaa voidaankin nähdä erityisalueena, joka jää Yleisradion harjoittaman alueellisen uutistoiminnan marginaaliin. Muutoin Yleisradion alueellista televisiotoimintaa pidetään laadukkaana ja riittävänä muun alueellisen mediakentän täydentäjänä. Tällöin toimijoita jakavaksi kysymykseksi muodostuu se, onko nähdääkö alueellinen televisiotoiminta mediakulttuuria rikastuttavana ja siten tavoiteltavana toimintana vai ei.

Alueellisen televisiotoiminnan käynnistäminen ei herätä varauksetonta vastakaikua alueilla, joille se ei ole vakiintunut median toimintamuodoksi. Alueellisen television käynnistämisen vaikeudet voi sijoittaa myös historialliseen ja mediakulttuuriseen kehitykseen. Etenkin isojen, valtakunnallisten toimijoiden näkökulmasta alueellisen televisiotoiminnan haasteina nähdään niin kilpailukykyisen sisällön tuottaminen kuin taloudellinen kannattavuus; vaikka alueellisen sisällön merkitystä ei suoranaisesti väheksytäkään, kohdistuvat epäilyt sisällöntuotannon resursseihin ja yksinomaan alueellisen toiminnan taloudelliseen kannattavuuteen. Toimijoiden puheesta nousi näkemys alueellisista sisällöistä, joiden jakelu olisi valtakunnallista; näin alueelliset sisällöt rikastuttaisivat yhden alueen sijasta mediasisältöjä yleisesti.

Alueellisten sisältöjen moninaisuuden ja kulttuuria rikastavan toiminnan näkökulmasta television tuottamasta lisäarvosta ei oltu aivan yksimielisiä. Alueelliseen mediakulttuuriin vakiintuneiden maakuntalehtien taholta alueellinen televisiotoiminta nähdään yhtäältä mahdollisena yhteistyökumppanina, jonka kanssa yhteistyössä alueellinen sisällöntarjonta rikastuisi entisestään. Toisaalta alueellinen televisiotoiminta nähtiin kaupallisena kilpailijana, joka veisi sisällöllistä elintilaa muilta alueellisilta toimijoilta.

Alueelliset mediat kilpailevat sisällöillään valtakunnallisten medioiden kanssa, ja erityisesti kaupalliset toimijat epäilevät alueellisen televisiotoiminnan sisällöllistä potentiaalia tässä kilpailussa. Kaupallisesta näkökulmasta alueellisen mainostilan ostaminen valtakunnallisten sisältöjen välistä on riittävää liiketaloudellista toimintaa – miksi ostaa mainostilaa alueelliselta televisiolta, jonka katsojaluvut eivät nouse valtakunnallisten kanavien suosikkisarjojen tasolle. Kaupalliset toimijat suhtautuvat varauksella myös Yleisradion taholta esitettyyn ajatukseen julkisen palvelun kanavien sisältöjen vapaasta jakelusta, sillä sen uumoillaan lisäävän alueellisten kanavien määrää ja siten myös kilpailua kaupallisten toimijoiden kesken.

Ainakin kaupallisten televisiotoimijoiden mukaan keskeinen muutos suomalaisessa televisiokulttuurissa kytkeytyy alueellisuuden merkityksen vähenemiseen. Trendi liittyy niin kilpailutilanteen muutokseen, omistuksen keskittymiseen kuin yleisöjen segmentoitumiseenkin. Mediatuotteita suunnataan mahdollisimman laajojen yleisöjen sijaan yhä selkeämmin rajatuille kohdeyleisöille. Esimerkiksi kaupallisten televisioyhtiöiden niche-kanavat ja tietyn ikäisille, tiettyä elämäntapaa edustaville naisille tai miehille suunnatut aikakauslehdet edustavat uudenlaista kohdeyleisöajattelua. Mediakulttuurin näkökulmasta paikallisten ja valtakunnallisten rajojen yli menevän yhteisön voi siis ajatella olevan myös televisiotuotannon sisältöjä entistä selkeämmin jäsentävä perusajatus.

Yhteisöllinen näkökulma

Edellytykset yhteisölliselle televisiotoiminnalle nousevat mediakulttuurin trendeistä: sisältöjen moninaisuuden ja yhdenmukaistumisen ristipaineista, yleisöjen segmentoitumisesta ja median tuotanto- ja käyttötapojen lisääntyvästä monimediaisuusudesta. Ajatus yhteisöllisestä televisiosta kytkeytyy helposti myös digi-television herättämään keskusteluun median ja yleisöjen välisen vuorovaikutuksen lisääntymisestä.

Haastatellut toimijat näkivät yhteisöllisen television ensisijaisena jakelualustana verkon, joka mediakulttuurin konvergenssinäkökulmasta onkin ymmärrettävä ja luonteva vuorovaikutusta ja yhteisöllisyyttä tukeva jakelualusta. Kiristynyt kilpailutilanne on johtanut siihen, että esimerkiksi sanomalehdet ja valtakunnalliset televisiokanavat toimivat jo pääsääntöisesti monikanavaympäristössä. Teknologian kehitykseen liittyvä monimediaisuus tarjoaa mahdollisuuden yhteisöllisille toimintamuodoille, esimerkiksi televisio-ohjelmien tai aikakauslehtien ympärille rakentuvalla kuluttajien yhteisöllisyydelle.

Toimijoiden yhteisöllistä televisiota koskevasta puheesta nousi kaksi toisistaan erillistä visiota: yhtäältä yhteisötelevision nähtiin toteutuvan kaupallisen niche-ajattelun mukaisesti. Tavallisia ovat esimerkiksi televisiosarjojen ympärille rakennetut sivustot, joilla esimerkiksi chatein voi kommentoida ohjelmien juonenkäänteitä tai henkilöhahmoja. Omansalaisia yhteisöjä muodostavat vaikkapa sarjan henkilöhahmon ympärille perustetut fanisivustot. Yhteisöllinen televisio tässä muodossa toteutuisi esimerkiksi kaupallisten alakulttuurien ja elämäntapojen, (musiikki, tyyli, muoti), harrastusten (koiratelevisio) tai vaikkapa ”kaikkia kiinnostavan” terveyden ympärille ja rahoitusperustana olisi mainosrahoitus. Myös katsojamaksuun perustuvat niche-kanavat nähtiin mahdollisina.

Toisaalta toisensuuntaisessa visiossa yhteisöllinen televisio rakentuisi kansalaisjärjestöjen, kaupunginosa-aktivistien ja vaihtoehtokulttuurin ympärille. Tämänkaltaisesta yhteisöllisestä televisiosta löytyy toimivia kansainvälisiä esimerkkejä muun muassa Amsterdamista (Salto).

Mediakulttuurin sisällöllisiin trendeihin kuuluvan kansalaisjournalistisen kehityksen voi nähdä mahdollistavan kaupallisen toiminnan ohella myös edellä mainitun kaltaisen demokratiaihanteesta kumpuavan yhteisöllisen television. Tämänkaltaisen toiminnan perusajatuksena on kansalaisten arjesta ja kokemuksista nousevien keskeisten kysymysten käsitteleminen median foorumeilla. Yhteisöllisessä televisiotoiminnassa perinteisen ammattimaisesti tuotetun kansalaisjournalismin rinnalle on tuotu myös kansalaisten itsensä toteuttamaa ugc-tuotantoa, jota toimijat pitivätkin luonteenomaisena etenkin yhteisölliselle nettitelevisiolle.

Monimediaisuus ja yleisöjen segmentoituminen asettavat mediat uudenlaisen kilpailutilanteen eteen. Vakiintuneiden medioiden rinnalle nousee uusia, mahdollisesti kansainvälisiäkin, toimijoita, jotka kaikki kilpailevat niukoista yleisöistä. Yleisöjen sitouttaminen tietyn median kuluttamiseen on muuttuvassa mediakentässä entistä haasteellisempaa. Kilpailuvaltina alueellisella televisiolla voi joidenkin toimijoiden mukaan olla alueellisen mediakentän rikastuttaminen, mutta kovin optimistia ajatuksia alueellisen televisiotoiminnan mahdollisuuksista ei kovassa sisällöllisessä kilpailussa esitetty. Yhteisöllisen televisiotoiminnan mahdolliset muodot puolestaan vetävät toimijoiden näkemyksiä kahteen eri suuntaan, yhtäältä kaupalliseen niche-ajatteluun ja toisaalta kansalaisjärjestö- ja yhteisöpohjaiseen osallistavaan toimintaan. Mediakulttuurin trendit tukevat molempia ratkaisuja, mutta niiden todellisen toiminnan ratkaisee se, miten ne järjestävät rahoituksensa mediakentän yhä kiristyvässä kilpailussa. Toimijoiden näkemysten mukaan yhteiskunnan taholta tuleva tuki on ehdottoman tärkeää, jotta alueellinen televisiotoiminta olisi ylipäättään mahdollista ja jotta yhteisöllinen televisio voisi rakentua myös kansalaistoiminnan suuntaan.

Sisältöjen osalta toimijat nostivat esiin myös sen, ettei yhteisöllisen television kannata rakentaa kaiken kattavaa ohjelmakarttaa, joka Suomessa toteutuu jo valtakunnallisten kanavien toimesta. Käyttäjän näkökulmasta räätälöityjä ja käyttäjien kanssa yhdessä toteutettuja sisältöjä pidettiin toimivana yhteisöllisen television mallina.

Mediankäyttäjän näkökulma

Alueellista ja yhteisöllistä mediaa tuottavat tahot pyrkivät tuottamaan sisältöjä, joita käyttäjät tarvitsevat niin paljon, että ovat valmiita muokkaamaan myös mediankäytön arkisia rutiinejaan. Rutiininmuutokset voivat tapahtua osana mediakulttuurin monikanavaistumista, jonka seurauksena ihmiset ovat vähitellen tottuneet hakemaan tarvitsemiaan sisältöjä tilanteeseen sopivista välineistä.

Yhteistyötä alueen muun mediatuotannon kanssa korostavat toimijat näkivät mediatuotannon rakenteiden ja yleisöjen mediankäyttötapojen murroksen johtavan väistämättä myös käyttäjää hyödyttävään välineiden konvergenssiin: monimediaisuuteen pyrkivät maakuntalehdet ovat jo rakentaneet omat verkkosivustonsa, joilla lukijoille tarjotaan niin printtilehden näköislehteä kuin verkon

ominaisuuksia selkeämmin hyödyntäviä linkkejä, keskustelu- ja kommentointipalstoja ja videoklippejä. Joidenkin toimijoiden mukaan alueellinen televisio rakentaa sisältöjään ja vakiintuu tämän audiovisuaalisen kehityksen kautta hiljalleen suomalaisen mediakulttuuriin.

Mediakulttuurin näkökulmasta täytyy muistaa, että mediankäytön rutiinit ja kuluttajien toimintamallit eivät välttämättä muutu teknologian ja mediakulttuurin muutosten mahdollistamalla nopeudella (ks. myös Television kehitysnäkymät Suomessa 2008, 106-107). Esimerkiksi sanomalehtien kehittämät verkkopalvelut ovat saavuttaneet lukijoita muun tarjoamansa verkkomateriaalin ohessa myös verkossa ilmestyville maksullisille näköislehdilleen. Edelleen sanomalehtien verkkosivuilla on kuitenkin lukijoita, jotka lukevat sanomalehtensä perinteisessä printtimuodossa ja hyödyntävät verkon tarjoamia palveluita esimerkiksi keskustellakseen ajankohtaisista aiheista, osallistumalla verkkokyselyihin/gallupeihin ja lukeakseen sivustoilla ilmestyviä blogeja. Ajankohtaisen uutistiedon päivittäminen on puolestaan monelle syy seurata sanomalehden verkkosivustoja. Eri mediavälineitä käytetään siis pikemminkin toisiaan täydentämään kuin ainakaan välittömästi tai ensisijaisesti toisiaan korvaamaan.

Erityisen haastavaa on rutiinien muuttaminen ylhäältä päin tulevilla vaatimuksella. Esimerkiksi digi-televisioiden kotouttaminen osaksi arkisia rutiineja muodostui haasteelliseksi, sillä mediankäytön muutos nähtiin suurelta osin pakottamisena eikä käyttäjälähtöisenä toimintana. (Kangaspunta 2008, 74-77.)

Kuluttajan näkökulmasta rutiinien muutoksille täytyy olla tarve eivätkä esimerkiksi on demand –palvelut ole itseisarvo sinänsä. Tuottajille haastavaa on odottaa, että uusi konsepti rakentuu kuluttajan näkökulmasta tarpeelliseksi. Tulevaisuuden haasteita alueelliselle ja yhteisölliselle televisiotoiminnalle ovat nykyisten ja tulevien sukupolvien yhtäältä hitaasti muuttuvat ja toisaalta keskenään erilaiset mediankäyttörutiinit. Tulevien mediankäyttäjäsukupolvien näkökulmasta ei välttämättä ole olemassa välineiden ”hybridikäyttöä” vaan eri medioiden rinnakkainen käyttö on osa mediankäytön rutiineja. Esimerkiksi televisiosarjaa saatetaan seurata tilanteesta, ajasta ja paikasta riippuen ohjelmakartan mukaiseen ajankohtaan televisiovastaanottimesta tai tietokoneen ruudulta kolme jaksoa peräkkäin keskellä yötä. Vähitellen muuttuvat mediankäytön rutiinit ja enenevässä määrin on demand – tyyppinen mediankulutus asettavat haasteita myös alueelliselle ja yhteisölliselle televisiotoiminnalle.

Asiantuntijakommentteja

”Ihmiset haluavat entistä enemmän on demand –tarjontaa. Nykyään aika, paikka ja sopiva hetki mediankäytölle halutaan valita itse.”

”Joillekin ryhmille yhteisölliset kanavat ovat tärkeitä. Toisaalta suuri osa ihmisistä pysyttelee tietoisesti mediavetoisten yhteisöjen ulkopuolella.”

”Suurin osa ihmisistä haluaa katsoa televisiota sohvalla. Nuoret ehkä surffaavat, mutta aikuiset haluavat, että joku on tehnyt valinnat jo puolestani.”

”Televisio on käyttäjille sohvamedia, internet kahvilamedia. Siksi televisio-ohjelmaa täytyy tuottaa myös television, jota voi katsoa taaksepäin nojautuen. Joskus tulevaisuudessa tietokonetta voi käyttää samalla tavalla..”

”Teknologian kehittyminen entistä tarkemmaksi on harhaa. Jos silmä ei erota laadukkaampaa kuvaa, sillä ei ole käyttäjän kannalta merkitystä. Tässä mielessä teräväpiirto on enemmän sitä suunnittelevien insinöörien juttu.”

”Käyttäjälle on sama, mistä välineestä ohjelmaa seuraa, kunhan se vastaa käyttäjän tarpeisiin. Välineiden väliset rajat ovat vanhemman sukupolven juttu, nuoret toimivat on demand –tyyppisesti eivätkä erottele välineitä toisistaan.”

”Käyttäjien rutiineja ajatellaan liian vähän kun pohditaan television, netin tai minkä tahansa välineen tulevaisuutta. Rutiineilla on väliä ja ne muuttuvat hitaasti.”

”Kaikki eivät hallitse netinkäyttöä. Joillekin jo kahden kaukosäätimen hallinta tuottaa ongelmia. Tärkeintä olisi kehittää väline, joka toimii yhden napin painalluksella.”

Käyttäjien näkökulmasta oleellista on, että teknologiset muutokset kunnioittavat käyttöön liittyviä rutiineja. Välineitä voidaan käyttää rinnakkain ja uudet sukupolvet omaksuvat edellisistä eroavia mediankäyttötapoja.

Kaiken kaikkiaan näyttää siltä, että monikanavaisessa ja segmentoituneessa mediakulttuurissa sekä käyttäjien että toimijoiden kiinnostus ainakin yksinomaan perinteiseen televisiotoimintaan alkaa olla hiipumassa. Niin valtakunnallisten kuin alueellistenkin medioiden tulevaisuudennäkymät suuntaavat uusiin teknologioihin; verkko ja mobiili tulevat täydentämään perinteisiä median jakelukanavia. Yhteiskunnan sääntelyn näkökulmasta tilanne on uusi, sillä uusia teknologioita hyödyntävässä mediantuotanto ja -vastaanottoympäristössä perinteinen toimilupakäytäntö menettää merkitystään.

5.2.4 Oikeudelliset ehdot ja sääntely

Tässä luvussa esitellään lyhyesti alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan liittyvät yhteiskunnalliset sääntelymuodot sekä toimijoiden näkemykset

yhteiskunnallisen sääntelyn merkityksestä alueelliselle ja yhteisölliselle televisiotoiminnalle.

Televisiotoimintaa säätelevillä viranomaisilla on merkittävä rooli suomalaisen televisiotoimialan tulevaisuuden kannalta. Erityisesti televisiotoiminnan toimilupakäytännöt ja taajuuksien jakeluun liittyvät ehdot ovat viranomaistahon tapoja vaikuttaa televisiotoimialaan. Sähköistä mediaa sääntelevät ja ainakin välillisesti alueellista ja yhteisöllistä mediakenttää muovaavat laki Yleisradio Oy:stä (1380/1993), laki televisio- ja radiotoiminnasta (744/1998), laki valtion televisio- ja radiorahastosta (745/1998) sekä Valtioneuvoston asetus televisiomaksuista (718/2007). Lisäksi televisio- ja radio-ohjelmien jakelua joukkoviestintäverkossa sääntelee viestintämarkkinalaki (393/2003), joka määrittää verkkopalvelun tarjontaa maanpäällisessä joukkoviestintäverkossa koskevan toimiluvan.

Suomalaista sähköistä mediaa linjaavat muutamaiset jaot. Keskeinen kahtiajako liittyy julkisen palvelun Yleisradioon ja kaupallisesti rahoitettuun mediatarjontaan. Kaupallinen tarjonta puolestaan jakautuu mainosrahoitteiseen ja nopeasti kasvavaan käyttäjärahoitteiseen tarjontaan. (Nordenstreng & Wii 2003, 231-232, ks. myös Television kehitysnäkymät Suomessa –raportti 2008, 110-114.) Alueellinen sähköinen media on ollut pitkälti radiota, vaikka paikallisteleviotoimintaakin on ollut 1980-luvulta lähtien lähinnä kaapeliverkoissa. Televisiotoiminnassa terrestriaalijakelulla on ollut ja on yhä suhteellisen vahva asema, eikä alueellinen televisio ole suhteellisen väljistä toimilupaperusteista huolimatta käynnistynyt kuin muutamalla paikkakunnalla. Alueellista toimilupaa koskevat radio- ja televisiolaissa määritellyt ehdot tällä hetkellä toimivien alueellisten kanavien ohjelmiston osalta rajoittuvat vaatimukseen eri väestöryhmien huomioimisesta ja ohjelmiston paikallisuuteen. Esimerkiksi ohjelmien laatuun ei ole kohdistettu samankaltaisia vaatimuksia kuin valtakunnallisesti lähetetyn ohjelmiston kohdalla.

Toimiluvanvarainen televisiotoiminta sekä alueellisella että valtakunnallisella tasolla on tähän saakka ollut suomalaiseseen mediakenttään vakiintunut käytäntö. Suomalaisena erityispiirteenä voi pitää terrestriaalijakelun vahvaa asemaa, jota lainsäädäntö on toimillaan, esimerkiksi kaupallisen toiminnan sallimisella, tukenut ja jonka seurauksena satelliittivastaanotto on Suomessa merkitykseltään vähäistä. Terrestriaalia koskevalla päätöksenteolla nähdäänkin olevan keskeinen merkitys suomalaisen televisiotoiminnan tulevaisuutta muodostettaessa (Television kehitysnäkymät Suomessa –raportti 2008, 97-98). Mediakentän ja mediakulttuurin muutosten seurauksena median muodot kuitenkin kehittyvät suuntaan, johon televisiotoimintaa sääntelevällä lainsäädännöllä ei pystytä vaikuttamaan.

Haastatteluissa toimijoiden näkemykset alueellisen televisiotoimiluvan merkityksestä olivat samansuuntaisia: toimilupapolitiikka näyttäytyi raskaana, kalliina ja osin historiaan jääneenä televisiotoimintaa ohjaavana sääntelyn muotona. ”Sääntelyä tarvitaan, kun on säänneltävää toimintaa, mutta sääntelyllä ei voi generoida halua tuottaa uudenlaisia, alueellisia tai yhteisöllisiä sisältöjä” kiteytti eräs haastateltava.

Kaupallisten toimijoiden näkökulmasta alueellinen toimilupa on taloudellisesti riittämätön ja kannattamaton vaihtoehto; jotta saavutettaisiin riittävän suuret katsojamäärät, toimiluvan täytyy olla valtakunnallinen vaikka sen puitteissa lähetetty sisältö olisikin tai ainakin voisi olla alueellista.

Selkeimmin säänneltyä myös alueellisella tasolla on Yleisradion sisältö. Haastateltavat nostivat esiin Yleisradion alueelliset lähetykset, jotka toisenlaisessa sääntelytilanteessa voisivat sisällyttää alueelliseen uutistuotantoon myös alueen näkökulmasta keskeistä kaupallisempaa sisällöntuotantoa, esimerkiksi alueellisten yritysten ja palveluntuottajien esittelyä.

Haastateltavat näkevät myös teknologian kehityksen vievän toimilupapolitiikasta toiseen suuntaan, sillä esimerkiksi verkkoon muodostumassa oleva sekä alueellinen että yhteisöllinen audiovisuaalinen toiminta (esimerkiksi maakuntalehtien verkkosivuilla) ei edellytä käynnistyäkseen perinteistä toimilupaa.

Toimijoiden haastattelut osoittivat, että vakiintuneesta toimilupakäytännöstä ollaan irtautumassa, sillä osa nettitelevisiota aloittavista toimijoista ei ollut edes tietoinen mahdollisuudesta hakea toimilupaa televisiotoiminnalle. Toimilupakäytännön tuntevat puolestaan pitivät käytäntöä nykyisessä mediakulttuurissa turhan raskaana ja kalliina prosessina. Myös toimilupiin sisältyviä väljiäkin ehtoja pidettiin jossain määrin ohjelmatoiminnan sisältöjä rajoittavina. Suuri osa toimijoista esitti, että alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan sääntelyksi riittäisivät lait, joilla säädellään esimerkiksi lapsiin kohdistuvaa mainontaa, kielletään lapsipornon hallussapito ja levittäminen yms. kulttuurissa yleisesti hyväksytyjä normeja mukailevat lait.

Toimijat olivat siis jotakuinkin yhtä mieltä siitä, että toimilupapolitiikka on väistytvä sääntelypoliittinen käytäntö, jonka tilalle tulisi miettiä muita, pikemminkin toimintaa mahdollistavia käytäntöjä. Toimijat jakoivat näkemyksen, jonka mukaan kiinnostusta ja potentiaalia televisiotoiminnan harjoittamiseen ja ohjelmasisältöjen tuottamiseen ei saada aikaan sääntelyn keinoin. Toimijoiden näkökulmasta näyttäisikin siltä, että televisiotoimiluvan muodossa tapahtuvan yhteiskunnallisen sääntelyn ja televisiotoiminnan välinen kytkös on murtumassa.

Toimijoiden ajatukset yhteiskunnan ja alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan suhteesta jakaantuivat sen mukaan, nähtiinkö televisiotoiminta puhtaasti kaupallisena toimintana vai pidettiinkö sitä yhteiskunnallisesti tuettavana alueellista mediakenttää rikastavana ja yhteisöllistä demokratiaa kehittävänä toimintana. Yhtä mieltä toimijat olivat siitä, että perinteisessä, toimiluvanvaraisessa mutta kaupallisrahoitteisessa muodossaan ainakin alueellinen televisiotoiminta on lähes mahdotonta.

Viestinnän sääntelyn ja viestintäpolitiikan näkökulmasta tilanne on haastava: olemassa oleva toimilupakäytännön ei nähdä lisäävän toimijoiden kiinnostusta televisiotoiminnan harjoittamiseen tai ylipäätään juurikaan vaikuttavan toiminnasta kiinnostumiseen. Useat toimijat pitävät kuitenkin alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa keskeisenä osana suomalaista mediakulttuuria ja näkevät, että niiden toimintaa kannattaisi tavalla tai toisella tukea yhteiskunnan taholta. Samalla yhteiskunnan tuki jakaa toimijoiden mielipiteet kahtia: kaupalliset toimijat vastustavat tukea kun taas asiantuntijat ja valtiorahoitteiset toimijat näkevät myös yhteiskunnan taloudellisen tuen merkittävänä toiminnan edellytyksenä. Alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä kehittävilta viranomaisilta odotetaan siis monensuuntaista tukea ja kannustusta, joka samalla usealta taholta nähdään muuta jo olemassaolevaa toimintaa rajoittavana tai köyhdyttävänä.

5.2.5 Toimijoiden ehdotuksia

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan haasteiden yksityiskohtaisen osoittamisen lisäksi haastattelemamme asiantuntijat tuottivat kirjon erilaisia kriittisiä ehdotuksia alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan henkiin herättämiseksi. Tässä kappaleessa vedämme yhteen esitettyä kritiikkiä ja esittelemme toimijakentältä ja asiantuntijapuheesta esiin nousseita toimintasuosituksia. Omat, tutkijaluentaan ja aikaisempaan tutkimukseen perustuvat johtopäätökset ja suositukset ja esitetään myöhemmin luvuissa 7 ja 8.

Kriittiset huomiot

Esitetyt kriittiset huomiot olivat harvalukuisia, mutta yhtenäisiä. Yleisimmin ministeriön toimintaa pidettiin joustavana ja asiantuntevana ja henkilösuhteita ministeriöön hyvinä. Jos kritiikkiä ministeriön toimintatapoja tai linjauksia kohtaan esitettiin, se kohdistui tiedottamiseen, byrokraatiaan, sääntelyä korostavaan näkökulmaan, vähäiseen tutkimustoimintaan sekä eräänlaiseen pysähtyneisyyteen: toimilupatelevision sijasta kentällä korostettiin televisiotoiminnan uusia muotoja nimenomaan alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan osalta.

Tiedottaminen: Yksi yleisimmistä kriittisistä huomioista koski LVM:n tapaa tuoda esille toimilupatelevision merkityksiä ja mahdollisuuksia. Oltiin sitä mieltä, ettei yksinkertainen tiedottaminen ole riittävää eikä alan kehitykselle tekisi pahaa eräänlainen informatiivinen markkinointihenkisyyskään. Televisiotoiminnan olemuksista, vaikutuksista, tulevaisuudennäkymistä ja taloudesta on olemassa paljon LVM:n itsensäkin tilaamaa ja tuottamaa tutkimustietoa, jonka hyödyntäminen viestinnässä olisi monen haastatellun mielestä suotavaa.

Byrokratia: Toinen kriittinen huomio liittyi itse toimilupa käytännön monimutkaisuuteen. Hakeminen on raskasta ja monivaiheista, vaikka itse toimintaa ei säädeltäisikään kovin raskaalla kädellä.

Sääntelyn keskeisyys: Kriittisiä huomioita esitettiin myös toimiluvanvaraiseen maanpäälliseen jakeluverkkoon keskittymisestä ja sen sääntelypolitiikkaan keskittymisestä suunnittelun, tutkimuksen ja kehittämishankkeiden sijasta.

Tutkimuksen vähäisyys ja rajaukset: Vaikka esimerkiksi tutkimusta tehdään kaiken aikaa, ovat ne usein toisistaan irrotettuja ja suppeahkoja selvityksiä, joiden varassa ei synny kokonaisvaltaista kuvaa televisiotoiminnan kentästä eikä varsinkaan sen potentiaalisista ansaintalogiikoista jo olemassaolevien lisäksi. Erityisesti asiantuntijan asemassa olevat toimijat peräänkuuluttivat suunnitelmallista ja pitkäjänteistä tutkimustoimintaa joka irtautuu perinteisistä väline- ja toimialarajoista ja tarkastelee välineitä, teknologioita ja sisältöjä osina mediakulttuuria ja sen murroksia.

Toimilupatelevision vanhanaikaisuus alueellisilla ja yhteisötelevisiön markkinoilla: kentän toimijat korostivat alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan välttämättä siirtyvän tulevaisuudessa joko kaapeliin tai nettiin, esimerkiksi IPTV-toimintaan tai avoimen internetin yli lähetettävään netti-tv-toimintaan. Niinpä liikenne- ja viestintäministeriön tulisi toimilupakerrosten sijasta keskittyä uusien, vielä muotoutumassa olevien jakeluteknologioiden mahdollisuuksien selvittämiseen ja kehittämiseen.

Toimintaehdotukset

Haastateltavien toimintasuosituksista on mahdollista tiivistää viisi toiminnan aluetta tai suuntaa. Ensimmäinen koskee koko viestintä- ja mediapolitiikan kenttää ja siinä erityisesti ministeriön asiantuntijaorganisaationa tekemää virkamiestyötä – useissa haastatteluissa toivottiin eräänlaista linjanmuutosta tai uudenlaista, aktiivisempaa roolia nimenomaan suunnittelussa ja kehitysten kartoittamisessa. Loput neljä toimintaehdotusta ovat käytännöllisempiä esityksiä siitä, mitä tuo uusi linja voisi ainakin alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan ja ehkä yleisemminkin televisiotoiminnan osalta käsittää. Viidentenä nostamme esille Yleisradiotoimintaan liittyviä kehitysideoita, joita haastateltavat läpi koko toimialan esittivät.

Toiminnan uusi linjaus: useat haastateltavista kuvailivat LVM:n toimintaa regulatoriseksi ja keskeistä toiminnan aluetta regulaation näkökulman säätämiseksi. Jos halutaan aktiivista roolia mediakentän kehityksen ohjaajana ja ennakoijana, olisi kohdennettava toimintaa laajemmin mediakulttuuriin, kuluttajien näkökulmiin, teknologiseen kehitykseen ja konvergenssiin sekä sellaisillekin toiminnan alueille, jotka eivät tällä hetkellä ole LVM:n regulatorisen sääntelyn kohteita.

Mikäli esimerkiksi poliittisista tai kulttuurisista syistä halutaan synnyttää ja tukea alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa ja sitä kautta vaikuttaa kansalaisyhteiskunnan monimuotoiseen kehitykseen, täytyy tunnustaa taloudelliset-tekniologiset realiteetit, ja lähteä tarkastelemaan ja kehittämään niitä jakelukanavia, joiden kautta kyseinen toiminta olisi taloudellisesti mahdollista. Esimerkiksi erilaisten internetiä ja televisiota yhdistävien teknologioiden ja hybridien päätelaitteiden kehityksen merkitys saattaa olla suurikin. Samoin nettitelevisiön, mobiilitelevisiön ja näiden ja perinteisen television tai muunkin median yhdistämisen mahdollisuuksia on tutkittava ja ne on tunnustettava. Ministeriö voisi toimijoiden mukaan myös miettiä, minkälaisin tukitoimin voitaisiin kehittää monimediaisia palveluja.

Esitettiin myös sellaisia radikaaleja näkemyksiä että viestintäpolitiikan voimavarat tulisi keskittää teknologian kehittämiseen ja käyttöönoton tukemiseen. Tällä tavalla kansalaisten tasavertaisuus yhteiskunnallisina toimijoina, kansalaisina ja kuluttajina tulisi parhaiten taattua. Uutta linjaa sovellettaessa joudutaan ehkä rikkomaan totuttuja rajoja ja toimimaan uudella alueilla.

Lisäksi haastatellut kautta linjan toivoivat Digitan aseman uudelleenarvioimista ja monien Euroopan maiden mukaista kilpailun

vapauttamista sekä mahdollisten suomalaisten satelliittitoimijoiden selvittämistä, jopa satelliitin hankkimista.

Yhteistyö: Monissa Euroopan maissa televisiotoiminta on opetus- tai kulttuuriministeriön alaisuudessa. Audiovisuaalisen kulttuurin ja televisiotoiminnan kehittämiseksi voisi olla hyvä tehdä eri hallinnonalueiden intressit yhdistävää selvitys- tutkimus- ja kehitystyötä, josta myös televisiotoimiala hyötyisi. Lisäksi liiketoimintamallien ja potentiaalisten ansaintalogiikkojen selvittämisessä työ- ja elinkeinoministeriön osaamisesta sekä esimerkiksi TEKES:in tietotaidosta voisi olla suurtakin hyötyä. Haastateltavat peräävät laaja-alaista yhteistyötä ministeriöiden ja tutkimuslaitosten ja muiden toimialan kannalta merkittävien instituutioiden välille sekä vielä nykyistäkin tiiviimpää yhteistyötä alan toimijoiden ja LVM:n välillä.

Haastateltavat toivoivat, että tiiviimpi ja laajempi yhteistyö saisi aikaan uudenlaisia tukimuotoja ja toimintatapoja – esiin nostettiin esimerkiksi taiteen- ja kulttuurituen kaltaisia tukijärjestelmiä, joita kaivattaisiin myös kansalaislähtöiseen demokratia-/taidevetoiseen yhteisölliseen televisiotoimintaan tai vähintäänkin sen käynnistämiseen.

Liukumot, hautomot ja koulutus: Haastattelemamme toimijat kommentoivat toimilupapolitiikan perusteita ja ehdottivat niiden uudelleenarviointia nimenomaan alueellisen ja yhteisöllisen television osalta. Monet pitivät edellisen hakukierroksen väljästi määriteltyjä sisältövaatimuksia hyvänä ja joustavana tapana toteuttaa toimilupatelevisiota, mutta olivat sitä mieltä, että vallitsevassa mediaympäristössä olisi syytä harkita toimiluvan sijasta esimerkiksi erilaisia pitkäaikaisia yrityshautomon kaltaisia kokeiluhankkeita. Tällöin varmistettaisiin toiminnan pitkäjänteisyydestä ja varmistettaisiin taloudellisen kannattavuuden edellytykset.

Starttirahojen sijasta toimijat pohdiskelivat pitkäaikaisia, monivaiheisia ja monitasoisia tukihankkeita esimerkiksi Amsterdamin vapaan kaupunkitelevisio Salton tapaan. Julkinen tuki voisi olla myös voimakasta satsausta alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan infrastruktuurin kehittämiseen, rakentamiseen ja tarjoamiseen. Tuki tulisi tällöin teknologisten fasiliteettien tarjoamisen muodossa ja yhteisöt ja/tai alueet voisivat itse vastata sisällöntuotannosta ja hiljalleen myös sisällöntuotannon ja ehkäpä lähettämisenkin taloudellisesta kannattavuudesta. Malli toimisi liukumon tapaan ja saattaisi sitä visioineiden mielestä tuottaa taloudellisesti kannattavia, luovia ja jopa kansainvälisesti kopioitavissa olevia sisältökonsepteja. Lisäksi malli toimisi kansalaisyhteiskunnan, sananvapauden ja monitasoisen kulttuurisen ja yhteiskunnallisen osallistamisen periaatteiden hengessä ja rikastaisi varmasti mediakulttuuria nimenomaan näistä näkökulmista.

Tutkimus: Varsinkin asiantuntijahaastateltavat toivoivat entistä voimakkaampaa ja monipuolisempaa satsausta kentän tutkimukseen. Tarvitaan pitempiä ja syvällisempiä hankkeita lyhyiden katsausten ja selvitysten sijaan. Tällainen tutkimus voi syntyä lähinnä tutkimuslaitoksissa ja/tai laajamittaisissa yhteistyöhankkeissa, joissa vähintäänkin hyödynnetään Tekesin kaltaisten instituutioiden osaamista. Yhdeksi esimerkiksi nousivat

televisiomainonnan todelliset kustannukset. Televisiotoimintaan liittyy paljon jo vanhentuneita uskomuksia, joita tutkimuksen avulla olisi mahdollista tarkistaa – esimerkiksi televisiomainonnan korkeat hintamielikuvat alkavat olla vanhentuneita mutta silti kentällä ja tutkijoidenkin piirissä voimakkaita – ne saattavat välillisesti vaikuttaa potentiaalisen televisiotoiminnan suunnittelun ja aloittamisen symbolisina esteinä.

Yleisradion roolin kehittäminen: Viimeisenä toimintaehdotuksena alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan aikaansaamiseksi nousi esiin lainsäädäntötyö, joka kohdistuisi Yleisradion toimintaan ja yleisradiolakiin. Julkista tukea olisi useamman toimijan mukaan mahdollista kanavoida Yleisradion kautta siten, että esimerkiksi sille myönnettyllä ylimääräisellä budjetilla Yleisradio antaisi teknistä ja sisällöllistäkin osaamista alueellisen televisiotoiminnan tueksi. Ajatus on pääpiirteissään samansuuntainen kuin idea yrityshautomoa muistuttavista tukiliukumoista, mutta siinä hyödynnettäisiin Yleisradion jo olemassaolevia resursseja. Sisällöntuotanto sekä siihen liittyvä varainhankinta tehtäisiin alueellisesti/tuottajayhteisöjen toimesta. Esitetyn kaltainen malli edellyttäisi julkisen rahoituksen perusteiden tiukkaa aluepoliittista pohtimista ja Yleisradion alueelliseen toimintaan suuntautuva sääntely pitäisi ajatella uudelleen.

6 Yhteenveto: kolme katsetta alueellisen ja yhteisöllisen television tulevaan olemukseen

Tässä luvussa vedetään yhteen toimijoiden keskeisiä näkökulmia. Haastattelupuheen alussa esiteltyjen analyttisten perusteiden valossa esitetään puheesta tiivistetyn kolme näkökulmaa alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan tulevaisuuden muotoihin ja potentiaaliin sekä näiden näkökulmien keskeiset argumentit, perustelut omalle kannalleen. Lisäksi esitämme lyhyen refleksiivisen katsauksen haastattelututkimuksen tulosten tulkitsemiseen.

6.1 Toimijaryhmien argumenteista näkökulmiin

Mittavan, reilusti yli 50-tuntisen haastatteluaineiston raportoiminen argumenttien tasolla ei mielestämme vielä auta näkemään metsää puilta. Tässä kappaleessa tiivistetään haastateltavien argumentteja kolmeksi samansuuntaiseksi näkökulmaksi alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan ja nostetaan kunkin näkökulman yleisimmin toistuneet ja voimakkaimmin perustellut argumentit. Lopuksi esitetään tulkinta näkökulmien yleisyydestä sekä keskinäisestä hierarkiasta.

Liberalistiseksi kutsumme puhtaan kaupallista näkökulmaa alueelliseen ja yhteisölliseen televisiotoimintaan. Sen perusajatus lienee kiteytettävissä vapaiden markkinoiden paremmuuteen niin yhteiskunnan kuin yksittäisen kuluttajankin kannalta. Mediatuotantoa ja teollisuutta kehitetään liiketalouden näkökulmasta ja markkinalogiikan kaupallisuuden vaatimus näkyy sisällöntuotannossa journalismia myöten.

Liberalistinen näkökulma näkee yleisösuhteensa segmentoinnin kautta, erilaisina markkinoinnin kohderyhminä ja yleisöjen valinnat eräänlaisena kuluttajasuuntautuneena yksilöllisyytenä. Tämä näkyy esimerkiksi kanavaprofiloinnissa ja eritasoisessa formaattitoiminnassa (kokonaiset kanavat → sisällölliset lajityypit → yksittäiset ohjelmaformatit) sekä mediasisältöjen yleisessä viihteellistymisessä ja tabloidisaatiossa (esim. Aslama 2008, Nieminen & Pantti 2004).

Liberalistista näkökulmaa edustivat haastatteluaineistossa luonnollisesti kaupallisen toimijat televisiokanavista maakuntalehtiin, mutta kyselytutkimuksen perusteella myös koulutuksen ja tutkimuksen puolella esitettiin lausuntoja liberalistisesta näkökulmasta käsin.

Asiantuntijakommentteja: liberalistinen näkökulma alueelliseen televisioon

”En näe alueellista tai yhteisöllistä televisiota järkevänä. Kaikki näkemäni alueelliset ja yhteisölliset tv-projektit ovat olleet opiskelijoiden puuhastelua tai sisällöllisesti väkinäistä ja halpaa ajan täyttettä, joka ei ole kiinnostavaa edes alueellisesti.”

”En usko alueellisella televisiotoiminnalla olevan kovin valoisaa tulevaisuutta, paitsi poikkeustapauksissa. Suomi on niin pieni maa ja alueet niin pieniä, että toimijoita ja sisällöntuottajia ei ole tarpeeksi.”

”Näen alueellisen televisiotoiminnan liki mahdottomana. Yhtälö on yksinkertainen: tv-tuotanto on kallista. Halvasta ja heikkotasoisesta sisällöstä kukaan muu ei ole kiinnostunut kuin tekijät ja omaiset.”

”Niin kauan kuin Ylellä on lupamaksurahoitteinen monopoli alueelliseen tv-toimintaan, kukaan tuskin ryhtyy vakavasti ottaen edes kilpailemaan alalla.”

Liberalistis-pluralistinen näkökulma nostaa vapaan kilpailun ja kysynnän ja tarjonnan lakien synnyttämän tuotannon rinnalle ajatuksia sisältöjen eettisistä, taiteellisista, kulttuurisista, poliittisista ja ylipäätään identiteettejä ja toimivaa kansalaisyhteiskuntaa rakentavista arvoista. Koska kaikki olennaiset sisällöt eivät välttämättä ole kaupallisesti tai liiketaloudellisesti arvioituina kilpailukykyisiä, on olemassa erilaisia perusteita julkiseen tukeen sisällöntuotannon monipuolistamiseksi.

Liberalistis-pluralistista näkökulmaa kuvaa esimerkiksi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan suhteen ajatus Yleisradion keskeisestä roolista ja sen kehittämisen keskeisyydestä, mikäli julkisin varoin edetään. Kaupallisen median puolella ymmärretään voitontavoittelun lähtökohta eikä kilpailua toivota vääristettävän enemmällä tai Yleisradiolakiin sisällytettyä sääntelyä mutkikkaammalla julkisen tuen järjestelmällä.

Samaan aikaan esimerkiksi kuntien, kuntayhtymien tai järjestöjen tms. ajatellaan voivan pluralistisin perustein (kuntalaisten/jäsenten etu, olennaiset sisällöt) voivan aloittaa alueellista tai sisällöllisesti kohdennettua yhteisöllistä televisiotoimintaa kunhan sen rahoitus järjestyy. Kunta voi demokraattisesti päättää varojensa käytöstä ja järjestö löytää itse rahoittajansa. Toiminnan täytyy kuitenkin voida itse rahoittaa itsensä, sillä valtiollinen julkinen tuki on hyvä kanavoida Yleisradion kautta.

Tämä näkökulma oli tutkimuksen yleisin – varsinkin koulutussektori, paikallisten medioiden edustajat ja monet kaupallistenkin toimijoiden edustajat tuottivat argumenttinsa tästä näkökulmasta käsin. Asiantuntijoiksi edustamansa organisaation tai oman historiansa perusteella määriteltäviä haastateltavia löytyi tasaisesti jokaisen kolmen näkökulman joukosta.

Asiantuntijakommentteja: liberalistis-pluralistinen näkökulma alueelliseen televisioon

“Kokemuksesta oppien kysyntää olisi, mutta omistus pohja, tuotantokoneisto ja ohjelmisto on mietittävä prikulleen oikein (ja heti). Kokeiluun ei alussa ole riittävästi aikaa. Potentialiaalia olisi.”

”Alueellinen tv-toiminta on mahdollisuus, mutta se on tehtävä hyvin ja laadukkaasti, koska kuluttajat ovat valveutuneempia tänä päivänä. Huonosta sisällöstä tai teknisestä laadusta ei kukaan ole valmis maksamaan. Vähemmän tarjontaa, sopivaan aikaan, hyvää laatua. Tuskin kukaan odottaa ympärivuorokautista tarjontaa.”

Pluralistis-kriittisen näkökulman mukaan mahdollisimman monipuolinen ja kansalaisia sekä teknologioillaan, muodoillaan että sisällöillään osallistava mediakulttuuri on niin merkittävä demokratian ja kansalaisyhteiskunnan näkökulmasta, että alueellinen ja yhteisöllinen mediatuotanto on saatava käyntiin vaikka julkisella tuella. Näkökulman argumentatiivinen perusta juontaa demokratiakäsityksestä, jonka ytimessä on tietoinen ja osallistuva kansalainen. Markkinoitunut kaupallinen media ei välttämättä tuota sisältöjä, jotka ovat kansalaisille olennaisia. Ainakin alueellinen ja yhteisöllinen televisiokulttuuri voisi rikastaa ja monipuolistaa sisältöjä ja aktivoida kansalaisia mukaan julkisen harkinnan piiriin.

Pluralistis-kriittisestä näkökulmasta käsin puhuttiin useammin yhteisöllisen kuin alueellisen television yhteydessä. Se myös liitettiin lähidemokratiakokeiluihin, taiteeseen, teknologiavetoisiin kehityshankkeisiin ja kansalaisten omaan sisällöntuotantoon.

Vaikka näkökulma oli haastatteluaineistossa harvinaisin, löytyi sen keskeisille argumenteille tukea kyselytutkimuksesta. Erityisesti koulutuksen ja tutkimuksen edustajat sekä paikallisen median (televisio, radio, printti) tuottivat pluralistis-kriittisiksi tulkittavia argumentteja.

Asiantuntijakommentteja: pluralistis-kriittinen näkökulma alueelliseen televisioon

“ Paikallisuus kiinnostaa aina, joten alueellisella televisiotoiminnalla on mielestäni hyvät näkymät.”

”Närmiljön kommer att få större betydelse för människan allt eftersom världen blir mer global.”

”Tekniikan kehittymisen ja halpenemisen myötä tulevaisuudennäkymät voivat olla hyvätkin, jos pystytään kehittämään hyviä sisältöjä.”

”Uskon alueellisen televisiotoiminnan tulevaisuuden olevan monikanavainen eli kaikki jakeluverkot otetaan tehokkaasti käyttöön ja sisältöä tuotetaan tehokkaasti kaikkien verkkojen vaatimukset huomioiden.”

” Mikäli alueellisen ja yhteisöllisen mediatoiminnan merkitys tunnustetaan, sille osoitetaan varoja ja kaikilla alueen asukkailla ja toimijoilla on mahdollisuus tasaveroisesti vastaanottaa/tuottaa ohjelmaa, sillä tulisi olla pysyvä paikkansa paikallisessa mediakentässä.”

Seuraavassa kaaviossa havainnollistamme näkökulmien keskeisiä eroja tutkimuksen toimeksiannossa keskeisiksi nostettuihin teemoihin alueellisen television osalta.

Kuva 18. Kolme näkökulmaa alueelliseen televisioon

| Teema | Liberalistinen näkökulma | Liberalistis-pluralistinen näkökulma | Pluralistis-kriittinen näkökulma |
|--|--|---|---|
| Käsitys alueellisesta televisiotoiminnasta | Kannattamatonta. Liian pienet markkinat. Ei välitöntä tarvetta alueellisille sisällöille. Alueellisuuden merkitys audiovisuaalisen viestinnän saralla menettämässä merkitystään. | Kannattamatonta puhtaan kaupallisesti – liian pienet markkinat. Alueellisilla sisällöillä muita arvoja – alueellisten toimijoiden tarpeet, identiteettien vahvistaminen ja kansalaisten osallistaminen | Puuttuu suomalaisesta mediakulttuurista. Tarpeellista. Osallistavaa. Tuo vaihtoehtoja valtavirralle. |
| Käsitys alueellisen television sisällöistä | Alueellinen uutistuotanto ainoa sisältö, jota kaupallinen valtakunnallinen media ei ehkä tarjoa Osaamisongelmia – todellinen osaaminen keskittyy isoille toimijoille | Alueellisen uutistuotannon osalta Yleisradion ja vahvasti netissä olevien maakuntalehtien kanssa vaikea kilpailla. Muita merkittäviä sisältöjä voisi olla innovoivissa. Voiko UGC-sisältöjä kaupallistaa? | Uutisten lisäksi tarvitaan kansalaisten omaa tuotantoa. Taiteelliset ja teknologiset kokeilut, Televisio kansalaiskeskustelun foorumina ja itseilmaisun kanavana. |
| Käsitys alueellisen televisiotoiminnan tarvittavasta sääntelystä | Ei tarvita, lähinnä rekisteröinnin ja kirjanpidon tarpeita. Digitaalinen monopoliasema pohdituttaa, | Sääntely nykyisellään hyvä – sisällöllisesti kohdistuu alueellisessa tv:ssä lähinnä Yleen ja mainontaan. Moraalisen sääntelyn | Digitaalinen monopoliasema purettava. Muu sääntely nykyisellään hyvä – sisällöllisesti kohdistuu alueellisessa |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | | tarve olemassa (lapsiporno tms.) | tv:ssä lähinnä Yleen ja mainontaan. Moraalisen sääntelyn tarve olemassa (lapsiporno tms.) |
| Käsitys alueellisen televisiotoiminnan rahoitusmalleista | Mainosrahoitus. Kilpailee alueellisen printtimainonnan kanssa – synergiaetujen mahdollisuus pieni | Mainosrahoitus. Maksu-tv. Järjestöjen tai toimijoiden oma rahoitus, sponsorit. Monirahoitusmallit. Ei julkista tukea Yleisradion ulkopuolelle. | Monirahoitusmallit, julkinen tuki ainakin alkuvaiheessa. Myös toimijoiden omaa rahoitusta menestyneimmille konsepteille. |
| Käsitys alueellisen televisiotoiminnan keskeisistä teknologioista | Valtakunnallisesti merkittäviä sisältöjä mahdollisuus lokalisoida netissä. Uudet teknologiat saattavat tuoda tällekin alueelle uusia ansaintalogiikoita. | Saattaisi olla mahdollista netissä kun käyttäjäkulttuurit muuttuvat. Toisaalta netin luonne globaali. | Netti potentiaalinen väline. Hybridilaitteita odotetaan, teknologiaa testataan. Usko kuluttajien kykyyn omaksua uutta. |
| Käsitys alueellisen televisiotoiminnan kulttuurista tarpeista | Kysynnän ja tarjonnan lait määrittävät tarvittavia sisältöjä – alueelliset sisällöt printissä ja netissä näyttävät riittävän | Alueelliset sisällöt merkittäviä, mutta tarpeet voidaan huomioida printissä ja netissä. Innovaatioiden ja niiden generoiman identiteetti-yhteisöllisyyden mahdollisuus | Alue on keskeinen yhteiskunnan kokemuksen rakenne, samoin paikallinen taso. Sisällöt merkittäviä poliittisesti ja kulttuurisesti. |
| Ydinargumentti | Talous | Talous. Sisältöjen laatu. Monipuolisuus. | Sisällöt. Osallistuminen Demokratia. |

Samat näkökulmat on tiivistettävissä myös yhteisötelevisiota koskevista keskusteluista. Yhteisötelevisiion osalta liberalistisen mallin erottaa yhteisön käsitteen erilainen määrittely: liberalistisesta katsannosta käsin yhteisöllä viitataan ennemminkin markkinoinnin kohdeyleisöön tai elämäntavan ja kulutuksen yhdistämään ryhmään kuin aktiiviseen sosiaaliseen yhteisöön. Liberalistisen ajattelutavan omaksuneet tuntuivatkin pitävän yhteisöille suunnattua televisiota, niche-kanavia ja kohderyhmäkanavia televisiotoiminnan tulevana ja vahvistuvana muotona myös Suomessa.

Myös maksuperustainen kaupallisesti määritellyille yhteisöille suunnattu televisiotoiminta näytti mahdolliselta – esimerkiksi lemmikkieläintelevisiosta ja ikääntyneiden televisiosta puhui melkein jokainen sisällöntuotannon ja profiloimisen ammattilainen. Näiden osalta tosin mietittiin myös erilaisia tilaustelevisiion muotoja ja muita jakelukanavia kuin maanpäällinen verkko, sillä vaikka kohderyhmät olisivat lukumääräisesti suuria, voi ohjelmatyypin käytön saturaatio tulla nopeasti vastaan. Liberalistinen näkökulma korostaa yhteisötelevisiionkin kaupallista kannattavuutta ja mainos- tai maksutv-perustaisia rahoitusmalleja.

Asiantuntijakommentteja: liberalistinen näkökulma yhteisötelevisioon

“Tv on liian raskas väline yhteisölliselle viestinnälle. Printti ja ennen kaikkea internet ovat kehityskelpoisempia.”

” Mielestäni Idols, Jääkiekon MM-kisat, Tanssii Tähtien kanssa ovat yhteisöllisiä tv-ohjelmia ja niiden tulevaisuus näyttää hyvältä. Muunlaisen yhteisöllisen televisiotoiminnan tulevaisuuden näen hämäränä. Televisio on vahva media, ensisijaisesti tunteen välittämisen media. Televisio-ohjelman tulee ensisijaisesti koskettaa katsojaa yksilönä, ei yhteisön jäsenenä”

“Suurin ongelma on rahoituksen puute ja tästä seuraa ammattilaisten puute, mikä tekee yhteisöllisestä sisällöstä laadullisesti epätasaista.”

Liberalistis-pluralistinen näkökulma määrittelee yhteisön paitsi yhdistävien elämäntapojen ja kulutustottumusten kimpuksi, myös yhteiseksi eduksi ja tunnistaa esimerkiksi järjestöjen jäsenten potentiaalisesti erityneet viestintätarpeet. Tämänkaltaisille yhteisöille suunnatun television pitäisi näkökulman mukaan rahoittaa itsensä, sillä varsinaisesti demokratian kannalta merkitsevät vähemmistöt ja pienryhmät (kielivähemmistöt, alueet yms.) tulevat huomioiduiksi pluralistisen Yleisradiolain toimesta. Muiden yhteisöjen olisi onnistuttava itse rahoittamaan televisiotoiminta.

Kansalaisten omaa itseilmaisuun ja osallistumiseen tähtäävää sisällöntuotantoa ja paikallisia kanavia tms. lähiteleviointia ei suinkaan tuomita, vaan periaatetta pidetään hyvänä. Talouden reunaehdot kuitenkin sanelevat millaiseen toimintaan kannattaa ryhtyä. Pieniyhteisöjen voi olla järkevintä toteuttaa itseään internetissä.

Asiantuntijakommentteja: liberalistis-pluralistinen näkökulma yhteisötelevisioon

”Yhteisölliselle televisiotoiminnalle on varmasti tilausta, ja ei-kaupallisena se toimisi pienten yhteisöjen mediana. Myös kaupallisena mediana mahdollisuuksia, mikäli se pääsisi mobiililaitteisiin. Myös kaksisuuntaisuutta voisi kehittää, niin että sanoman kertojan ja vastaanottajan roolit voisivat vaihdella.”

Yhteisötelevisio on pluralistis-kriittisen näkökulman keskeistä aluetta. Yhteisö määritellään erilaisten kansalaisyhteiskuntaa, kansalaisten valtaistamista ja osallistuvaa demokratiaa korostavien teoiroiden hengessä ja yhteisötelevisiolla

tarkoitetaan nimenomaan yhteisöjen omaa tuotantoa. Toiminnan rahoituksen pitäisi ainakin laussa olla julkisesti tuettua, mutta näkökulman mukaan yhteisö voi vahvistua ja vahvistaa itseään ja sen innovatiiviset tuotokset voimat tulla myös taloudellisesti kannattaviksi. Esimerkiksi otetaan usein ATV ja Moon TV, joiden ympärille syntyi oma omintakeinen alakulttuuri, joka näkyi ohjelmien aiheissa, tuotantotavassa ja estetiikassa ja joka selvästi löysi oman yleisönsä tai ainakin vastasi yleisöjen odotuksia. Pluralistis-kriittisestä näkökulmasta käsin ideoitii kaupunginosakanavia ja ad hoc-henkisiä, projektiluonteisia yhden asian kanavia, joille luontevin toimintafoorumi on ehdottomasti internet ja sen rinnalla mahdollisesti paikallinen kaapeliverkko.

Asiantuntijakommentteja: pluralistis-kriittinen näkökulma yhteisötelevisioon

”Operaattorien ja kuntien suosiollisella tuella yhteisöllinen tv voi toimia esim. netissä hyvinkin monimuotoisesti ja tarjota kiinnostavaa, raikasta sisältöä.”

” Uskon, että erilaisten harrasteiden ja suurimpien järjestöjen ympärille voi syntyä pieniä teemallisesti sitoutuneita kanavia, jonne lähes jokainen pystyy tuottamaan sisältöä.”

” Laajakaista tarjoaa rajattomat mahdollisuudet, eikä rahaakaan pala kamalasti jos ei kilpailla perinteisen tv-kentän kanssa. Parhaat ratkaisut syntyvät yhteisöjen sisältä, ei julkisen vallan ohjailun tuloksena.”

” Suomessa (toisin kuin maailmalla) yhteisömedian ajatus tuntuu olevan vielä melko uusi ja vieras ja sen vuoksi yhteisöllisen televisiotoiminnan merkittävään kasvuun lyhyellä aikavälillä on vaikea uskoa. Pitäisin tällaista toimintaa kuitenkin erittäin tärkeänä ja toivottavana, mutta uskon, että sen kasvun edellytyksenä on julkinen tuki ja/tai esimerkiksi oppilaitosten ja mediayritysten aktiivinen yhteistyö.”

Seuraavassa kaaviossa havainnollistamme näkökulmien keskeisiä eroja tutkimuksen toimeksiannossa keskeisiksi nostettuihin teemoihin alueellisen television osalta.

Kuva 19. Kolme näkökulmaa yhteisötelevisioon

| Teema | Liberalistinen näkökulma | Liberalistis-pluralistinen näkökulma | Pluralistis-kriittinen näkökulma |
|-----------------------------|--|--|--|
| Käsitys yhteisötelevisiosta | Yhteisö määritellään kulutustottumusten ja tyyli- ja elämäntapakysymysten perusteella. Myös ikä kaupallisesti merkittävä yhteisön peruste. Niche kanavat, formaattikanavat ja kohderyhmäkanavat kaupallisena | Yhteisö on moniulotteinen käsite ja yhteisötelevisio vaikea alue. Yhtäältä ajatus vähemmistöstä ja marginaalista – Yleisradion toimialaa. Kuluttajayhteisöt, järjestöyhteisöt ja kansalais- ja tapahtumayhteisöt | Yhteisö on keskeinen yhteiskunnallisen ja kulttuurisen todellisuuden kokemisen rakenne. Yhteisöt tarvitsevat viestinnän kanavia ja sähköinen media on vielä hyödyntämättä. Toimivia ja suosittelavia malleja |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | yhteisötelevisiiona. | merkittäviä, mutta olisiko toiminta kannattavaa? | ulkomailla. |
| Käsitys yhteisötelevisiion sisällöistä | Tarkkaan suunniteltua kohderyhmäsisältöä. | Yleisradion kielivähemmistöjen omat ohjelmat, etnisten ryhmien ja vähemmistöjen huomioiminen. Toisaalta yhteisöjen itse tuottamaa tai kaupallisesti tuotettua kohderyhmäsisältöä. | UGC. Yhteisöjen oma sisällöntuotanto. Sisältö kokeilevaa ja ilmaisuvoimaista, tekijöilleen tärkeää. Myös kaupallistamisen mahdollisuuksia. |
| Käsitys tarvittavasti sääntelystä | Korkeintaan eettis-moraalinen sääntely. | Eettis-moraalinen sääntely Yleisradiolain ohella muille toimijoille. | Sääntelyn lähtökohdaksi yhteisöllisen median tunnustaminen ja sen toiminnan tuki. Lisäksi eettis-moraalinen sääntely. |
| Käsitys rahoitusmalleista | Mainosrahoitus. Maksu-tv. Näiden yhdistelmä. Sponsorirahoitus. | Julkinen tuki kanavoidaan Yleisradion kantta. Yhteisöjen oma rahoitus. Mainosrahoitus, maksu-tv tai sponsorit. | Monirahoitusmallit joissa julkinen tuki ainakin alussa välttämätöntä. |
| Käsitys keskeisistä teknologioista | Televisio – kaapeli tai satelliitti maanpäällistä jakeluverkkoa edullisempaa. Yhdistelmät – netti syventää televisiota. Tulevaisuudessa hybridilaitteet ja mahdolliset mobiiliyhteisöt? | Televisio – maanpäällinen tai kaapeli. Netti tukee, yhteisöjen oma toiminta voi olla kannattavampaa netissä. Yhdistelmät. Tulevaisuudessa hybridilaitteet ja mobiili? | Tällä hetkellä yhteisötv toimii netissä. Televisio mahdollistaisi suurempien ryhmien osallistamisen. Hybridilaitteet ja monimediaratkaisut voisivat syventää toimintaa. |
| Käsitys kulttuurisesta tarpeesta | Niche-kanaville ja VOD-palveluille yhä enemmän tarvetta tulevaisuudessa. Kysyntä ja halukkuus maksaa tarjonnasta määrittelee. | Monipuoliset sisällöt kaikkien etu – puhdas kaupallinen järjestelmä yksipuolistaa sisältöjä liikaa. Taloudellinen kannattavuus kuitenkin määrittelee tuotantoa Yleisradion ulkopuolella. | Kulttuuri Suomessa alikehittynyt tällä alueella kansainvälisten vertailujen mukaan. Toisi merkittävän lisän kansalaisyhteiskunnan toimintamuotoihin ja rikastaisi kulttuuria. Kansalaiset eivät osaa vaatia, kun eivät osaa hahmottaa koko yhteisötelevisiota – voi kääntyä kannattavammaksi, kun tietoisuus lisääntyy |

| | | | |
|----------------------|---|--|--|
| Keskeiset argumentit | Talous, Segmentointi Käyttäjän omat valinnat | Monipuolisuus Talous Käyttäjien omat valinnat | Osallistaminen Kulttuurin ja politiikan rikastaminen Kuluttajan valinnanmahdollisuus Demokratia kansalaisyhteiskunta |
|----------------------|---|--|--|

Esitellyt kolme näkökulmaa esiintyivät lähestulkoon tasavahvoina kyselytutkimuksessa, mutta asiantuntijoille ja ylätason toimijoille suunnatussa haastattelututkimuksessa liberalistinen ja liberalistis-pluralistinen näkökulma olivat pluralistis-kriittistä yleisempiä. Toisaalta pluralistis-kriittiset kannanotot tulivat muita useammin tuetuiksi tutkijan tai asiantuntijan positiosta. Lisäksi samankin haastateltavan puheista saattoi löytyä puheenvuoroja vierekkäisistä näkökulmista ja varsinkin toimilupolitiikasta keskusteltaessa tehtyjen ehdotusten ja suositusten voisi tulkita ainakin väljästi kumpuavan nimenomaan pluralistisista ja kriittisistä katsannoista.

Mitä tämä näkemysten kirjo kertoo alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kentästä? Ainakin sen, ettei ole yhtä oikeaa totuutta siitä, millaista on alueellinen ja yhteisöllinen televisiotoiminta, miltä niiden tulevaisuus näyttää tai millainen poliittinen, kulttuurinen ja kaupallinenkin merkitys niillä saattaisi olla. Kentän käsitykset toiminnan mahdollisuuksista ja toimintaa mahdollistavista edellytyksistä, toiminnan reunaehdoista hajoavat.

Liikenne- ja viestintäministeriön kannalta tilanne on hedelmällisellä tavalla avoin. Joka tapauksessa tutkimus osoittaa, että alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kehittyminen ainoastaan toimijoiden omasta tarpeesta Suomen kokoisessa valtiossa tulee olemaan äärimmäisen epätodennäköistä. Julkista tukea, suunnittelu- ja kehitystyötä tarvitaan, tapahtui se sitten Yleisradion kautta kanavoituna, kuntayhtymien kautta tai suoraan ministeriön alaisuudessa.

Mikäli toimilupia jaetaan, tulisi niiden kaupallisen näkökulman mukaan olla valtakunnallisia, jotta muut kiinnostavat alueelliset sisällöt kuin uutiset voitaisiin jakaa tarvittaessa myös alueen ulkopuolelle. Toisaalta isot kanavat voisivat jakaa kanavaa yhtäaikaiseen alueelliseen toimintaan ja lokalisoida menestyssisältöjään netin lisäksi televisiossa. Tällöin esimerkiksi mainostajat ja vaikkapa sponsorit voisivat lähteä mukaan rahoituksen tasolla toisin kuin oman alueen sisään jäävään toimintaan. Esimerkkeinä haastateltavat pitivät turismin, matkailun ja erilaisten kehittyneempien palvelualojen kaltaisten toimialojen potentiaalista mainostamista.

Pluralistisemmat näkökulmat toivoivat myös kevyemmällä jakelu- ja tuotantokustannuksilla toteutuvaa alueellista mediaa, jonka tuki pitäisi osata kanavoida rakentavalla tavalla. Alueille ja yhteisöille tulisi jättää itsenäisyyttä ja rahoitusvastuuta sisällöntuotantoon, mutta kanavat ja teknologiat voisivat olla jollakin tapaa julkisesti tuotettuja.

Yhteisöllinen mediatoiminta näyttäytyy haastattelujen mukaan joko läpeensä kaupallisena kohdeyleisötoimintana tai itsenäisenä, poliittis-kulttuurisena

vapaaehtoistyöhön ja kansalaisten aktiivisuuteen perustuvana toimintana. Nimenomaan tässä tarvitaan ministeriön periaatteellista päätöstä ja systemaattista, tutkimukseen ja kentän kuulemiseen perustuvaa kehitys- ja tukitoimintaa.

Vaikka toimilupatelevisio olisi alueellisen ja yhteisöllisen television osalta eräällä tavalla tiensä päässä, näyttää työsarkaa olevan kentän määrittelemisessä ja sen kehittämisessä. Teknologioiden kehittyminen ja mediakulttuuri -- mediakäyttäjien tottumukset ja kokemukset siinä missä sisällöntuotannon muuttuvat käytännötkin -- tulisi ottaa kiinteästi mukaan suunnittelutyöhön. Yhteisötelevision on mahdollista toteutua, mutta se ei synny itsestään, sillä kuluttajat ovat hitaita: kun mitään kulttuurista perinnettä yhteisölliseen televisioon ei ole, (ja yhtä aikaa yhteisöllisen ja sosiaalisen median perinne on sitäkin vahvempi netissä) tarvitaan toimivia esimerkkejä, jotta kuluttajat voisivat löytää uudet television muodot.

6.2 Tutkimuksen itsereflektio

Tämä osa tutkimuksesta on toteutettu haastattelemalla ja kyselylomakkeella. Niinpä sen raportoinnissa ja tulosten tulkinnassa on otettava huomioon laadullisen haastattelututkimuksen yleisiä reunaehtoja ja varauksia. Validiteetin ja reliabiliteetin käsitteet liitetään usein määrällisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin. Niiden sopivuus laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin on riippuvainen siitä, kuinka onnistuneesti käsitteiden sisältö muutetaan vastaamaan lähestymistapaa. (esim. Silverman 2000, Gubrium 2001 ja Atkinson 2001.) Tarkastelemme tekemämme tutkimuksen ehtoja neljästä oleellisesta näkökulmasta: tietoteorian, reliabiliteetin, validiteetin ja yleistettävyyden.

Tietoteorian näkökulma: Haastattelututkimus ei tuota eikä edes pyri tuottamaan tosiasioita todellisuudesta vaan sillä kartoitetaan haastateltavien käsityksiä ja luodaan näistä mahdollisimman seikkaperäinen ja painotuksiltaan oikea ja objektiivinen kuva. Tutkimuksen taustalla olevat tietoteoreettiset sitoumukset liittyvät sosiaaliseen konstruktionismiin realismiin sijasta. Tutkimus ei siis pyri kumuloimaan havaintoja todellisuudesta kunnes teorian ja todellisuuden välille löytyy konkreettinen yhteys tai kausaalisuhte vaan tutkimuksen tarkoituksena on ilmiön – alueellisen ja yhteisöllisen television toimintapotentiaalin – kuvaileminen yhteiskunnallisessa ja kulttuurisessa kontekstissaan.

Reliabiliteetti. Reliabiliteetilla eli menetelmän luotettavuudella viitataan käytetyn tutkimusmenetelmän kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia, toisin sanoen käsitteellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä saavuttaa tarkoitettuja tuloksia.

Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteetin kannalta olennaisinta on se, että tutkimusprosessin kulku on mahdollisimman hyvin dokumentoitu ja analyysiperusteet ovat luettavissa. Tällöin lukijalle tarjotaan mahdollisuus seurata tutkijan päättelyä ja kritisoida sitä sekä pohtia, päätyisikö toinen tutkija saman aineiston ja esitettyjen tulkintasääntöjen pohjalta samoihin tulkintoihin.

Kun lähdetään tarkastelemaan kulttuurista ilmiötä kuten alueellista televisiota, on tärkeää, että menetelmä on riittävän avoin, jotta toimijoiden käsitysten variaatio pääsisi esille. Liian suljettu tutkimusmenetelmä sisältää aina vaaran tekijöiden ennako-oletusten ja niiden pohjalta laadittujen jaottelujen ja teemoittelujen toistamisesta ja vahvistamisesta. Laadullinen haastattelututkimus takaa kaikenlaisille näkemyksille mahdollisuuden tulla esiinnostetuiksi (esim. Hirsjärvi & Hurme 2000).

Toisaalta tavoiteltaessa laajojen massojen käsityksiä joudutaan kulttuurisissakin kysymyksissä turvautumaan strukturoituun haastatteluun. Tässä tutkimuksessa kyselytutkimus suunnattiin koko alueellisen ja yhteisöllisen television olemassa olevaan toimijakenttään, televisiotoiminnan kouluttajille ja haastattelututkimuksessa potentiaalisina pidetyille toimijoille kuten maakuntalehdille yms. Lomake lähetettiin 699 henkilölle ja sen vastausprosentti oli hiukan yli 20. Tätä pidetään otantateorioissa riittävänä

vastausprosenttina. Kysely laadittiin strukturoiduksi, mutta vastaajille tarjottiin jokaisen kysymyksen osalta mahdollisuus kommentoida vastauksiaan reliabiliteetin lisäämiseksi. Suurin osa vastaajista käytti mahdollisuutta hyväkseen usean kysymyksen kohdalla. Lisäksi kysely sisälsi muutaman kokonaan avoimen kysymyksen, joihin vastasi noin 85 % koko kyselyyn vastanneista.

Validiteetti: Validiteetilla eli tutkimuksen pätevyydellä ja luotettavuudella tarkoitetaan perinteisesti tutkimusmenetelmän kykyä selvittää sitä, mitä sillä on tarkoitus selvittää. Validiteetikysymykset kulkevat tutkimuksessa mukana koko ajan, sillä tutkijan on kaiken aikaa pohdittava tutkimuksen teoreettisen, metodologisen ja empiirisen perustan yhteensopivuutta ja tutkimusasetelmaa ja tarjottava tarkka ja rehellinen kuvaus tutkimuksen kulusta ja tehdyistä ratkaisuista sekä niiden vaikutuksesta tutkimustuloksiin.

Yleistettävyys: Määrällisen tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää niiden kantapopulaatioon kun otanta on ollut edustava. Kyselytutkimus täyttää otantateoreettiset yleistettävyys ehdot sekä kohdejoukon valinnan osalta että vastausprosentin osalta.

Laadullisen teemahaastatteluaineiston yleistettävyyskysymykset liittyvät enemminkin teoreettiseen ja kulttuuriseen yleistettävyteen – ovatko haastateltaville esitetyt kysymykset päteviä tutkimuskysymyksiin vastaamiseksi, onko haastateltavien puhetta lähestytty analyyttisesti pätevällä tavalla, ovatko esiin nostetut teemat kulttuurisesti tunnistettavia ja ongelman kannalta olennaisia. Ovatko haastateltavien omat tavata kuvata ilmiötä tutkimuksen lukijoiden saatavilla?

Näiden vaatimusten täyttämiseksi tutkimus on raportoitu laadullista tutkimusperinnettä kunnioittavalla tavalla ja haastattelujen teemarunko on asetettu luettavaksi liitteisiin. Analyysin ja tulkinnan tavat on kirjattu ylös. Lisäksi aineisto on kerätty laadullisen otoksen edustavuutta korostavalla lumipallo-otannan menetelmällä, joten myös itse otanta on edustava.

7 Keskustelu ja johtopäätökset

Alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä lähestyttiin selvityksessä neljästä ulottuvuudesta käsin. Tässä luvussa vedetään yhteen toimijoiden näkemyksiä näistä ulottuvuuksista, joiksi määriteltiin televisiotoiminnan rahoitusmallit, teknologia ja jakelualustat, kulttuurinen toimintaympäristö ja toiminnan yhteiskunnalliset edellytykset (lainsäädäntö, koulutuspolitiikka ja muut tukitoimet). Toimijoiden näkemyksiä suhteutetaan lopuksi kansainväliseen vertailuaineistoon, joka kokoaa yhteen muualla maailmassa toteutettuja alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan malleja.

Suomalaista kenttää kartoittavissa haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa alueellista ja yhteisöllistä televisiota käsiteltiin lähtökohtaisesti toisistaan irrallaan. Haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa toiminnan esteiksi, edellytyksiksi ja mahdollisuuksiksi nousseet seikat osoittivat, että joiltain osin alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytykset todella eroavat toisistaan kun taas joillain ulottuvuuksilla niiden ongelmat ja ratkaisuehdotukset ovat lähellä toisiaan.

Taloudellinen ulottuvuus

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan taloudellisen ulottuvuuden keskeiseksi teemaksi nousi toiminnan taloudellinen haasteellisuus. Toiminnan esteeksi muodostui siis toiminnan taloudellinen kannattamattomuus. Näin ollen myös heikko kiinnostus alueelliseen televisiotoimintaan ja jo aloitetun toiminnan lopettaminen selitettiin ensisijaisesti taloudellisilla seikoilla.

Toimintaedellytyksiä kohentavat ratkaisumallit sen sijaan haettiin alueelliselle ja yhteisölliselle toiminnalle eri suunnista. Alueellisen television nähtiin toimivan ensisijaisesti kaupallisilla markkinoilla ja sen rahoitusperustaksi esitettiin mainosrahoitusta tai maksutelevisioon perustuvaa käyttäjärahoitusta.

Toimivien rahoitusmallien osalta ajatukset yhteisöllisestä televisiosta jakautuivat kahteen suuntaan. Yhtäältä ehdotettiin kaupallisin perustein toimivaa yhteisöllistä televisiota, joka kokoaisi yhteen elämäntavoiltaan, harrastuksiltaan tai vaikkapa iältään ja musiikkimaultaan samankaltaisia yleisöjä. Toisaalta yhteisöllisen televisiotoiminnan taloudelliseksi reunaehdoksi nostettiin julkinen tuki, jota perusteltiin toiminnan kytköksillä kansalaisyhteiskunnan ihanteeseen kansalaisten osallistamisesta.

Teknologinen ulottuvuus

Jakelualusta ja toiminnan edellyttämät teknologiset ratkaisut nousivat haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa keskeisiksi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan toisistaan erottavaksi ulottuvuudeksi. Alueellisen televisiotoiminnan osalta keskeiseksi nostettiin monikanavainen toimintamalli. Alueellisen television ihanteellinen malli hyödyntäisi edelleen jakeluverkkonaan maanpäällistä verkkoa tai kaapeliverkkoa, mutta toimisi sen rinnalla netissä. Tällä hetkellä toimivat alueelliset

televisiot hyödyntävät jo tätä mallia, jonka visioitiin tulevaisuudessa mahdollistavan alueellisen television yhteistyön myös esimerkiksi maakuntalehtien kanssa.

Yhteisöllisen television nähtiin lähtökohtaisen vuorovaikutuksellisuutensa vuoksi toimivan parhaiten verkossa. Kehityssuunta oli selkeä etenkin, kun televisioverkon digitalisoituminen ei toivotulla tavalla lisännyt perinteisen television ja katsojien vuorovaikutusmahdollisuuksia.

Kulttuurinen ulottuvuus

Kulttuurisella ulottuvuudella viitattiin alueellisen ja yhteisöllisen television ympärilleen keräämiin yleisöihin, niiden tuottamiin sisältöihin ja yleisöjen mediankäyttötapoihin. Alueellisen television osalta yleisöjen määrittelyä pidettiin suhteellisen helppona, sillä alueellisen television ohjelmaa lähetettiin nettitelevisiota lukuun ottamatta tietyn fyysisen alueen rajoissa. Alueellinen sisältö nostettiin niin toiminnan edellytykseksi kuin sen ongelmakohtaksi: alueellinen televisio puolustaa paikkaansa nimenomaan alueellisen sisällön lähettäjänä ja tätä kautta alueen kulttuurin esittelijänä ja rikastajana. Alueellisen televisiotoiminnan sisältö kilpailee kuitenkin yleisöistä muun mediatarjonnan kanssa, jolloin sen houkuttavuus erityisesti nuorten ikäluokkien keskuudessa on suhteellisen vähäistä.

Alueellinen televisiotoiminta on ollut pitkäjänteisintä ja yleisöjä sitouttavinta ruotsinkielisellä Pohjanmaalla, jossa yleisöjä yhdistää alueen lisäksi yhteisölliseksi tekijäksi laskettava kieli. Kansainvälisen vertailuaineiston esille tuomia muita perinteisiä, esimerkiksi etnisen taustan yhdistämiä yhteisöjä ei suomalaisessa kulttuurissa ole ainakaan toistaiseksi nähty merkittävänä yhteisöllistä televisiotoimintaa käynnistettäessä. Mahdolliseksi tulevaisuuden kulttuuriseksi yhteisöksi nostettiin kuitenkin esimerkiksi suomalainen romaniväestö sekä jotkin maahanmuuttajayhteisöt. Yksi uskonnolliseen vakaumukseen perustuva yhteisöllinen televisiokanava Suomesta sen sijaan löytyy.

Yhteisöllinen televisio hakee vielä paikkaansa suomalaisessa mediakulttuurissa. Uusi sosiaalinen media on kerännyt yhteen monenlaisia yhteisöjä, joiden ympärille on kehkeytymässä myös yhteisöllistä televisiotoimintaa. Yhteisöllisesti toimivia nettitelevisioita jäsentävät niin lemmikkiharrastus, musiikin ympärille rakentunut elämäntapa kuin kansalaisjärjestöjen aktiivinen toiminta.

Yhteisöllisen televisiotoiminnan nähtiin siis rakentuvan pääsääntöisesti verkkoympäristöön. Netissä toimivan yhteisöllisen television vahvuuksiksi nähtiin käyttäjien sitoutuminen yhteisön intresseihin tai elämäntapaan ja sitä kautta itse tuottamiseen sekä yhteisön jäsenten mahdollisuudet osallistua myös itse kanavan sisältöjen tuottamiseen. Televisiotoiminnan näkökulmasta vahvuudet näyttäytyvät osin myös toiminnan esteinä tai vaihtoehtoisesti televisiotoimintaa olennaisesti muuttavina käytäntöinä. Kysymykseksi nousee muun muassa ammattimaisen sisällöntuotannon ja käyttäjälähtöisen ugc-tuotannon välinen suhde. Lisäksi jakelualustanaan ainoastaan tai ensisijaisesti verkkoa käyttävä yhteisöllinen televisio muuttaa perinpohjaisesti televisiotoimintaan liittyviä sääntelyn käytäntöjä.

Yhteiskunnallinen ulottuvuus (lainsäädäntö, koulutuspolitiikka ja muut tukitoimet)

Alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan yhteiskunnallinen ulottuvuus kytkettiin toimijoiden näkemyksissä yhtäältä televisiotoimintaa sääntelevään toimilupapolitiikkaan ja toisaalta televisiotoiminnan mahdolliseen yhteistyöhön alan koulutusinstituutioiden kanssa. Toimilupapolitiikka nousi haastatteluissa ja kyselytutkimuksessa esiin kahtena teemana: sääntelypolitiikan kritiikkinä ja sääntelyn ulottumattomissa olevan toiminnan osoittamisena. Teemoja yhdisti se, että sääntelypolitiikan merkitystä televisiotoiminnalle pidettiin aiempaa vähäisempänä. Erityisesti yhteisöllisen televisiotoiminnan kontekstissa sääntelykäytäntö nähtiin vieraana.

Televisiotoimintaa kehittävänä koulutuspoliittisena linjavekona pidettiin ensinnäkin aktiivista yhteistyötä alan oppilaitosten kanssa. Toiseksi koulutuspoliittiset ratkaisut kytkettiin toimilupapolitiikkaan. Entistä käytäntöä paremmin toimivaksi malliksi ehdotettiin toimiluvan kytkemistä pitkäjänteiseen yrityshautomosta mallia ottavaan koulutukseen.

Kansainvälisesti toimivat mallit

Suomalaisten toimijoiden esittämät ajatukset alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksistä kytkeytyvät monin tavoin muualla maailmassa tehtyihin ratkaisuihin. Toimivaa alueellista ja yhteisöllistä televisiota yhdistävät vertailun kohteiksi nostetuissa maissa seuraavat tekijät:

- toiminnan alueellisuus, joka toteutuu kaikilla tasoilla: alueellisia sisältöjä tekevät alueen asukkaat alueen ihmisille
- ei-kaupallisuus: toiminta rahoitetaan monirahoitusmallilla tai julkisin varoin ja vapaaehtoistyö on toiminnan keskeinen resurssi
- itsenäisyys ja toiminnan pienimuotoisuus
- lainsäädäntö, jolla pyritään siihen, että toiminta on hyväksytty osa kansallista mediapolitiikkaa
- kansalaisdemokratia: keskeistä on toimia kansalaisten ja yhteisöjen avoimena keskustelun mediafoorumina
- ohjelmatarjonnan monimuotoisuus ja vaihtoehtoisuus suhteessa muuhun mediatarjontaan
- organisoituminen: toimivat kanavat esimerkiksi Hollannissa ja Ruotsissa ovat kansallisesti järjestäytyneitä
- mediakasvatus: lisääntyvä mediatarjonta edellyttää aktiivisen kriittisen otteen opettamista. Samalla lisääntyvä ja vaihtoehtoja tarjoava sisältö jo itsessään opettaa kriittisyyteen.

Näkemykset alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan hyvistä käytännöistä ovat suomalaisten toimijoiden puheissa ja kansainvälisessä vertailuaineistossa hyvin samankaltaisia.

Suomalaisena erityispiirteenä korostuvat kuitenkin alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan julkista rahoitusta vastustava liberalistinen ja liberalistis-pluralistinen näkökulma. Syitä tähän voi hakea vahvasta alueellisesta

mediatuotannosta, jota toteuttavat yhtäältä kaupallisesti toimivat maakuntalehdet ja toisaalta julkisin varoin tuettu Yleisradio. Erityisesti maakuntalehdistön asema heikentymistä alueellisena mediana nähdään uhattuna, mikäli muualla toimivaksi osoittautunut julkisen rahoituksen malli toteutuu. Julkinen rahoitus nähdään kilpailutilannetta vääristävänä rakenteena, joka heikentäisi jo olemassaolevien toimijoiden mahdollisuuksia. Yleisradion osuutta alueellisen kentän vahvana toimijana korostetaan ja tällä myös perustellaan sitä, ettei alueelliselle tai yhteisölliselle televisiotoiminnalle ole tarkoituksenmukaista kohdentaa lisää julkista rahoitusta.

Myös kansainvälisessä vertailussa esiin noussut alueellisten ja yhteisöllisten televisiotoimijoiden pyrkimys itsenäiseen ja pienimuotoiseen tuotantoon eroaa suomalaisten toimijoiden puheista nousseista malleista. Suomessa myös julkista rahoitusta kannattavat ja toiminnan pienimuotoisuutta osin tähdentävä pluralistis-kriittiset toimijat näkevät mahdollisuuden toiminnan kaupallistamiseen ja laajentamiseen.

8 Suositukset

Edellisessä luvussa vedettiin yhteen tutkimuksen keskeisiä tuloksia. Tulosten perusteella olemme valmiita nostamaan esille joitakin rakentavia avauksia. Toivomme tutkimuksen perusteella vähintäänkin avattavan uusia pohdinnan suuntia ja kehityslinjoja mediapolitiikan julkisuuteen. Lisäksi voimme nostaa esille joitakin esimerkkejä hyvistä käytännöistä ja periaatteista pitemmälle jalostettaviksi. Lopuksi osoitamme alueita, joiden osalta tutkimustarve on merkittävää, jotta alueellisen ja yhteisöllisen median osalta voitaisiin tehdä valistuneita viestintäpoliittisia ratkaisuja.

Mediapolitiikan suuntaaminen:

- Tarvitaan periaatteellinen päätös siitä, tarvitaanko Suomessa eurooppalaisen mallin mukaista alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa.
- Jos tarvitaan, toiminnalle on luotava status kansallisessa viestintäpolitiikassa ja lainsäädännössä
- Toimilupapolitiikkaa on syytä entisestään keventää ja ainakin alueellisen ja yhteisöllisen television osalta panostaa sen sijasta kehitys- ja koulutushankkeisiin ja suunnitteluun
- Lisäksi on selkiytettävä julkisen rahoituksen mahdollisia muotoja:
 - onko kaupallinen ja ei-kaupallinen toiminta erotettava toisistaan selkeästi vai voisiko toiminta olla yhtä aikaa molempia?
 - miten julkista tukea on mahdollista kanavoida?
 - mitä tuetaan? Lähetystoimintaa, ohjelmatoimintaa vai molempia?
 - tuen mahdolliset jakamisperusteet ja kohteet – maksetaanko tuki suoraan toimijoille vai esimerkiksi kattojärjestöille?
- myös Yleisradion roolin miettiminen uudelleen varsinkin alueellisen television osalta saattaisi selkiyttää kenttää: esimerkiksi Norjassa alueelliset kaapelitelevisiot toimivat osin julkisena palveluna

Hyvät käytännöt, joita kannattaa tarkastella tarkemmin:

- toiminnan laillinen status kansallisena viestintäpolitiikkana
- kansalaisten aktiivinen osallistaminen toimintaan
- kannattavuutta palkitsevat ja kehittävät järjestelmät: vrt. Amsterdamin kaupunkitelevisio Salton ”liukumomalli”, jossa lähetystoiminnan teknologiset puitteet tarjotaan yhteisöille ja jossa toiminta ammattimaistuessaan siirtyy kehittyneemmälle saman kaupunkitelevisio kanavalle kunnes se voi rahoittaa itsensä
- televisiotoiminnan kentän laajalla järjestäytymisellä on hyviä seurauksia – tärkeää olisi myös yhteisömediatoimijoiden järjestäytyminen sekä internetissä että mobiilissa
- alueellisen ja yhteisöllisen median kentän yhteistyön ja koulutuksen tukeminen esimerkiksi seminaarien ja koulutustapahtumien muodossa
- operaattoreiden toiminnan ja vastuiden selkiyttäminen kaapeliverkossa, maanpäällisessä verkossa, IPTV- ja mobiili-tv:n näkökulmista

- Digitaalisen roolin seurausten selvittäminen
- LVM:n entistä aktiivisempi yhteistyö tutkimuslaitosten, TEKESin ja esimerkiksi OPM:n ja TEM:n kanssa

Tutkimustarve

- alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan tutkimus on hajanaista ja puutteellista
- tutkimustarve on sekä kansallinen että kansainvälinen
- kansallisesti olisi hyvä selvittää koko sähköisen median kenttää kerralla, sillä toimintaympäristön muutokset tekevät yksittäisen toimialan tai sen osan tarkasteluista helposti irrallisia tai pinnallisia
- tarvitaan hautomotyyppisten ratkaisujen ja seuranta-tutkimuksen malleja
- tarvitaan teknologiaan ja mediakäyttöön ja päätelaitteiden kehitykseen kohdistuvaa tutkimusta, erityisesti olisi selvitettävä mobiililaitteiden merkitystä alueellisessa ja yhteisöllisessä mediassa ja kansalaisten roolia sisällön tuottajina verkossa ja mobiilissa ympäristössä
- tarvitaan mediakäyttäjän ja mediakulttuurin näkökulmaa
- kansainvälistä selvitystä tulisi ehdottomasti laajentaa ja syventää: näkökulmana voisi olla esimerkiksi monikulttuurisuus ja yhteisömedia Suomessa ja Euroopassa
- tutkimushankkeiden resursoinnin tulee olla riittävää mikäli halutaan panostaa laatuun

LÄHTEET:

Aslama, Minna 2008: Slogans of Change - Three Outlooks on Finnish Television. Viestinnän laitoksen julkaisuja. Väitöskirja. Viestinnän laitos, Helsinki.

Atkinson, Paul (ed.) 2001: Handbook of Ethnography. Sage, London 2001.

Cooper, Mark N. 2007a: Television Remains a Dominant Medium in Democratic Discourse. In Cooper, Mark N. 2007 (eds.) The Case Against Media Consolidation. Evidence on Concentration, Localism and Diversity. Donald McGannon Center for Communications Research, Fordham University.

Cooper, Mark N. 2007b: When Law and Social Science go Hand in Glove: Usage and Importance of Local and National News Sources – Critical Questions and Answers for Media Market Analysis. In Napoli, Philip M. 2007 (eds.): Media Diversity and Localism. Meaning and Metrics. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, New Jersey, London.

Gubrium, Jaber F. 2001: Handbook of Interview Research. Sage, London.

Hederström, Christer 2004: Öppna radion och televisionen. Kartläggning och analys av icke-komersiell local-radio och tv. Kulturdepartementet.

Hirsjärvi, Sinikka & Hurme Helena 2000: Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki University Press, Helsinki.

Jauert, Per 2005: Media in the community – communities in the media. Conference Paper Presented to the IAMCR Conference, Taipei, 2005.

Jauert, Per & Prehn Ole 2001: "The Danish Media Landscape. Structure, Economy and Consumption", Media Trends 2001.

Kangaspunta, Seppo 2008: Keskenenäistä pakolla. Tutkimus Digi-tv:n ja mediateknologian kotouttamisesta. Journalismin tutkimusyksikkö, Sarja C 42/2008. Tampereen yliopisto.

Kangaspunta, Seppo 2006: Yhteisöllinen digi-tv. Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevisio vaihtoehto. Tampereen yliopistopaino, Tampere.

Kangaspunta, Seppo ja Huusko, Marjo 2003: Terveyskanava ei auennut. Terveiden ja hyvinvoinnin yhteisötelevisio –tutkimusprojektin loppuraportti. Tampereen yliopisto.

Lahti, Maria, Kantola, Kristiina, Kinnunen, Timo, Kivinen, Tuomo, Koivisto, Juha-Pekka, Kortekangas, Atte, Ollikainen, Ville & Virtanen, Tytti (VTT) ja Koskela, Hanna, Noppari, Elina & Sirkkunen, Esa (Tampereen yliopisto) 2006: "Kato, nyt sää oot telkkarissa". Digitaalinen LähiTV paikallisyhteisöjen viestinnässä. VTT tiedotteita – research notes 2345.

- Nieminen, Hannu & Nordenstreng, Kaarle 2003: Sananvapaus ja viestintäpolitiikka. Teoksessa Nordenstreng & Wiio (toim.) Suomen mediamaisema. WSOY, Vantaa.
- Nikunen, Kaarina 2005: Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhaten vaihteen Suomessa. Tampere University Press, Tampere.
- Näränen, Pertti 2006: Digitaalinen televisio. Analyysyjä alkuhistoriasta, viestintäpoliittisista haasteista ja tv-järjestelmän muuttumisesta. Tampere University Press, Tampere.
- Radiotoiminta 2007. Työryhmän ehdotuksia. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 73/2004.
- Salovaara-Moring, Inka 2004: Media Geographies. Regional Newspaper Discourses in Finland in the 1990s. Väitöskirja. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos.
- Silverman David 2000: Doing Qualitative Research. A Practical Handbook. Sage, London.
- Sirkkunen, Esa 2004: Selvitys paikallisesta televisiotoiminnasta Suomessa. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto, Tampere.
- Tarkka, Minna, Hintikka, Kari A., Salminen, Oili 2005: Digi-tv kansalaisvaikuttamisen kanavana. Esiselvitys. ArviD-julkaisu 05/2005, Liikenne ja viestintäministeriö.
- Television across Europe: regulation, policy and independence. Summary. Monitoring Reports 2005. Open Society Institute/EU Monitoring and Advocacy Program.
- Television kehitysnäkymät Suomessa. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 5/2008.
- Valaskivi, Jaakko 2005: "Community Television" Japanissa. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto, Tampere.
- Valtonen, Sanna & Ojajarvi, Sanna 2002: 2002: "*Parisuhdelaki nettikansan kynsissä*". Journalismikritiikin vuosikirja, Tiedotustutkimus 1/2002.

Liite 1

Teemahaastattelurunko

Määrittely

- Mitä on alueellinen televisiotoiminta? Mitä se voisi olla?
- Mitä on yhteisötelevisio? Mitä se voisi olla?
- Mikä on organisaatiosi positio alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan kentällä?
- Minkälaisia intressejä organisaatiollasi on alue- ja yhteisötelevisiion kentällä toimimiseen?

Toimintaedellytykset

- Miten kuvailisit oman organisaatiosi toimintaedellytyksiä? Minkälaisia resursseja organisaatiolla on käytössä? Mitkä tekijät toimintaan vaikuttavat? Miten?
- Millaiset olosuhteet olisivat alueellisen televisiotoiminnan kannalta ihanteelliset?
 - o yhteiskunnan sääntely
 - o rahoitusmallit
 - o teknologia
 - o kulttuuriset toimintaedellytykset?
- Millaiset olosuhteet olisivat yhteisöllisen televisiotoiminnan kannalta ihanteelliset?
 - o yhteiskunnan sääntely
 - o rahoitusmallit
 - o teknologia
 - o kulttuuriset toimintaedellytykset?
- Miten alueellista ja yhteisöllistä televisiotoimintaa voitaisiin parhaiten tukea?

Toiminnan suurimmat ongelmat ja esteet

- Mitkä ovat mielestäsi alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan suurimpia ongelmia Suomessa?
- Mihin jo käynnistynyt toiminta on mielestäsi kompastunut?
- Kenen tulisi purkaa esteitä ja miten?

Kenttä – mistä se koostuu?

- Ketkä muodostavat alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan ”kentän” – ketkä siis ovat keskeisiä toimijoita?
- Ketkä voisivat olla toimijoita kentällä – kenellä tai millaisilla toimijoilla olisi mielestäsi potentiaalia?
- Nimiä, yrityksiä, organisaatioita?

Visio?

- Millaisena näet alueellisen ja yhteisöllisen television tulevaisuuden? Kannattaako se? Tarvitaanko sitä? Miksi/miksi ei?
- Kenen kanssa alueellinen ja yhteisöllinen televisio voisi toimia yhteistyössä?
- Miten näet alueellisen ja yhteisöllisen television mediakentän kokonaisuudessa? (konvergenssi, monimediaisuus ja uudet teknologiat?)
- Millaisena näet toimiluvan merkityksen alueelliselle ja yhteisölliselle televisiolle?
- Mitä en ole ymmärtänyt kysyä?
- Keneltä pitäisi kysyä?

Liite 2

Kyselylomake

Selvitys alueellisesta ja yhteisöllisestä televisiotoiminnasta

Kyselylomake on osa Liikenne- ja viestintäministeriön tilaamaa selvitystä alueellisen ja yhteisöllisen televisiotoiminnan mahdollisuuksista Suomessa. Kyselylomakkeen lisäksi tietoa kerätään haastatteluin. Selvityksen avulla muun muassa kartoitetaan alueellisen ja yhteisöllisen television toimintaedellytyksiä ja mahdollisia toimijoita seuraavaa toimilupien hakua varten.

Selvityksen toteuttaa Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen tutkimuskeskus. Voit halutessasi ottaa yhteyttä selvityksen tekijöihin:

Sanna Valtonen/tutkija (sanna.valtonen@helsinki.fi)

Sanna Ojajarvi/tutkija (sanna.ojajarvi@helsinki.fi)

Jane Toikka/tutkimusavustaja (jane.toikka@helsinki.fi)

Tutkimuskysymyksiin vastaaminen vie aikaa noin 15-30 minuuttia. Voit vastata myös osaan kysymyksistä -- kaikki tieto on tutkijoille tarpeellista. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti eikä vastaajan henkilöllisyys näy edes tutkijoille.

Taustatietoja

Toimiala ?

Ammattinimike

Lyhyt kuvaus keskeisistä työtehtävistä

Koulutus

Sukupuoli

Syntymävuosi

Tutkimuskysymykset

Mitkä ovat syitä harjoittaa alueellista televisiotoimintaa? ?

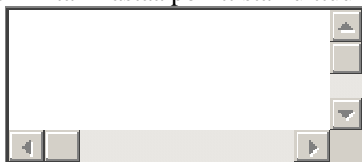
- Alueellinen televisiotoiminta on liiketaloudellisesti kannattavaa
- Alueellinen televisiotoiminta on merkittävää alueen identiteetin kannalta
- Alueellinen televisiotoiminta on merkittävä kansalaisvaikuttamisen kanava
- Alueellinen televisiotoiminta rikastaa alueen politiikkaa ja kulttuuria
- Alueellinen televisiotoiminta täydentää alueen muuta mediatarjontaa
- Alueellinen televisiotoiminta tarjoaa itseilmaisun kanavan kansalaisille
- Alueellinen tvtoiminta tarjoaa kanavan mainostajille ja paikallisille yrittäjille
- Alueellisella televisiotoiminnalla on työllistävä vaikutus



Perustele lyhyesti valintojasi

Mitkä ovat syitä harjoittaa yhteisöllistä televisiotoimintaa? ?

- Yhteisöllinen televisiotoiminta on liiketaloudellisesti kannattavaa
- Yhteisöllinen televisiotoiminta mahdollistaa kohderyhmämainostamisen
- Yhteisöllinen televisiotoiminta rikastaa mediakulttuuria
- Yhteisöllinen televisiotoiminta mahdollistaa ryhmien itseilmaisun
- Yhteisöllinen tv-toiminta sitoo yhteisöjä ja vahvistaa identiteettejä
- Yhteisöllinen televisiotoiminta on merkittävä kansalaisvaikuttamisen kanava
- Yhteisöllinen televisiotoiminta rikastaa poliittista kulttuuria



Perustele lyhyesti valintojasi

Mitkä ovat alueellisen televisiotoiminnan suurimmat ongelmat? ?

- Alueellinen televisiotoiminta ei ole taloudellisesti kannattavaa
- Alueellinen televisiotoiminta tarvitsisi julkista rahoitusta
- Alueelliselle televisiotoiminnalle ei ole toimivia rahoitusmalleja
- Yleisöä kiinnostavien alueellisten sisältöjen tuottaminen on vaikeaa
- Televisiotoiminnan edellyttämää osaamista ei ole riittävästi
- Televisio ei ole paras väline alueellisen mediasisällön vastaanottamiseksi

Perustele lyhyesti valintojasi

Mitkä ovat yhteisöllisen televisiotoiminnan suurimmat ongelmat? ?

- Yhteisöllinen televisiotoiminta ei ole taloudellisesti kannattavaa
- Yhteisöllinen televisiotoiminta tarvitsisi julkista rahoitusta
- Yleisöä kiinnostavien sisältöjen tuottaminen on vaikeaa
- Televisiotoiminnan edellyttämää osaamista ei ole riittävästi
- Televisio ei ole paras väline yhteisöllisen mediasisällön vastaanottamiseen

Perustele lyhyesti valintojasi

Miten alueellista televisiotoimintaa voisi parhaiten tukea?

Miten yhteisöllistä televisiotoimintaa voisi parhaiten tukea?

Ketkä ovat alueellisen television mahdollisia toimijoita? ?

- Kunnat ja kuntayhtymät
- Maakuntalehdet
- Paikallisradiot
- Järjestöt, yhteisöt
- Oppilaitokset
- Teleoperaattorit, kaapeliyhtiöt
- Valtakunnalliset televisiokanavat
- Muut valtakunnalliset mediat
- Kirjastolaitos

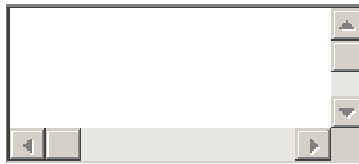
Muu toimija, mikä?

Perustele lyhyesti valintojasi

Ketkä ovat yhteisöllisen television mahdollisia toimijoita? ?

- Kunnat ja kuntayhtymät
- Maakuntalehdet
- Paikallisradiot
- Järjestöt, yhteisöt
- Oppilaitokset
- Teleoperaattorit, kaapeliyhtiöt
- Valtakunnalliset televisiokanavat
- Muut valtakunnalliset mediat
- Kirjastolaitos

Muu toimija, mikä?

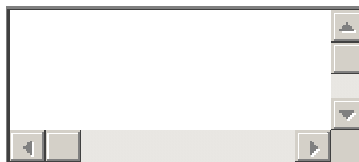


Perustele lyhyesti valintojasi

Mikä olisi paras jakelualusta alueelliselle televisiotoiminnalle? ?

- Maanpäällinen televisioverkko
- Kaapeliverkko
- Laajakaista
- Mobiili verkko

Muu, mikä?



Perustele lyhyesti valintojasi

Mikä olisi paras jakelualusta yhteisölliselle televisiotoiminnalle? ?

- Maanpäällinen televisioverkko
- Kaapeliverkko
- Laajakaista
- Mobiili verkko

Muu, mikä?

Perustele lyhyesti valintojasi

Mikä on paras mediaväline yhteisöllisen tv-sisällön vastaanottamiseen?

- Televisio
- Tietokone
- Kännykkä tai muu mobiili laite

Mikä on paras mediaväline alueellisen tv-sisällön vastaanottamiseksi?

- Televisio
- Tietokone
- Kännykkä/muu mobiili laite

Miten alueellinen televisiotoiminta pitäisi rahoittaa?

- Mainostuotoin
- Julkisin varoin
- Kuluttajarahoitteisesti (esim. pay per view, maksukanava)
- Näiden yhdistelmällä

Perustele lyhyesti valintojasi

Miten yhteisöllinen televisiotoiminta pitäisi rahoittaa?

- Mainostuotoin
- Julkisin varoin
- Kuluttajarahoitteisesti (esim. pay per view, maksukanava)
- Näiden yhdistelmällä

Perustele lyhyesti valintojasi

Millaisena näet alueellisen televisiotoiminnan tulevaisuuden?

Millaisena näet yhteisöllisen televisiotoiminnan tulevaisuuden?

Liite 3

Haastatellut asiantuntijat ja toimijat

| Nimi | Yritys/Organisaatio |
|---------------------|---|
| Ilkka Hynninen | Aitomedia |
| Esa Alhola | Avainkanava |
| Jan Zapasnik | Bassoradio |
| Pekka Krook | Diges |
| Timo Argillander | Digital Media Finland |
| Sirpa Ojala | Digita Oy |
| Helena Niemelä | Elisa |
| Jussi Halli | Eniro Finland/ATV |
| Helena Hyvärinen | Forum Virium |
| Markku Mäenpää | Järviradio |
| Risto Uimonen | Kaleva |
| Pekka Mervola | Karjalainen |
| Olle Haavisto | KRS-TV |
| Juha Ruotsalainen | Kustannus Oy Aamulehti |
| Ismo Kosonen | Liikenne – ja viestintäministeriö |
| Tanu-Matti Tuominen | Mediatonic Oyj |
| Markus Leikola | MTL |
| Jorma Miettinen | MTV3 |
| Minna Tarkka | M2HZ |
| Pirjo Airaksinen | Nelonen |
| Maria Launonen | Närpes När-TV |
| Mari Koivunen | Raision kaupungin viestintä –ja kehittämispäällikkö |
| Hannu Uusihauta | Sanomalehti Ilkka Oy |
| Satu Harkke | Satu Ry |
| Harri Saukkomaa | Susamuru Oy |
| Kari Voutila | Susamuru Oy |
| Maaretta Tukiainen | SUBTV |
| Timo Korsumäki | Tampereen Kaupunkitelevisio |
| Seppo Kangaspunta | Tampereen yliopisto |
| Petra Tarjanne | TEM |
| Eppie Eloranta | TIEKE |
| Johan Flykt | TTV (Tampereen Tietoverkko Oy) |
| Timo Kraufvelin | Tuotantoyhtiö Kuvaputki Oy |
| Sari Sarelius | Turku TV |
| Kari Vainio | Turun Sanomat |
| Martti Ojares | TV7 |
| Seppo Sisättö | TV Tampere/Tampereen yliopisto |
| Arto Tuominen | Täsmätelevisio |
| Merja Saari | Viestintävirasto |
| Erik Bäckman | YLE |
| Maria Friman | YLE (Basaari) |
| Mikael Jungner | YLE |

Liite 4

Kyselytutkimuksen kohdeorganisaatiot Suomessa
- kysely lähetettiin yhteensä 699 henkilölle henkilökohtaiseen sähköpostiin

| Yritys/Organisaatio | Yritys/Organisaatio |
|----------------------------|-----------------------------------|
| Aitomedia | Ikoni ja Indeksi |
| Akaanseutu | Ilmajoki-lehti |
| Alasatakunta | Intervisio Oy |
| Amigos Media | Iskelmäradio |
| AssemblyTV | Iskelmä Janne |
| Asuntotieto | Iskelmä Rex |
| AV-arkki | Itä-Häme |
| Avek | Ja Mediaproductio |
| Basso.fi | Janakkalan sanomat |
| Bassoradio | Jarowski |
| Blue Media | JIM |
| Broadcasters | JoulupukkiTv |
| Campustv | JP Kunnallissanomat |
| City Pohjanmaa | JTV |
| Classic/Groove FM/Metro FM | JTVP |
| Demos Helsinki | Helsingin kaupunki/ Jussi Pajunen |
| DIAK/Turku | Jyväskylän yliopisto |
| Diges | Järviradio |
| Digitoday | Järviseudun sanomat |
| DINA | Järviseutu |
| Douglas Productions | K5 |
| Dreammill Oy | Kaakon Nettipalvelu |
| Elixir | Kalajokilaakso |
| Eltv | Kankaanpään Kaapeli TV |
| EVTEK | Kankaanpään seutu |
| Filmiteollisuus | Karjaan TV |
| Finnish Mobile Tv | Karjalan heili –paikallislehti |
| Floobs Oy | Kemi-Tornion amk |
| Franckproductions | Keski-Häme |
| Freemind/Hattu.net | Keskilaakso |
| Fremantle Media | Keskipojanmaa |
| GanalTV | Klaffi |
| Gimage | KoDa Productions |
| Gimmeyawallet Productions | Kroma productions |
| GoodMood | Lestijoki-lehti |
| Haapavesi-lehti | Linssilude Oy |
| Heinäveden lehti | Loimaan lehti |
| Hohtokari | Loviisan Sanomat |
| Hohtokari Oy | M2HZ |
| Huittisten Sanomalehti Oy | Maaselkä |
| Hämeenkyrön sanomat | Maaseudun tulevaisuus |
| Härmät | Mediakaista Oy |
| Iitinseutu | Mediakeskus Lume |
| Ikistoori Oy | MediaLab (TAIK) |

| Yritys/Organisaatio | Yritys/Organisaatio |
|----------------------------|--------------------------------|
| Mediaosuuskunta Välke | Radio Nova |
| Metronome | Radio Pooki |
| Moskito Television Oy | Radio Pori |
| MTV3 | Radio Rock |
| MTV3.fi | Radio Sputnik |
| Nelonen | Radio Vaasa |
| NeoArena | Radio Voima |
| Netmissio | Rannikkoseudun sanomat |
| Nettitelkku | Rantalakeus |
| NettiTv Kulttuubi | Rantapohja |
| Nouhau Productions Oy | Savon Sanomat |
| NRJ Finland Oy | SBS Radio |
| Nya Åland | Seiska |
| Oikea asema | Skärgårdskanalen |
| Onniviihde/Naakanpoika Oy | Stadia |
| Opettajatv | Story Of... |
| Orimattilan sanomat | SUBTV |
| OUBS | Sundom Lokal TV |
| Oulu TV | Sun Pictures |
| Oulun seudun amk | Suomen Loisto |
| Paikallisoradio Ramona | Suomen NettiTv |
| Petalax-Bergö Lokal TV | Suomen Radioiden liitto SRL ry |
| PetTV | Suomi Pop |
| Pielisjokiseutu | Susamuru Oy |
| Pilkku Tuotanto Oy | Suupohjan Sanomat |
| Pirkanmaan amk | Swelcom Oy |
| Pohjankyrö | Sydän-Satakunta |
| Pohjois-Karjalan amk | Tammerkosken Tuotanto Oy |
| Pohjois-Satakunta | Tampereen amk |
| Pro Kuhmo Oy | Tampereen yliopisto-tv |
| Procam | Tarinatalo Oy |
| Productionhouse | Ten Years Production |
| Productum | The Voice |
| Provisual | TK Nice Production Finland Oy |
| Puruvesi | Toivontuottajat |
| Pyhäjokiseutu | TrissaTV |
| Rabbit Films | TS Media Production |
| Radio 882/Rogmo FM 93,5 | Tuotantoyhtiö Aranu Oy |
| Radio 957 | Tuotantoyhtiö Legenda |
| Radio Aalto | TurkuTV |
| Radio Auran Aallot | TV Jyväskylä |
| Radio City | TV Åland |
| Radio Dei | TV-Kasvo Oy |
| Radio Helsinki | Vakka-Suomen Sanomat |
| Radio Majakka | Vander Media |

Yritys/Organisaatio

Vertigo

Wester Production Oy

Video-Match Oy

Viiskunta

Visicom

Visiorex

Voice Tv

YLE

YleX

Åbo Underrättelser

Liite 5

Kansainvälisen selvityksen haastattelut ja teemarunko

Andreassen, Finn H., toiminnanjohtaja Frikanalen, haastattelu 20.5.2008

Buurma, Rudolf, toiminnanjohtaja OLON, haastattelu 21.5.2008

Engblom, Lars-Åke, professori Jönköping Universitet, Media and Communication, haastattelu 23.5.2008

Hultén, Olof, projektipäällikkö Kalmar Universitet, Institution för Kommunikation och Design, haastattelu 28.5.2008

Lewis, Peter, The London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications haastattelu 27.5.2008

Meijering, Gerrit, informaatiopäällikkö RTV-Drenthe, haastattelu 14.5 2008
Westergren, Daniel, tuotantopäällikkö Öppen Kanal Växjö, haastattelu 22.5.2008

.....

Community television

Helsinki University, Finland (dept. of Communications) is doing a research for Ministry of Transport and Communications (www.mintc.fi) about Community-tv in Europe (aspects: funding, regulatory, technology, cultural points of view, etc).

1. Background information
2. What is the meaning of community television for local people?
3. What kind of experiences You have in the field of community television?
4. How do You finance your activity?
5. How does the national regulatory work?
5. What are the biggest challenges or problems?
6. Technological aspects and future?

Liite 6

Kansainvälisen kartoituksen tietohakujen keskeiset verkko-osoitteet:

Alliance for Community Media. http://www.ourchannels.org/?page_id=16 25.5. 2008.

Broadcasting Act of 4 Dec. 1992 no 127. <http://www.smf.no/sw225.asp> 21.5. 2008.

Broadcasting Act 1996. http://www.opsi.gov.uk/acts/acts1996/ukpga_19960055_en_1 15.5. 2008.

Community Media Association. <http://www.commedia.org.uk/about-cma/cma-members/> 15.5. 2008.

Digital UK. <http://www.digitaluk.co.uk/> 15.5. 2008.

Mavise. Database of tv-companies and tv-channels in the European Union and candidate countries. <http://mavise.obs.coe.int/welcome> 23.5. 2008.

Medieregisteret.

<http://www.medieregisteret.no/database/dbprogs/?1=1&orderBy=navn&tv=1&radio=&avis=&eier=&orderBy2=navn&omraade=&fritekst=> 18.5.2008.

Medietilsynet.

http://www.smf.no/graphics/SMF/Rapporter/Kringkasting/Kringkastingsloven/Overview_BroadcastingAct.doc 15.5. 2008.

Persky. Directory of television channels in Europe. European Audiovisual Observatory. <http://www.obs.coe.int/db/persky/dk.html> 22.5. 2008.

Radio och Tv-Verket. http://www.rtvv.se/se/Om_media/tv/Kabel-TV/ 17.5. 2008.

Riksförbundet Öppna Kanaler i Sverige. <http://www.oppnakanalen.se> 17.5.2008.

Sveriges Radio- och Tv-verket. http://www.rtvv.se/uk/TV/Cable_TV/ 28.5 2008.

The Public Broadcasting Service.

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_standards.html 25.5. 2008.

The Public Broadcasting Service (PBS).

http://www.pbs.org/aboutpbs/aboutpbs_corp.html 25.5.2008.